

## Trwa boom na ekologiczne kosmetyki [ANALIZA]

data aktualizacji: 2020.09.30



**Wartość rynku ekologicznych kosmetyków w Polsce sięga już niemal 200 milionów złotych i ciągle rośnie. To zasługa coraz większego asortymentu i stale rosnącego zainteresowania ze strony konsumentów. Takie dane płyną z najnowszych analiz Panelu Gospodarstw Domowych GfK Polonia.**

Według GfK Polonia, roczna wartość przeanalizowanej części polskiego rynku kosmetyków, na który składają się kosmetyki kolorowe, produkty higieny osobistej i intymnej, produkty do pielęgnacji jamy ustnej, produkty do pielęgnacji skóry oraz kosmetyki dla dzieci osiągnęła w czerwcu br. 11,2 mld zł. Udział produktów ekologicznych w tej grupie w tym samym okresie wyniósł niespełna 2 proc., co odpowiadało wartości 193,5 mln zł. Jednak to właśnie w tym segmencie producenci na przestrzeni ostatnich miesięcy odnotowali znaczący wzrost sprzedaży. Podczas gdy segment kosmetyków ekologicznych w relacji rok do roku wzrósł o 39 proc., wartość całej analizowanej grupy spadła o 1,4 proc..

### **Wzrost mimo rynkowych przeciwności**

W opinii **Szymona Mordasiewicza**, dyrektora komercyjnego Panelu Gospodarstw Domowych GfK Polonia, rosnący udział rynkowy ekologicznych kosmetyków, to kolejny dowód na coraz większą

świadomość polskich konsumentów w zakresie troski o zdrowie i środowisko.

- *Wśród nabywców wyrasta moda na produkty o naturalnym składzie i z pewnego źródła, a klienci chętniej płacą dziś za wysoką i sprawdzoną jakość. Warto przy tym podkreślić, że wzrost dla tej kategorii mógłby być jeszcze wyższy, gdyby nie pandemia koronawirusa, która miała ogromny wpływ na cały rynek FMCG i znacząco zmieniła zwyczaje zakupowe konsumentów. W okresie najostrzejszych restrykcji, nabywcy skupili się na ograniczaniu liczby odwiedzanych sklepów, preferując te z pełnym asortymentem i koncentrowali się na artykułach spożywczych. Ze względu na gwałtowne zmniejszenie liczby kontaktów prywatnych i zawodowych, zainteresowanie kosmetykami - zwłaszcza do makijażu - spadło i dopiero po poluzowaniu obostrzeń zaczęło się odbudowywać. Przedstawione liczby nie oddają więc w pełni ogromnego potencjału, który drzemie w tej kategorii - tłumaczy Szymon Mordasiewicz.*

## **Z niszy do mainstreamu**

✘ Na duży wzrost wartości rynku ekokosmetyków wpływ miało kilka czynników. Na przestrzeni roku znacząco, bo aż niemal o 50 proc. wzrósł asortyment tej grupy produktów. Z 34 proc. do 40 proc. zwiększyła się również penetracja, czyli liczba konsumentów, która w ciągu roku co najmniej raz zakupiła produkt z tej kategorii.

- *Ekologiczne kosmetyki kupujemy o 10 proc. częściej niż przed rokiem, średnio 2-3 razy w roku. Jednorazowo wydajemy na nie przeciętnie o 6 proc. więcej niż w poprzednim okresie. Dzięki temu produkt, który jeszcze do niedawna stanowił niszę, dociera już do czterech na dziesięć polskich gospodarstw domowych - wskazuje **Julita Proń-Malczuk**, konsultant w Panelu Gospodarstw Domowych GfK Polonia.*

## **Drogerie motorem sprzedaży**

Kanałem sprzedaży, który najmocniej napędza rynek ekologicznych kosmetyków są drogerie. W tym kanale kupuje dziś blisko co czwarty nabywca, wydając tam najwięcej - udział drogerii to niemal 2/3 całkowitej wartości analizowanej kategorii. Drugim kanałem pod względem udziałów wartościowych są dyskonty, które w ciągu roku aż o 80 proc. zwiększyły szerokość oferty tej grupy produktów. Na uwagę zasługuje także e-commerce. Udział wartościowy tego kanału w sprzedaży EKO kosmetyków jest znacznie wyższy (nieco ponad 9 proc.) w porównaniu z udziałem online w zakupach całej kategorii kosmetyków (5,3 proc.) oraz całego sektora FMCG (1,2 proc.).

- *Internet również w poprzednich latach odgrywał relatywnie znaczącą rolę w zakupie kosmetyków ekologicznych. Natomiast w tym roku analizowana kategoria dodatkowo skorzystała z większego ogólnego zainteresowania tym kanałem sprzedaży, związanego z pojawieniem się pandemii. Jako konsumenci chcieliśmy kupować przede wszystkim wygodnie i bezpiecznie, a zakupy online idealnie spełniały te oczekiwania - mówi Julita Proń-Malczuk.*

## **Kupują głównie młodzi i mieszkańcy miast**

Gdy porównamy profil socjodemograficzny nabywców ekokosmetyków z nabywcami całej analizowanej grupy produktów kosmetycznych, okaże się, że ekologiczne produkty są nadreprezentowane wśród mieszkańców dużych miast (powyżej 200 tys. mieszkańców). Dzieje się tak zarówno pod względem zainteresowania nabywców (penetracja 44 proc. w porównaniu ze średnią dla całej grupy na poziomie 40 proc.), jak i generowanego obrotu (mieszkańcy dużych miast odpowiadają za 32 proc. wartości rynku EKO kosmetyków). Po ekologiczne kosmetyki chętniej sięgają także gospodarstwa domowe prowadzone przez osoby młodsze, zwłaszcza w wieku do 29 lat, gdzie produkty ekologiczne docierają do co drugiego gospodarstwa domowego. Na drugim biegunie

znajdują się seniorzy (gospodarstwa prowadzone przez osoby w wieku 60 lat i więcej), którzy rzadziej umieszczają EKO kosmetyki w swoich koszykach. Jednak także w tej kategorii w ostatnim roku sprzedaż poszybowała w górę, zarówno pod kątem penetracji (wzrost z 25 proc. do 29 proc.), jak i generowanej wartości zakupów (wzrost wydatków o 60 proc. rdr.).

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/trwa-boom-na-ekologiczne-kosmetyki-analiza,66091>