

Hábitos de Higiene Pessoal - Brasil - Fevereiro 2020

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.



“Apesar do cenário de crise econômica, que levou à diminuição do poder de compra dos brasileiros, as categorias de cuidados e higiene pessoal são essenciais para a população, que não deixou de consumir, mas que optou por marcas e varejistas com melhores condições de preço.”

– **Amanda Caridad**, analista sênior de beleza e cuidados Pessoais

Este relatório responde às seguintes questões:

- Índices de desemprego e de crescimento da indústria de higiene pessoal apresentam melhora moderada
- Consumidores com filhos buscam por serviços que ofereçam praticidade e comodidade na compra de produtos
- Além dos preços competitivos, consumidores buscam por experiência de compra aliada a entretenimento no atacarejo
- Desconforto com uso de lenços de papel incentiva marcas a oferecerem opções mais suaves aos consumidores

As categorias de higiene e cuidados pessoais têm alta penetração entre os consumidores brasileiros, com 91% dos brasileiros afirmando ter comprado produtos de cuidados pessoais, e 86%, produtos da categoria de papel higiênico, lenços de papel e lenços umedecidos. A fim de trazer inovações aos consumidores, as marcas têm apostado no desenvolvimento de produtos com apelo sustentável, como embalagens com refil ou que sejam menos prejudiciais ao meio ambiente, respondendo à demanda contínua dos consumidores por marcas com atitudes responsáveis com o meio ambiente. No caso da categoria de higiene feminina, têm-se observado um esforço contínuo de diferentes players em desmistificar os tabus existentes em relação à menstruação e à higiene feminina, com discursos cada vez mais inclusivos e de empoderamento das mulheres.

**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

Hábitos de Higiene Pessoal - Brasil - Fevereiro 2020

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

Índices de desemprego e de crescimento da indústria de higiene pessoal apresentam melhora moderada

Consumidores com filhos buscam por serviços que ofereçam praticidade e comodidade na compra de produtos

Além dos preços competitivos, consumidores buscam por experiência de compra aliada a entretenimento no atacarejo

Desconforto com uso de lenços de papel incentiva marcas a oferecerem opções mais suaves aos consumidores

Oportunidades

Bem-estar e sustentabilidade são atributos importantes para mulheres que consomem produtos de higiene feminina

Varejistas podem alavancar vendas de papel higiênico no ambiente online, oferecendo condições especiais de preço e frete

Marcas de cuidado bucal podem associar benefícios funcionais e de saúde do microbioma através de formulações naturais

Homens mais jovens são mais propensos a usar produtos de cuidados orais considerados premium a fim de evitar visitas frequentes ao dentista

O que nós pensamos

Fatores que Influenciarão o Mercado

Brasil registra 12,8 milhões de brasileiros em situação de desemprego em 2019

Em 2019 o Senado aprovou propostas que geraram impacto positivo na economia

Desvalorização do real pode elevar preços de itens de higiene e cuidados pessoais

Até outubro de 2019, indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos registrou crescimento moderado

Natura torna-se a quarta maior empresa de cosméticos do mundo após compra da Avon

Apesar de apresentar bons resultados no Brasil, Coty planeja venda das operações no país

Empresas, Marcas e Inovações – O que você precisa saber

Sustentabilidade é tema em destaque entre principais players de cuidados pessoais e papel higiênico

Interesse por ingredientes naturais e posicionamento sustentável impulsiona lançamentos de produtos de cuidado bucal e higiene íntima

Oral-B Genius X aposta em tecnologia para ensinar o consumidor a escovar os dentes como um profissional

Campanhas e Ações de Marketing

Em edição limitada, Colgate Luminous White traz embalagens com rostos de jovens inspiradores

Figura 1: Colgate Luminous White lança embalagens com imagens de jovens inspiradores, maio de 2019

Sempre Livre se une à Pantys para lançar calcinha absorvente no Dia da Menstruação

Figura 2: Marca Sempre Livre lança calcinha menstrual em parceria com a Pantys – Brasil, maio de 2019

Campanha "Sorrir Faz Sorrir" da Colgate distribui kits de higiene bucal em comunidades carentes em todo o Brasil

Figura 3: Vídeo da campanha "Sorrir Faz Sorrir" da Colgate-Palmolive, outubro de 2019

Com a aquisição da Hello Products, Colgate expande sua presença entre consumidores mais jovens

Figura 4: Exemplo de caixa enviada a assinantes do plano da Hello Products

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

Hábitos de Higiene Pessoal - Brasil - Fevereiro 2020

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.

Avon passa a divulgar logotipo "Ligue 180" em embalagens de produtos

Figura 5: Logo "Ligue 180" em embalagens de produtos da Avon no Brasil, dezembro, 2019

Avon oficializa fim de testes em animais em todo o mundo

Granado comemora 150 anos de vida como botica mais tradicional do Brasil com exposição no Rio de Janeiro

Figura 6: Casa Granado comemora 150 anos com embalagens especiais, janeiro, 2020

Copapa lança primeiro papel higiênico sustentável, com embalagem plástica que vira adubo

Figura 7: Papel higiênico Carinho Eco Green é lançado pela Copapa – Brasil, janeiro de 2020

Quem está inovando?

Consumidores alegam interesse por formulações de higiene bucal com ingredientes naturais

Figura 8: total de lançamentos de produtos de higiene bucal com claims do segmento "natural", por região, janeiro de 2017-2020

Figura 9: Pastas de dente com claims de naturalidade

Mulheres demonstram interesse por produtos de higiene íntima com apelo sustentável

Figura 10: Total lançamentos de produtos de Higiene Íntima com claims da categoria "Ético / Ambiental", por região, janeiro de 2017-20

Figura 11: Absorvente interno Love Mousse – França – Novembro de 2019

Figura 12: Produtos de Higiene íntima da Einhorn Products – Alemanha – Novembro de 2019

Figura 13: Einhorn Products compartilha vídeo sobre ações sustentáveis e sociais na Tanzânia

Estudo de caso

The Flex Company promete maior conforto e liberdade às mulheres durante o período menstrual

Figura 14: Flex oferece discos menstruais flexíveis e coletores menstruais – Estados Unidos

Oral-B Genius X possibilita aos consumidores monitorarem sua escovação com tecnologia de inteligência artificial

Figura 15: Oral-B lança escovas com inteligência artificial – Estados Unidos, março de 2019

Figura 16: Oral-B Genius apresenta escova com tecnologia de Inteligência Artificial para perfeita escovação, março de 2019

O Consumidor – O que você precisa saber

Serviços digitais de entrega oferecem comodidade e praticidade à rotina de consumidores com filhos

Varejistas podem incentivar compra de papel higiênico, lenços de papel e lenços umedecidos online

Busca por visual mais jovem aumenta demanda por produtos embelezadores para os dentes

Controle de odor e proteção antibacteriana estão entre os benefícios mais desejados por brasileiras

Brasileiros em situação de desemprego podem ser atraídos por ações de sustentabilidade em troca de descontos e recompensas

Brasileiras já associam uso de coletores menstruais a práticas mais sustentáveis

Produtos comprados

Serviços digitais de entrega oferecem comodidade e praticidade à rotina de consumidores com filhos

Figura 17: Produtos comprados, de acordo com presença de filhos na residência – Brasil, dezembro, 2019

Figura 18: Aplicativo para smartphone Avocado entrega produtos para pais e mães em domicílio - Brasil

Empresas de higiene feminina podem inovar em produtos com foco em bem-estar para mulheres jovens

Figura 19: Produtos comprados, por mulheres, por faixa etária – Brasil – Dezembro de 2019

Figura 20: Cora e MYLILY oferecem absorventes que prometem conforto na rotina da mulher moderna

Figura 21: Marca Thinx oferece calcinhas absorventes e linha de roupas esportivas para mulheres ativas

Figura 22: Ruby e ModiBodi oferecem maiôs e roupas esportivas para mulheres que queiram nadar durante período menstrual

**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

Hábitos de Higiene Pessoal - Brasil - Fevereiro 2020

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.

Canais de compra

Varejistas podem incentivar compra de papel higiênico, lenços de papel e lenços umedecidos online

Figura 23: Canais de Compra por categoria e canal – Brasil, dezembro de 2019

Atacadistas podem apostar em ações de entretenimento para melhorar experiência de compra

Figura 24: Canais de compra por gênero e idade, e categoria de produtos – Brasil, dezembro de 2019

Compra de itens de cuidado pessoal e beleza atraem classes A e B, que buscam por suporte de especialistas

Figura 25: Canais de compra por classificação socioeconômica – Brasil, dezembro de 2019

Fatores de decisão de compra: produtos de cuidado bucal

Associação entre benefícios funcionais e de saúde do microbioma são oportunidade para cuidados orais

Figura 26: Fatores de decisão de compra: produtos de cuidado bucal – Brasil, dezembro de 2019

Figura 27: produtos de higiene bucal com benefícios para o equilíbrio do microbioma oral

Busca por visual mais jovem aumenta demanda por produtos embelezadores para os dentes

Figura 28: Fatores de decisão de compra: produtos de cuidado bucal, por faixa etária – Brasil, dezembro de 2019

Figura 29: Produtos de uso bucal que oferecem benefício de branqueamento dos dentes

Inovações em ingredientes podem atrair público masculino em busca de proteção contra mau hálito

Figura 30: Fatores de decisão de compra: produtos de cuidado bucal, por gênero – Brasil, dezembro de 2019

Figura 31: Produtos de cuidado bucal com benefício de combate ao mau hálito

Figura 32: Pasta dental sólida da Ascentical "Feste Zanhpasta" (França – Setembro de 2018)

Fatores de decisão de compra: produtos de higiene íntima

Controle de odor e proteção antibacteriana estão entre os benefícios mais desejados por brasileiras

Figura 33: Fatores de decisão de compra: produtos de higiene íntima – Brasil, dezembro de 2019

Figura 34: "Prean Toilet Paper Spray" transforma papel higiênico em lenço umedecido – Estados Unidos

Marcas podem investir em formatos e em ingredientes naturais que entreguem frescor às consumidoras

Figura 35: Fatores de decisão de compra: produtos de higiene íntima, por faixa etária e gênero – Brasil, dezembro de 2019

Figura 36: Produtos de higiene feminina com benefício de refrescante/respirável

Figura 37: Produtos desodorantes e de limpeza para higiene íntima

Empresas associadas a valores sustentáveis inovam ao desmistificar temas polêmicos sobre saúde feminina

Figura 38: Dame lança primeiro aplicador de absorvente interno reutilizável

Figura 39: "How to use (and reuse) your DAME applicator" – Novembro de 2019

Figura 40: Calcinhas absorventes da marca brasileira Pantys – Brasil, julho de 2017

Figura 41: "Conheça a Pantys - a calcinha absorvente – Brasil, julho de 2017

Percepção sobre marcas

Brasileiros em situação de desemprego podem ser atraídos por ações de sustentabilidade em troca de descontos e recompensas

Figura 42: Percepção sobre marcas, por situação profissional e por categoria de produto – Brasil, dezembro de 2019

Figura 43: Love Beauty & Planet instala pontos de reciclagem de embalagens usadas e refis em São Paulo – Brasil, janeiro de 2020

Produtos de cuidados bucais podem atrair homens refletindo sua personalidade

Figura 44: Percepção sobre marcas, por gênero e faixa etária – Brasil, dezembro de 2019

Figura 45: Produtos de cuidado bucal destinados ao público masculino

**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

Hábitos de Higiene Pessoal - Brasil - Fevereiro 2020

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.

Marcas de beleza podem atrair classes A e B em campanhas que despertem a curiosidade por lançamentos

Figura 46: Percepção sobre marcas por classificação socioeconômica – Brasil – Dezembro de 2019

Figura 47: Boticário lança Cuide-se Bem Beijinho distribuindo amostras gratuitas – Brasil, janeiro de 2020

Atitudes e hábitos em relação a produtos de higiene pessoal

Homens se mostraram mais incomodados com o desconforto causado pelo uso frequente de lenços de papel

Figura 48: Atitudes e hábitos em relação a produtos de higiene pessoal – CHAID – Tree Output – Brasil, dezembro de 2019

Figura 49: Lenços de papel que oferecem toque suave à pele durante uso

Brasileiras já associam uso de coletores menstruais a práticas mais sustentáveis

Figura 50: Atitudes e hábitos em relação a produtos de higiene pessoal, por gênero e idade – Brasil, dezembro de 2019

Figura 51: Coletor Menstrual OrganiCup - Reino Unido

Figura 52: Coletor menstrual DivaCup - Estados Unidos

Apêndice – Abreviações

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