

Perfumes - Brasil - 2021

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.

Este relatório analisa as seguintes áreas

- Impactos da pandemia na categoria de perfumes até o momento, e em médio e longo prazos
- Análise sobre consumo atual de produtos perfumados
- Análise sobre frequência de uso de produtos perfumados atual e futuramente
- Estudo sobre razões para o uso de produtos perfumados
- Comportamentos em relação ao consumo e ao uso de produtos perfumados

Apesar de terem adotado hábitos mais minimalistas em outras categorias de beleza, os brasileiros mantiveram o uso de produtos perfumados como parte importante de suas rotinas. Durante a pandemia o uso de fragrâncias ajudou os consumidores a relaxar e aliviar a tensão de tempos incertos, seja através do uso de perfumes ou investindo em produtos perfumados para a casa, categoria que cresceu em função do isolamento social. O consumo online de produtos perfumados trouxe a necessidade para se investir em experiências de experimentação mais convenientes e adaptadas às novas demandas por maior higiene e segurança na testagem de produtos.

O agravamento da crise socioeconômica fez com que muitos consumidores optassem por versões mais acessíveis de seus produtos perfumados, abrindo oportunidade para que marcas nacionais investissem em fórmulas mais baratas, mas que oferecessem os benefícios esperados. O retorno das interações sociais e do uso de perfumes fora do lar abre espaço para que as marcas inovem por meio de claims relacionados à proteção contra microorganismos ou para que ofereçam embalagens que facilitem aplicação em movimento.



“Os brasileiros, que sempre foram conhecidos pelo uso assíduo de perfumes, mantiveram esse produto como parte importante de sua rotina, seja como uma etapa complementar de higiene ou para ajudá-los a relaxar. O uso de perfumes em casa abriu espaço para que a categoria de aromatizadores para ambientes ampliasse seu alcance.”

– **Amanda Caridad, analista sênior de Beleza e Cuidados Pessoais**

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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



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
- Principais pontos deste Relatório
- Definição
- COVID-19: contexto de mercado

RESUMO EXECUTIVO

- Visão geral do mercado
- Impacto da COVID-19 na categoria de perfumes
 Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazos para perfumes, outubro de 2021
- Mintel Trend Drivers
 Figura 2: Mintel Trends Drivers
- Desafios
- Cenário econômico preocupa, com aumento da inflação e redução do poder de compra
- Marcas têm missão de ajudar consumidores a criar ocasiões de consumo de produtos perfumados em casa
- Homens mais jovens buscam por versões mais acessíveis de perfumes, mas sem abrir mão de qualidade
- Oportunidades
- Desodorantes com benefícios holísticos podem ajudar brasileiros que moram sozinhos a lidar com a tensão
- Embalagens portáteis para uso em movimento podem impulsionar consumo entre brasileiros que usam perfume diariamente
- Marcas podem investir em campanhas de lançamento de perfumes em redes sociais para atrair homens mais jovens

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Taxa de desemprego recua, graças ao aumento do número de trabalhadores autônomos e informais
- Cenário econômico preocupa, com aumento da inflação e redução do poder de compra
- Segmento de perfumaria cresceu 22%, impulsionado por datas comemorativas e pelo consumo expressivo de perfumes femininos

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- Empresas e marcas

O que está incluído

- Resumo Executivo
- Relatório Completo (PDF)
- Visão Geral Infográfica
- Apresentação (PowerPoint)
- Livro de Dados Interativo
- Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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

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.

- **Natura Luna convida mulheres a viverem sem vergonha com fragrâncias que combinam ativos da biodiversidade brasileira**

Figura 3: Lançamento de Luna Valentia – Brasil, março de 2021

Figura 4: Novo Luna Confiante: Viva sem vergonha de ser confiante – Brasil, agosto de 2021

- **Com testes neurocientíficos, Natura lança linha Humor Mood que acompanha rotina dos consumidores jovens da marca**

Figura 5: Reels em parceria com @esmenino para campanha #CurtaCadaMood – Brasil, agosto de 2021

- **O Boticário e Tinder se uniram para comemorar Dia dos Namorados**

Figura 6: O Boticário, Tinder e Gil de Vigor se unem para celebrar Dia dos Namorados – Brasil, junho de 2021

- **O.U.i é nova marca de perfumaria desenvolvida pelo Grupo Boticário na França**

Figura 7: Chegou O.U.i – França, abril de 2021

- **O Boticário inova ao entregar Malbec Bleu usando drones**

Figura 8: Boticário entrega novo Malbec Bleu com drones – Brasil, março de 2021

- **O Boticário lança experiência Privée para criação de perfumes exclusivos em sua nova loja-conceito**

Figura 9: Experiência Privée O Boticário – Brasil, novembro de 2020

- **Natura, em parceria com start-up de tecnologia, disponibiliza cheiro digital para experimentação de suas fragrâncias**

Figura 10: Natura disponibiliza ferramenta MultiScent 20 em lojas físicas e para suas consultoras

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

QUEM ESTÁ INOVANDO?

- **Ação antibacteriana é novo atributo funcional que pode ser oferecido por produtos perfumados**

Figura 11: Total de lançamentos globais por categoria com posicionamento “antibacteriano”, janeiro de 2019 a agosto de 2021

Figura 12: Produtos perfumados com ação antibacteriana

Figura 13: Perfumes antibacterianos L'À MOIT – China, dezembro de 2020

- **Formato refil pode atrair brasileiros que usam perfume diariamente e que buscam por meios de economizar**

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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.

Figura 14: Total de lançamentos globais de perfumes considerando "refil" como variante – janeiro de 2019 a agosto de 2021

Figura 15: Perfumes que podem ser recarregáveis

ESTUDOS DE CASO

- **O Boticário emociona seguidores e consumidores após fabricar perfume exclusivo para a mãe que perdeu filho para a COVID-19**

Figura 16: O Boticário volta a fabricar perfume Annete após pedido nas redes sociais – Brasil, abril de 2021

- **Após aporte milionário e reconhecimento internacional inédito, Amyi destaca-se na categoria de perfumaria fina**

Figura 17: Amyi convida consumidores a uma jornada olfativa

Figura 18: Eau de Parfum Amyi VIII – Brasil, janeiro de 2020

O CONSUMIDOR – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- **Aromatizadores de ambientes podem ajudar consumidores a prolongarem sensação de limpeza no lar**
- **Marcas podem ajudar mães a resgatarem a autoestima através do uso de colônias**
- **Fragrância de longa duração é apelo importante em hidratantes corporais para mulheres mais jovens**
- **Uso de produtos perfumados pode ajudar brasileiros que trabalham e estudam a relaxar**
- **Homens que são pais irão buscar por fragrâncias mais acessíveis para presentear amigos e familiares**
- **Saudosismo durante a pandemia aumenta busca por fragrâncias inspiradas na infância**

USO ATUAL DE PRODUTOS PERFUMADOS

- **Desodorantes com benefícios holísticos podem ajudar brasileiros que moram sozinhos a lidar com a tensão**

Figura 19: Uso atual de produtos perfumados, por relacionamento e situação residencial – Brasil, agosto de 2021

Figura 20: Mindalt criou produtos e experiências que promovem melhora do humor

Figura 21: Desodorantes que promovem benefícios holísticos

- **Aromatizadores de ambientes podem aumentar participação ao ajudarem consumidores a prolongar sensação de limpeza**

Figura 22: Uso atual de produtos perfumados, por classificação socioeconômica – Brasil, agosto de 2021

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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.

Figura 23: Aromatizadores para ambientes que ajudam a prolongar sensação de limpeza no lar

- **Perfumes para cabelo podem incorporar benefícios de tratamento na rotina de cuidados capilares**

Figura 24: Uso atual de produtos perfumados, por gênero e idade – Brasil, agosto de 2021

Figure 25: Perfumes que além de refrescar, oferecem benefícios aos cabelos

FREQUÊNCIA DO USO DE PRODUTOS PERFUMADOS

- **Embalagens portáteis de perfumes favoritos podem impulsionar consumo de perfume fora de casa**

Figura 26: Frequência do uso de produtos perfumados, por situação de emprego e trabalho remoto – Brasil, agosto de 2021

Figura 27: Versões portáteis de perfumes icônicos

- **Uso diário de colônias pode ajudar mulheres que são mães a resgatar a autoestima**

Figura 28: Frequência do uso de produtos perfumados, por situação parental e gênero – Brasil, agosto de 2021

Figura 29: Águas de colônia femininas

FREQUÊNCIA DO USO DE PRODUTOS PERFUMADOS DEPOIS DA PANDEMIA

- **Fragrância de longa duração é apelo importante em hidratantes corporais para mulheres mais jovens**

Figura 30: Frequência do uso de produtos perfumados depois da pandemia, por gênero e idade – Brasil, agosto de 2021

Figura 31: Hidratantes corporais que oferecem fragrâncias de longa duração

- **Homens com 16 a 34 anos são os que mais seriam influenciados a testar novos perfumes após visualizarem conteúdos nas redes sociais**

Figura 32: Frequência do uso de produtos perfumados depois da pandemia, por gênero e idade – Brasil, agosto de 2021

Figura 33: Reels com o produtor KondZilla se preparando para o Prêmio Multishow 2020 – Brasil, novembro de 2020

Figura 34: Publicação da Natura sobre parceria com o Prêmio Multishow – Brasil, novembro de 2020

- **Brasileiros das classes AB podem se interessar por velas perfumadas que ajudem a reenergizar o ambiente no pós-pandemia**

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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.

Figura 35: Frequência do uso de produtos perfumados depois da pandemia, por classificação socioeconômica – Brasil, agosto de 2021

Figura 36: Velas perfumadas que prometem reenergizar o ambiente

RAZÕES PARA O USO DE PRODUTOS PERFUMADOS

- **Fragrâncias podem ajudar homens mais jovens a se sentirem autoconfiantes em público**

Figura 37: Razões para o uso de produtos perfumados, por gênero e idade – Brasil, agosto de 2021

Figura 38: Perfume e desodorante Paco Rabanne Phantom

Figura 39: Perfume e desodorante Carolina Herrera Bad Boy

- **Uso de produtos perfumados pode ajudar brasileiros que trabalham e estudam a relaxar**

Figura 40: Razões para o uso de produtos perfumados, por situação como estudante e de trabalho – Brasil, agosto de 2021

Figura 41: Perfumes eau de parfum Vyrao

Figura 42: Exemplos de perfumes que promovem relaxamento

COMPORTEAMENTO DE COMPRA DE PRODUTOS PERFUMADOS

- **Marcas têm desafio de ampliar experimentação de fragrâncias no ambiente online**

Figura 43: Comportamento de compra de produtos perfumados, por classificação socioeconômica – Brasil, agosto de 2021

Figura 44: Fiole Fragrance Finder

- **Datas comemorativas podem impulsionar consumo de produtos perfumados entre homens que são pais**

Figura 45: Comportamento de compra de produtos perfumados, por situação parental e gênero – Brasil, agosto de 2021

Figura 46: Produtos perfumados mais acessíveis para presentear

- **Apesar do interesse por fragrâncias premium, homens mais jovens são atraídos por opções mais acessíveis**

Figura 47: Comportamento de compra de produtos perfumados, por gênero e idade – Brasil, agosto de 2021

Figura 48: Dossier oferece perfumes inspirados em fragrâncias icônicas

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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.

COMPORTAMENTO DE USO DE PRODUTOS PERFUMADOS

- Marcas têm missão de ajudar consumidores a criar ocasiões de consumo de produtos perfumados em casa**
 Figura 49: Comportamento de uso de produtos perfumados, por situação de emprego e trabalho remoto – Brasil, agosto de 2021
 Figura 50: Perfumes para ocasiões especiais em casa
- Perfumes com fragrâncias nostálgicas podem ser bem aceitos pelos consumidores mais jovens**
 Figura 51: Comportamento de uso de produtos perfumados, por idade – Brasil, agosto de 2021
 Figura 52: Perfumes que evocam lembranças da infância
 Figura 53: Boticollection é edição limitada de fragrâncias que marcaram gerações
 Figura 54: No Dia da Saudade O Boticário convida consumidores a relembrem seu primeiro perfume – Brasil, janeiro de 2021

APÊNDICE – ABREVIACÕES

APÊNDICE – TAMANHO DE MERCADO E PARTICIPAÇÃO

- Tamanho de mercado**
 Figura 55: Vendas no setor de perfumaria, em valor – Brasil, 2014-21
- Participação de mercado**
 Figure 56: Participação dos líderes de vendas no setor de perfumaria, por valor – Brasil, 2019-20

O que está incluído

- Resumo Executivo
- Relatório Completo (PDF)
- Visão Geral Infográfica
- Apresentação (PowerPoint)
- Livro de Dados Interativo
- Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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



Sobre a Intel

A Intel é **especialista em identificar o que os consumidores desejam e por quê**. Como líderes mundiais em inteligência de mercado, nossas análises de consumidores, mercados, inovações de produtos e cenários competitivos fornecem uma perspectiva única sobre as economias globais e locais. Desde 1972, nossas análises preditivas e recomendações de especialistas permitem que nossos clientes tomem melhores decisões de negócios com mais rapidez.

Nosso objetivo é ajudar empresas e pessoas a crescer. Para saber como fazemos isso, visite [intel.com](https://www.mintel.com).