

## Męska obecność w świecie beauty

data aktualizacji: 2019.07.02



**Według firmy badawczej Euromonitor International globalny rynek męskiej pielęgnacji ma osiągnąć 60,7 mld dol. w 2020 roku, czyli 51,4 mld euro i potroić swoje przychody z 2015 roku.**

Sektor kosmetyków dla mężczyzn ma przed sobą tłuste lata, i to w skali globalnej. Na rynkach azjatyckich mężczyźni śmielej okazują swoje zainteresowanie kosmetykami, w Europie sytuacja jest bardziej zróżnicowana. Generalnie jednak prognozy wydają się być optymistyczne. Według firmy badawczej Euromonitor International światowy rynek męskiej pielęgnacji ma osiągnąć 60,7 mld dol. w 2020 roku, czyli 51,4 mld euro i potroić swoje przychody z 2015 roku.

### Otwarcie na nowości

Na przestrzeni lat zmieniał się nie tylko rynek, jego struktura, udziały i główni gracze, ale również zachowania kupujących. Polacy mają coraz większą wiedzę na temat własnych potrzeb oraz oferowanych im produktów, są coraz bardziej świadomymi konsumentami. Mężczyźni chętniej wypróbują nowości i nie rezygnują z przyjemności, jakiej dostarczają kosmetyki.

Firmy badawcze prognozują, iż największy wzrost w przypadku męskich kategorii będziemy

obserwować w segmencie kosmetyków do twarzy, szamponów i odżywek oraz środków służących do pielęgnacji zarostu. Jeśli więc myślimy o handlu kosmetykami, to na pewno warto rozważyć wejście na rynek z produktami z tych kategorii, gdyż są one najbardziej perspektywiczne. Badania rynkowe szacują sam segment produktów do golenia na ponad 1 mld dol.

## **Męskie piękno przestaje być tabu**

Szczególny wzrost i zmiany w postrzeganiu męskich kosmetyków zauważono w Polsce, która przez długi czas uchodziła za kraj zaniedbanych mężczyzn. W tej chwili Polacy przeznaczają spore środki ze swojego budżetu na zakup kosmetyków i co ważne, coraz częściej kupują je sami, a nie wyręczają się partnerkami. Panowie nie odczuwają jednak specjalnej potrzeby codziennej pielęgnacji kremami. Wolą działać kierunkowo, aby zredukować problemy ze skórą. Najczęściej dokuczają im przetłuszczanie się skóry i włosów, łojotok, opuchlizna i cienie pod oczami, zniszczone i stwardniałe ręce, szorstkie pięty i grzybica paznokci, wypadanie włosów, rzadki zarost i trądzik.

## **Na jakie kosmetyki mężczyźni wydają najwięcej?**

Na rynku męskiej pielęgnacji kilka segmentów może liczyć na szczególne zyski. Rynek maszynek do golenia ulega wielu zmianom – panowie decydują się na produkty droższe i wyższej jakości, a zarazem bardziej prestiżowe.

Rośnie rynek profesjonalnych kosmetyków do brody – np. żele antyelektrostatyczne czy też odżywki do bród – często pomimo ich relatywnie wysokiej ceny.

Wskazać tu trzeba także produkty anti-aging, które podobnie jak u kobiet mają na celu zredukowanie widocznych oznak starzenia się.

Panowie poszukują również usilnie szamponów, masek do włosów oraz innych środków, które pomogą ograniczyć problem łysienia androgenowego – bez farmakologicznej interwencji w układ hormonalny.

Mężczyźni coraz chętniej korzystają też z usług podologicznych oraz kosmetyczek.

## **Potrzeby męskiej urody**

Zdaniem ekspertów o sukcesie kategorii męskiej pielęgnacji w przyszłości zdecyduje możliwość jej adaptacji do zmieniającego się otoczenia, w tym do aktualnych trendów na rynku.

Najważniejsze z nich to zmiany generowane przez dostęp do najnowszych cyfrowych technologii. Chodzi zarówno o zmianę sposobu dystrybucji czy też dotarcie do klienta z informacją – e-commerce, jak i o trendy związane z dostępem do nowych urządzeń, gadżetów, które doskonale uzupełniają doświadczenia związane z użytkowaniem danego produktu.

Istotne dla segmentu męskiej pielęgnacji będzie również nadążenie za trendem „well being”, czyli dobrym samopoczuciem fizycznym i psychicznym.

## **Męskie piękno, rynek przyszłości**

Coraz większe bezpieczeństwo produktów kosmetycznych, wzrost siły nabywczej, która wpływa na wydatki na higienę i urodę – mnożące się promocje w tym segmencie i zmiana mentalności to czynniki, które mają pozytywny wpływ na rynek męskiej pielęgnacji.

Dodatkowo pobudził go nadal gorący trend – powrót brody kontrolowanej, zdyscyplinowanej i

pielęgowanej u barbera. Niektóre marki koncentrują się więc na bardziej ekskluzywnym pozycjonowaniu i tworzą linie specjalnie zaprojektowane do golenia i pielęgnacji brody.

W ostatnich latach nie tylko brody zakwitły na twarzach panów. Znikają zaniedbane wąsy, a fryzury coraz bardziej nadążają za światowymi nowinkami.

Wiele marek beauty chętnie wkracza w ten męski świat. Duże i małe firmy oferują produkty do włosów, bród lub do pielęgnacji skóry. Każda z firm ma własną komunikację i wszechświat, a jednak mają coś wspólnego - coraz silniejsze zaangażowanie w ochronę środowiska. Oprócz tego, że tworzą produkty organiczne, naturalne i lokalne, zaopatrują się w składniki naturalne i etycznie pozyskiwane, stosują opakowania w duchu eko oraz realizują sprzedaż online z towarzyszącymi poradami i realizują aspiracje męskich konsumentów.

Rynek kosmetyków męskich stanowi obecnie zaledwie 10 proc. całego światowego rynku kosmetycznego, jednak podobnie jak w przypadku kobiet innowacje mogą zwiększyć sprzedaż.

Ale podczas gdy globalne firmy kosmetyczne szczytą się umieszczaniem badań i rozwoju w centrum swojej strategii, najbardziej innowacyjne produkty są w dużej mierze skierowane do kobiet.

Jest jednak jeden segment beauty, w którym jest inaczej - to męski makijaż. Chanel wprowadził niedawno „Boy de Chanel”, pierwszą linię makijażu przeznaczoną dla mężczyzn. Kolekcja wprowadzona na rynek światowy w styczniu 2019 roku stawiała pierwsze kroki we wrześniu 2018 roku. W Korei, kraju, w którym mężczyźni są według badań największymi konsumentami kosmetyków na świecie.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/meska-obecnosc-w-swiecie-beauty,55407>