

Le Travel-retail croit en son avenir

Lors de la conférence organisée par le French Luxury Marketing Council, Alain Falque, directeur de la stratégie et de la politique commerciale d'Aéroports de Paris, a dressé un tableau plutôt prometteur de l'avenir du travel-retail et notamment des produits de luxe, y compris la parfumerie-cosmétique. Le marché du travel-retail a représenté dans les aéroports, en 2001, un chiffre d'affaires de 8,7 Md€, dont 45,5% sont réalisés à l'échelle européenne. Les parfums pèsent 23,2% de cette activité (contre 20,1% pour les alcools et 11,3% pour les tabacs), le secteur qui réalise les plus fortes performances et progressions étant le luxe (maroquinerie, mode, bijouterie) avec 37,4% de part de marché. "Dans ce contexte, les parfums, mais aussi les cosmétiques haut de gamme, constituent des produits d'appel indispensables, a souligné Alain Falque. Les marques les plus prestigieuses doivent obligatoirement figurer dans l'assortiment, et notamment les nouveautés, car ce sont elles qui font entrer le voyageur dans le point de vente."

A. LEGŒUL