

Fragrâncias - Brasil - Novembro 2016

Preço do relatório: £3199.84 | \$3995.00 | €3775.81

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“O mercado de fragrâncias no Brasil vem crescendo principalmente no segmento masculino, indicando a oportunidade de se explorar outros tipos de formatos para este público. Vemos que alguns produtos ajudam a manter a frequência de uso, como formatos custo-benefício que garantem maior duração, e opções mais em conta de fragrâncias, como body mists e loções perfumadas.”

Naira Sato, Analista de Pesquisa Mintel

Este relatório responde às seguintes questões:

- Loções perfumadas que sejam multifuncionais podem melhorar a frequência de uso
- Kits pagos de amostras podem incentivar compra da categoria
- Fragrâncias personalizáveis oferecem variedade e relação custo-benefício

Visão Geral

O brasileiro já possui o hábito de usar fragrâncias, então, com a crise, o esperado é que a frequência de uso diminua, mas que o consumidor comece a buscar opções mais baratas. Esse cenário representa uma oportunidade para o mercado de começar a explorar novos formatos, que entreguem não somente preço mais baixo, mas também benefícios, como longa duração, embalagem refil, mais refrescância, etc., a fim de explorar aspectos que sejam vistos como de custo-benefício para o consumidor.

**COMPRE ESTE
Relatório agora**

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

China
+86 (21) 6032 7300

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
reports@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Fragrâncias - Brasil - Novembro 2016

Preço do relatório: £3199.84 | \$3995.00 | €3775.81

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Visão Geral

Definição

Mercado de fragrâncias

Resumo Executivo

O mercado

Figura 1: Previsão do mercado de fragrâncias, varejo, em valor, 2011-21

Empresas, marcas e inovação

Figura 2: Participação de fragrâncias no total varejo, em valor, 2015

O consumidor

Spray corporal perfumado/body mist pode ser mais explorado no Brasil

Figura 3: Uso de fragrâncias (total), julho de 2016

Amostras grátis e testadores poderiam impulsionar compra de perfumes entre o público masculino em supermercados

Figura 4: Canais de compra, por gênero, faixa etária 16 a 34 anos, julho de 2016

Embalagem refil pode ser usada mesmo para perfumes de posicionamento premium

Figura 5: Hábitos de compra, julho de 2016

Consumidores acima de 45 anos têm interesse em produtos mais naturais

Figura 6: Hábito de uso "prefiro usar perfumes que contêm ingredientes naturais em suas fórmulas", por faixa etária, julho de 2016

O que nós pensamos

Tópicos Centrais

Loções perfumadas que sejam multifuncionais podem melhorar a frequência de uso

Os fatos

As implicações

Kits pagos de amostras podem incentivar compra da categoria

Os fatos

As implicações

Fragrâncias personalizáveis oferecem variedade e relação custo-benefício

Os fatos

As implicações

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Consumidor de fragrâncias pode ter diminuído a frequência de uso ou estar optando por opções com maior custo-benefício

Segmento de fragrâncias masculinas ajuda a manter crescimento do mercado

Oportunidade para se investir mais em perfumes unissex

Produtos artesanais/naturais

Mercado e Previsão

Mercado de fragrâncias é menos impactado pela crise

Figura 7: Mercado de fragrâncias em valor, varejo, 2011-21

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Fragrâncias - Brasil - Novembro 2016

Preço do relatório: £3199.84 | \$3995.00 | €3775.81

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Mercado de fragrâncias crescerá, mas num ritmo menos acelerado

Figura 8: Previsão do mercado de fragrâncias, varejo, em valor, 2011-21

Fatores que irão Influenciar o Mercado

Mundo unissex

Pensando em parcerias "fora da caixa"

Sprays refrescantes perfumados

Produtos artesanais/naturais

Empresas, Marcas e Inovação – O Que Você Precisa Saber

Boticário liderou o mercado em 2015

Oportunidade para explorar perfumes sólidos e óleos perfumados

Expansão de linha: mudando a fragrância, mas mantendo sua essência

Participação de Mercado

Boticário liderou o mercado de fragrâncias em 2015

Figura 9: Participação de fragrâncias no total varejo, em valor, 2014-15

Quem Está Inovando?

Novos formatos de perfume entregam benefícios procurados pelos consumidores

Oferecendo diversidade dentro da mesma linha de perfumes

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Spray corporal perfumado/body mist pode ser uma opção a loção perfumada

Supermercados são um canal de compra importante para homens

Oportunidade para explorar mais a embalagem refil para perfumes

Produtos com ingredientes naturais atraem consumidores acima de 45 anos

Uso de Fragrâncias/Perfumes

Oportunidade para marcas expandirem as ocasiões de uso

Figura 10: Uso de fragrâncias (diário e em ocasiões especiais), julho de 2016

Spray corporal perfumado/body mist pode ser mais explorado no Brasil

Figura 11: Uso de fragrâncias (total), julho de 2016

Frequência de uso de fragrância para cabelos pode melhorar entre as mulheres

Figura 12: Uso de fragrâncias para cabelo, julho de 2016

Canais de Compra de Fragrâncias/Perfumes

Venda direta é o canal mais representativo

Figura 13: Canais de compra, julho de 2016

Amostras grátis e testadores poderiam impulsionar compra de perfumes entre o público masculino em supermercados

Figura 14: Canais de compra, por gênero, faixa etária 16 a 34 anos, julho de 2016

Oportunidade de explorar a venda de perfumes para classe AB em lojas de departamento

Figura 15: Canais de compra, por classe social, julho de 2016

Hábitos de Compra de Fragrâncias/Perfumes

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Fragrâncias - Brasil - Novembro 2016

Preço do relatório: £3199.84 | \$3995.00 | €3775.81

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Embalagem refil pode ser usada mesmo para perfumes de posicionamento premium

Figura 16: Hábitos de compra, julho de 2016

Mulheres acima de 25 anos mostram maior interesse em tamanhos menores

Figura 17: Hábito de compra "eu teria interesse em comprar perfumes em tamanhos menores (ex. que cabem na bolsa)", por gênero feminino e faixa etária, julho de 2016

Perfumes de longa duração podem fazer com que a classe ABC1 compre mais produtos nacionais

Figura 18: Hábito de compra "vale a pena pagar mais caro por um perfume cujo cheiro fixa mais tempo na pele", por classe social, julho de 2016

Hábitos de Uso de Fragrâncias/Perfumes

Experiência pessoal conta mais na hora de escolher um perfume

Figura 19: Hábitos de uso, julho de 2016

Consumidores acima de 45 anos têm interesse em produtos mais naturais

Figura 20: Hábito de uso "prefiro usar perfumes que contêm ingredientes naturais em suas fórmulas", por faixa etária, julho de 2016

Homens jovens gostariam de personalizar o próprio perfume

Figura 21: Hábito de uso "gostaria de poder personalizar o meu próprio perfume", por gênero masculino, por faixa etária, julho de 2016

Apêndice – Tamanho de Mercado e Previsão

Figura 22: Mercado de fragrâncias em valor, varejo, 2011-21

Figura 23: Previsão do mercado de fragrâncias, varejo, em valor, 2011-21

Apêndice – Metodologia e Abreviações

Fatores usados na previsão

Abreviações

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com