

Fragrâncias - Brasil - Setembro 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

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



“O mercado de perfumes no Brasil é único: a força das vendas das marcas nacionais é muito grande, o que faz com que a categoria garanta as vendas no varejo, apesar da crise econômica brasileira. Porém, a categoria ainda deve vencer alguns obstáculos, como a falsificação de produtos e a dificuldade da venda através do comércio eletrônico”.

– **Juliana Martins, Especialista Sênior de Beleza e Cuidados Pessoais**

Este relatório responde às seguintes questões:

- Mercado carece de produtos para pessoas mais idosas
- Tributação e falsificação atrapalham as vendas de perfumes no Brasil
- Impossibilidade de sentir o cheiro de perfumes pode ser uma barreira à venda online

**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 - Setembro 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

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

Sumário

Visão Geral

O que você precisa saber

Definição

Resumo Executivo

Desafios

Mercado carece de produtos para pessoas mais idosas

Tributação e falsificação atrapalham as vendas de perfumes no Brasil

Impossibilidade de sentir o cheiro de perfumes pode ser uma barreira à venda online

Oportunidades

Forte presença do mercado nacional de perfumes garante vendas

Figura 1: Previsão de vendas no varejo de fragrâncias, por valor – Brasil, 2012-22

Há oportunidades para desenvolver mais perfumes unissex

Figura 2: Lançamentos de fragrâncias, por subcategoria, top 5 países e Brasil, janeiro de 2014-julho de 2017

Brasileiros não usam todos os perfumes que possuem em casa

Figura 3: Quantidade de perfumes, por uso de perfumes, maio de 2017

Marcas podem explorar mais kits para presentes com perfumes

Figura 4: Atitudes e comportamento, maio de 2017

O que nós pensamos

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Crise não afeta tanto a categoria de perfumes

Oportunidade para melhorar a variedade de produtos para sênior

Perfumes sofrem com tributação e falsificação

Oportunidade para desenvolver a compra online

Mercado e Previsão

Expansão de canais de venda e marcas locais garantem vendas

Figura 5: Vendas no varejo do mercado de fragrâncias, em valor – Brasil, 2012-22

Figura 6: Previsão de vendas no varejo de fragrâncias, por valor – Brasil, 2012-22

Fatores Que Influenciarão o Mercado

Perfumes para sênior poderiam ajudar a aquecer a categoria

Perfumes têm carga tributária das mais altas do Brasil

Perfume é um dos produtos mais falsificados no Brasil

Marcas devem driblar barreiras do consumo online

Comercialização de perfumes tem se expandido cada vez mais

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Marcas nacionais têm investido na categoria de 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 - Setembro 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

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

Natura e O Boticário investem em comunicação
 Oportunidade para desenvolver mais perfumes unissex
 Frascos inovadores influenciam decisão de compra
 Formatos on-the-go atraem brasileiras

Participação de Mercado

Marcas nacionais possuem mais da metade das vendas de perfumes no Brasil
 Figura 7: Participação dos líderes de vendas no varejo de fragrâncias, por valor – Brasil, 2015-16

Campanhas e Ações de Marketing

Natura almeja ser a marca referência de fragrâncias no Brasil
 Figura 8: Campanha Natura "Natura: A Casa de Perfumaria do Brasil"
 Figura 9: Campanha Natura "Mulher do Fim do Mundo"
 Eudora entra na categoria de perfumes masculinos
 Figura 10: Campanha Eudora "Rodrigo Lombardi apresenta Eudora Impression"
 O Boticário lança perfumes para o Dia dos Namorados
 Figura 11: Campanha Boticário "Tire seu namoro do sério com o novo Egeo Bomb!"

Quem Está Inovando?

Mercado carece de perfumes unissex
 Figura 12: Lançamentos de fragrâncias, por subcategoria, top 5 países e Brasil, janeiro de 2014-julho de 2017
 Frascos inovadores atraem alguns consumidores brasileiros
 Perfumes em formatos inovadores podem atrair interesse de algumas consumidoras
 Figura 13: Lançamentos de fragrâncias, por posicionamento, top 5 países e Brasil, janeiro de 2014-julho de 2017

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Homens são mais propensos do que mulheres a possuir um frasco de perfume
 Há oportunidades para aumentar consumo dos homens com 45 anos ou mais
 Brasileiros usam mais perfumes para ir trabalhar e sair à noite
 Homens entre 16 e 24 anos preferem fragrâncias frescas
 Confiança na marca é critério mais importante de escolha de um perfume
 Perfumes são mais comprados para presentear alguém

Quantidade de Perfumes

Maioria dos brasileiros possui mais de um frasco de perfume em casa
 Figura 14: Quantidade de perfumes, maio de 2017
 Embalagens inovadoras podem atrair homens à compra
 Figura 15: Quantidade de perfumes, por gênero, maio de 2017
 Brasileiros não usam todos os perfumes que possuem em casa
 Figura 16: Quantidade de perfumes, por uso de perfumes, maio de 2017

Uso de Perfumes

Cosméticos que ajudem a potencializar ação de fragrâncias podem aumentar uso de 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 - Setembro 2017

Preço do relatório: £3085.18 | \$3995.00 | €3666.43

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

Figura 17: Uso de perfumes, maio de 2017

Perfumes que ajudam a remover odor corporal podem atrair homens com mais de 45 anos

Figura 18: Uso de perfumes, por gênero masculino, maio de 2017

Ocasões de Uso

Perfumes podem fazer parte do look do dia

Figura 19: Ocasões de uso, Brasil, maio de 2017

Fragrâncias que ajudam a relaxar podem atrair homens

Figura 20: Ocasão de uso "para trabalhar", por gênero e faixa etária 45 anos ou mais, maio de 2017

Parcerias com serviços de transporte podem influenciar o consumo da classe AB

Figura 21: Ocasão de uso "para saídas durante o dia (por ex., shopping, mercado, etc.)", por classe social, maio de 2017

Fragrância Preferida

Fragrância amadeirada é a preferida por quase metade dos brasileiros

Figura 22: Fragração preferida, maio de 2017

Existem diferenças entre a preferência de fragrâncias dos homens

Figura 23: Fragração preferida, por gênero masculino e fragrâncias selecionadas, maio de 2017

Atributos Importantes

Há oportunidade para marcas de outros segmentos terem suas próprias fragrâncias

Figura 24: Atributos importantes, maio de 2017

Canal online pode influenciar a compra de perfumes na região Nordeste

Figura 25: Atributos importantes, por região, maio de 2017

Recomendação de consultores é importante para classes DE

Figura 26: Atributos importantes, por classe socioeconômica e frases selecionadas, maio de 2017

Atitudes e Comportamento

Marcas podem explorar mais kits para presentes com perfumes

Figura 27: Atitudes e comportamento, maio de 2017

Perfumes customizados podem converter mais homens jovens a serem compradores

Figura 28: Atitudes e comportamento, por gênero masculino e faixa etária, maio de 2017

Outros produtos com fragrâncias conhecidas podem atrair consumidores desempregados

Figura 29: Atitudes e comportamento, por situação atual de trabalho, maio de 2017

Apêndice – Abreviações

Abreviações

Apêndice – Tamanho de Mercado e Previsão

Mercado e previsão

Figura 30: Vendas no varejo de fragrâncias, em valor – Brasil, 2012-22

Figura 31: Previsão de vendas no varejo de fragrâncias, por valor – Brasil, 2012-22

Figura 32: Participação dos líderes de vendas no varejo de fragrâncias, por valor – Brasil, 2015-16

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