

Producenci kosmetyków zabiegają o wegańskie certyfikaty [DANE]

data aktualizacji: 2022.04.29



Organizacja The Vegan Trademark opublikowała raport dotyczący rozwoju i przyszłości poszczególnych kategorii produktów wegańskich. Okazuje się, że w ostatnich latach prym pod względem rozwoju w tym zakresie wiedzie branża kosmetyczna. Kosmetyki to największa kategoria zabiegająca o wegański znak towarowy z 27 056 produktami zweryfikowanymi według stanu na marzec 2022 roku - tak wynik z danych Vegan Trademark. Ten wzrost nie jest zaskakujący biorąc pod uwagę, że w latach 2014-2019 o 175 proc. wzrosła na całym świecie liczba wprowadzonych na rynek marek wegańskich.

Według danych NielsenIQ sprzedaż kosmetyków naturalnych rośnie szybciej niż cały rynek, a wzrosty w przypadku sprzedaż kosmetyków i artykułów higieny osobistej zawierających deklarację cruelty-free oraz z certyfikatem wegańskim są dwucyfrowe.

Na rynku brytyjskim ponad 80 proc. nowych produktów wegańskich wprowadzonych na rynek w 2020 roku należały do kategorii urody. Trend „czystej etykiety” sprawił, że konsumenci zwracają szczególną uwagę na zawartość składników wolnych od okrucieństwa i bezpiecznych dla środowiska.

Zamieszanie wokół etykiet i kontroli składników powodują wiele wątpliwość pomimo zwiększonej świadomości konsumentów na temat składników. W 2021 roku badanie YouGov zleczone przez Holland i Barrett wykazało, że 53 proc. dorosłych Brytyjczyków nie było przekonanych co do identyfikacji produktu do pielęgnacji skóry, który zawierał składniki pochodzące od zwierząt. Niedawne badanie przeprowadzone przez The Vegan Society, wykazało, że ponad 55 proc. konsumentów chciałoby widzieć więcej zweryfikowanych produktów wegańskich we wszystkich kosmetykach i przyborach toaletowych.

Z kolei z badania Beauty & the Future 2021 przeprowadzonego przez Mobile Institute wynika, że 45 proc. konsumentów uważa, że kosmetyk naturalny musi mieć odpowiedni certyfikat.

Na początku 2021 roku przewidywano, że światowy przemysł kosmetyków wegańskich będzie wart 21,4 miliarda dolarów do roku 2027.

Ankieta przeprowadzona w ramach raportu Vegan Beauty Takeover wykazała, że 41 proc. badanych chciałoby więcej produktów wegańskich w kategorii szamponów, odżywek i produktów do stylizacji włosów. 40 proc. chce zobaczyć więcej wegańskich past do zębów i płynów do płukania ust, a 39 proc. twierdzi, że szuka wegańskich opcji dezodorantów. Produkty do pielęgnacji skóry twarzy i ciała, takie jak kremy nawilżające, toniki i mydła w kostce, również uzyskały wysokie noty, przy czym odpowiednio 38 proc. i 37 proc. chciało zobaczyć więcej wegańskich produktów w tych kategoriach.

Ten wzrost wegańskiego piękna oznacza, szansę rozwoju dla kolejnych marek. Wegańskie produkty kosmetyczne, ale także środki czystości, stają się coraz popularniejsze. Jak wynika z ankiety, która marka Skin Proud przeprowadziła wśród 2 tys. dorosłych respondentów, obawy dotyczące dobrostanu zwierząt były najczęściej wymienianym powodem poszukiwania bardziej wegańskich produktów do pielęgnacji skóry przez ponad połowę (68 proc.) konsumentów. Na drugim miejscu wymieniali oni wpływ produktów na środowisko (64 proc.).

[Przeczytaj również: \[FBK 2021\] Katarzyna Konopa, Stowarzyszenia Kosmetyki Bez Okrucieństwa: Konsumenty są zagubieni i oczekują jasnego przekazu](#)

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/produccenci-kosmetykow-zabiegaja-o-weganskie-certyf,69729>