

Perfumes - Brasil - Outubro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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



“A categoria de perfumes no Brasil é uma das que mais cresce no país. Graças às movimentações constantes das marcas nacionais (que têm expandido seus canais de venda e trazido novas fragrâncias ao mercado) e o hábito cultural do brasileiro de se perfumar, as vendas desses produtos têm crescido.”

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

Este relatório responde às seguintes questões:

Porém, essa é uma categoria que inova principalmente com fragrâncias diferentes, não trazendo ao mercado produtos inovadores, que chamem a atenção dos consumidores. Formatos diferentes, benefícios que vão além da perfumação e voltados para certos grupos demográficos poderiam trazer uma maior diferenciação ao mercado.

- Mercado de perfumes no Brasil poderia trazer mais inovações
- Consumidores deveriam ser melhor educados quanto aos melhores perfumes para eles
- Consumidores mais velhos veem perfumes como produtos muito pessoais para serem dados como presente

**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

Perfumes - Brasil - Outubro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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 de perfumes no Brasil poderia trazer mais inovações

Consumidores deveriam ser melhor educados quanto aos melhores perfumes para eles

Figura 1: Atitudes em relação a perfumes, agosto de 2018

Consumidores mais velhos veem perfumes como produtos muito pessoais para serem dados como presente

Figura 2: Atitudes em relação a perfumes, agosto de 2018

Oportunidades

Insumos vindos da biodiversidade brasileira poderiam ajudar o mercado a reduzir impacto da alta do dólar

Primers aplicados antes ou depois dos perfumes poderiam ajudar na prolongação da fragrância

Figura 3: Interesse em inovações, agosto de 2018

Marcas poderiam investir em fragrâncias que aumentem a energia das mulheres

Figura 4: Interesse em benefícios adicionais nos perfumes, por 'aumento de energia', agosto de 2018

O que nós pensamos

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Marcas nacionais têm forte participação no aumento das vendas da categoria

Alguns fatores econômicos e climáticos poderão influenciar a categoria de perfumes no Brasil

Perfumes masculinos e que protejam contra insetos abrem espaço para inovação

Mercado e Previsão

Expansão dos canais de venda das líderes do mercado pode ter influenciado crescimento no varejo de perfumes

Figura 5: Vendas no varejo de perfumes, em valor – Brasil, 2013-23

Figura 6: Previsão de vendas no varejo de perfumes, por valor – Brasil, 2013-23

Fatores Que Influenciarão o Mercado

Alta do dólar pode incentivar insumos vindos da biodiversidade brasileira

Fragrâncias mais leves podem trazer inovação, ainda mais em regiões de altas temperaturas

Marcas investem em perfumes masculinos no Brasil

Doenças causadas por mosquitos podem trazer oportunidades à categoria

Empresas, Marcas e Inovações - O Que Você Precisa Saber

Marcas nacionais investem nos seus produtos de perfumaria

Marcas investem em campanhas e nomes conhecidos para divulgar seus novos produtos

Sustentabilidade, relaxamento e sazonalidade também são tendências na categoria de perfumes

Participação de Mercado

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

Perfumes - Brasil - Outubro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Grupo Boticário e Natura reforçam sua comunicação baseada na perfumaria

Figura 7: Participação dos líderes de vendas no varejo de perfumes, por valor – Brasil, 2016-17

Campanhas e Ações de Marketing

Avon lança novo perfume masculino

Figura 8: Campanha "Segno. A marca do novo líder", da Avon, junho de 2018

O Boticário aproveita Dia dos Namorados para divulgar novos perfumes

Figura 9: Campanha "Videogame", de O Boticário, maio de 2018

Linha Floratta aumenta seu portfólio

Figura 10: Campanha do novo perfume Floratta Amor de Lavanda, de O Boticário, março de 2018

Natura realiza ação nas ruas de São Paulo para divulgar Essencial Oud

Figura 11: Campanha "Essencial Oud – Acenda a química do seu amor", da Natura, maio de 2018

Novo eau de parfum Verum é lançado pela Natura

Figura 12: Campanha Natura Homem Verum, julho de 2018

Eudora traz a atriz Grazi Massafera como garota-propaganda de novo perfume

Figura 13: Campanha de lançamento do La Victorie Eau de Parfum, da Eudora, março de 2018

Campanha mostra perfumes da Hinode

Figura 14: Campanha "Meu amor perfuma o mundo", da Hinode, maio de 2018

Quem Está Inovando?

Perfumes mais sustentáveis podem atrair alguns consumidores

Figura 15: Lançamentos globais de perfumes, por posicionamentos selecionados, top 5 países e Brasil, janeiro de 2016 - julho de 2018

Perfumes têm o poder de trazer relaxamento aos consumidores

Figura 16: Lançamentos globais de perfumes por posicionamento "aromaterapia", top 5 países e Brasil, janeiro de 2016 - julho de 2018

Marcas podem desenvolver perfumes sazonais a partir de datas comemorativas

Figura 17: Lançamentos globais de perfumes, por posicionamento "sazonal", top 5 países, janeiro de 2016 - julho de 2018

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Deo parfums amadeirados e perfumes capilares customizados são oportunidades de inovação

Inovações podem trazer diversificação para a categoria de perfumes

Marcas poderiam agregar maior valor aos perfumes adicionando outros benefícios aos produtos

Há oportunidades para perfumes para diferentes ocasiões e com fragrâncias semelhantes a dos importados

Consumidores ainda consideram difícil achar uma fragrância que combine com eles

Tipos de perfumes usados

Deo parfum com fragrância amadeirada pode atrair alguns homens

Figura 18: Tipos de perfumes usados, agosto de 2018

Pesquisa revela espaço para perfumes capilares customizados

Figura 19: Tipos de perfumes usados, agosto de 2018

Interesse em inovações

Primers aplicados antes ou depois dos perfumes poderiam ajudar na prolongação da fragrância

Figura 20: Interesse em inovações, agosto de 2018

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

Perfumes - Brasil - Outubro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Dispositivos caseiros que liberem aromas de acordo com humor interessam algumas mulheres mais jovens

Figura 21: Interesse em inovações, por faixa etária feminina, agosto de 2018

Perfumes para o banho que hidratem a pele podem inovar na categoria

Figura 22: Interesse em inovações, agosto de 2018

Interesse em benefícios adicionais nos perfumes

Alguns consumidores podem se interessar por perfumes com efeito "cooling"

Figura 23: Interesse em benefícios adicionais nos perfumes, agosto de 2018

Marcas poderiam investir em fragrâncias que aumentem a energia das mulheres

Figura 24: Interesse em benefícios adicionais nos perfumes, por aumento de energia, agosto de 2018

Muitos nordestinos têm interesse em perfumes que ajudem a repelir insetos

Figura 25: Interesse em benefícios adicionais nos perfumes, por repelente de insetos, agosto de 2018

Comportamento em relação a perfumes

Kits com fragrâncias para o dia e a noite podem atrair alguns consumidores

Figura 26: Comportamento em relação a perfumes, agosto de 2018

Algumas mulheres demonstram interesse por perfumes cujas fragrâncias se pareçam com perfumes importados

Figura 27: Comportamento em relação a perfumes, agosto de 2018

Atitudes em relação a perfumes

Consumidores deveriam ser melhor educados quanto aos melhores perfumes para eles

Figura 28: Atitudes em relação a perfumes, agosto de 2018

Marcas podem atrair nordestinos com perfumes unissex

Figura 29: Atitudes em relação a perfumes, agosto de 2018

Há oportunidades para atrair os consumidores mais velhos que consideram perfumes como presentes muito pessoais

Figura 30: Atitudes em relação a perfumes, agosto de 2018

Apêndice – Abreviações

Abreviações

Apêndice – Tamanho de Mercado e Previsão

Mercado e previsão

Figura 31: Vendas no varejo de perfumes, em valor – Brasil, 2013-23

Figura 32: Previsão de vendas no varejo de perfumes, por valor – Brasil, 2013-23

Figura 33: Participação dos líderes de vendas no varejo de perfumes, por valor – Brasil, 2016-17

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