

Natural Personal Care 2009: Brazil Competitive Brand Assessment and Ingredient Analysis

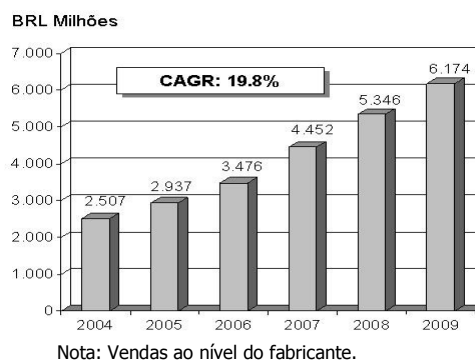
Descrição Brasil

Definição

O relatório "Natural Personal Care 2009: Brazil Competitive Assessment and Ingredient Analysis", analisa detalhadamente o mercado de cosméticos posicionados como "naturais" no Brasil, segmentados por empresa, categoria de produto e canal de distribuição.

O Mercado Brasileiro

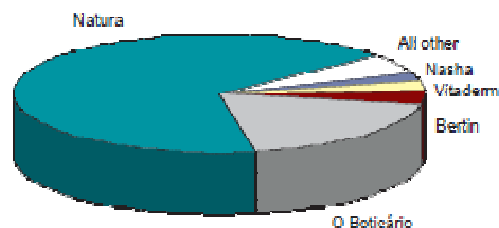
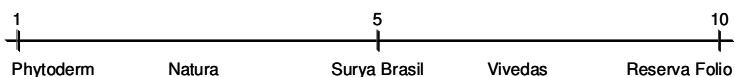
O mercado brasileiro atingiu cerca de R\$ 6,2 bilhões (preço fábrica) em 2009, com taxa anual de crescimento de 19,8% nos últimos 5 anos. O mercado é dominado por produtos "inspirados" no conceito de natural (97%). Fragrâncias é a categoria de produtos mais vendida neste segmento.



Competitividade de mercado

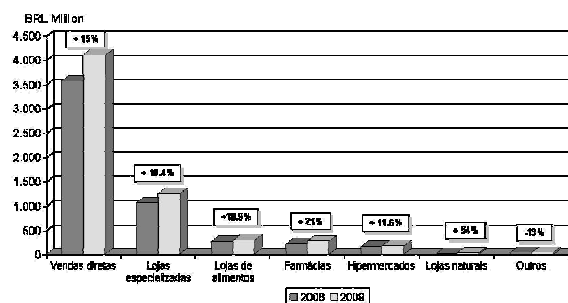
Natura e O Boticário são os principais players desta indústria. Os 10 maiores players do mercado correspondem por quase 99% das vendas do mercado total em 2009.

Ranking de Naturalidade (Metodologia Factor de Solução/Kline):



Canais de Distribuição

As vendas diretas dominam o mercado de cosméticos naturais com 67% de share. O canal de lojas especializadas (exemplo: Ikesaki) soma 20% de share de distribuição. Lojas de produtos naturais (exemplo: Mundo Verde) correspondem ao canal do varejo que cresce mais rápido, 54%.



Expectativas futuras

A estimativa para o mercado de cosméticos naturais é de superar a marca de BRL 11 bilhões em 2014. O crescimento das vendas de marcas verdadeiramente naturais deve ultrapassar as vendas de marcas inspiradas no natural nos próximos 5 anos.

