

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

1. **Εκτιμήσεις** για την πορεία των συνολικών πωλήσεων καλλυντικών (σε αξία) στην Ελλάδα τη διετία **2022-2023** *Παρακαλώ συνυπολογίστε τις παρακάτω κατηγορίες για το σύνολο της αγοράς καλλυντικών

Κατηγορίες προϊόντων	Ετήσια αύξηση (%)	
	2022	2023
Περιποίηση μαλλιών	3.4%	8.0%
Περιποίηση προσώπου	1.9%	13.0%
Περιποίηση σώματος	4.0%	8.3%
Προϊόντα μακιγιάζ	16.9%	13.1%
Αρώματα	16.6%	13.0%
*Αντιηλιακά	8.1%	7.3%
*Προϊόντα Υγιεινής (αποσμητικά, αφρόλουτρα, προϊόντα ξυρίσματος πλην ξυραφάκια)	4.1%	7.1%
Σύνολο πωλήσεων καλλυντικών	6.4%	9.6%

2. Εκτιμήσεις για τη **διάρθρωση** της **συνολικής αξίας** των πωλήσεων καλλυντικών στις επιμέρους κατηγορίες προϊόντων το **2022** (σε τιμές χονδρικής).

Περιποίηση μαλλιών	Περιποίηση σώματος	Περιποίηση προσώπου	Μακιγιάζ	Αρώματα	Αντιηλιακά	Προϊόντα Υγιεινής
25.3%	8.4%	23.5%	13.3%	10.2%	6.9%	12.3%

3. Εκτιμήσεις για τη **συμμετοχή** (%) κάθε **καναλιού διανομής**, στις συνολικές πωλήσεις καλλυντικών στην **Ελλάδα**.

Κανάλι διανομής	2022
Ευρεία διανομή	32%
Επιλεκτική διανομή	17%
Φαρμακεία	19%
Ινστιτούτα αισθητικής	1,5%
Κομμωτήρια	8%
Απευθείας πωλήσεις (door to door)	3%
e-commerce	14%
Standalone Boutiques	5,5%
Σύνολο	100%

4. α. Ποια είναι τα σημαντικότερα **προβλήματα** του κλάδου σας;
β. Τι **απειλές** διαφαίνονται;

Ένα αρκετά μεγάλο πρόβλημα της αγοράς αλλά και στον κλάδο των καλλυντικών, είναι οι διαρκώς αυξανόμενες τιμές οι οποίες πιέζουν τον οικογενειακό προϋπολογισμό, παρότι η κατηγορία των προϊόντων ομορφιάς δε βρίσκεται στις κατηγορίες με τις υψηλότερες αυξήσεις.

Όταν όμως οι καταναλωτές βλέπουν αυτές τις αυξήσεις στις τιμές όλων των προϊόντων και υπηρεσιών, προχωρούν σε περικοπές εξόδων και γενικότερα οικονομία.

Είναι αναμενόμενο και έχει παρατηρηθεί και σε άλλες περιόδους κρίσης οι καταναλωτές να ψάχνουν για προσφορές και εκπτώσεις, και κάνουν έρευνα πριν προβούν σε αγορές. 3 στους 10 μάλιστα ενημερώνονται συνέχεια για τις προσφορές που έχει η κάθε αλυσίδα σουπερμάρκετ και πηγαίνει σε διαφορετικά σουπερμάρκετ για να πάρει τα είδη που βρίσκονται σε προσφορά εκείνη την ημέρα, ενώ 4 στους 10 αλλάζουν κάποιες φορές σούπερ μάρκετ προκειμένου να εκμεταλλευτούν κάποια προσφορά.

Συνεπώς οι καταναλωτές περιμένουν από τις εταιρίες να προσαρμοστούν στις ανάγκες τους και να συνεχίσουν τις προσφορές/ εκπνώσεις/ προωθητικές ενέργειες προκειμένου να διατηρήσουν τις τιμές σε φυσιολογικά επίπεδα.

Ένα ακόμα σημαντικό πρόβλημα αποτελεί η βιωσιμότητα στη βιομηχανία καλλυντικών. Η υπερβολική συσκευασία, η πλαστική ρύπανση και η μη βιώσιμη κατανάλωση πόρων έχουν σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον και απαιτούν δράση από την βιομηχανία και τους καταναλωτές.

Ήδη για να αντιμετωπιστούν αυτά τα προβλήματα, οι εταιρίες καλλυντικών επενδύουν σε έρευνα και ανάπτυξη για πιο βιώσιμες τεχνολογίες και υλικά, προωθούν την ανακύκλωση των συσκευασιών και εκπαιδεύουν τους καταναλωτές γύρω από τη βιωσιμότητα.

5. Λόγω των πληθωριστικών πιέσεων, αυξήθηκε το επίπεδο **τιμών πώλησης** των καλλυντικών στην Ελλάδα; Εάν ναι, σε τι **ποσοστό** κατά μέσο όρο; 6-7%

6. Τι **ευκαιρίες** διαφαίνονται για τον κλάδο των καλλυντικών;

Ο κλάδος των καλλυντικών είναι μια εξαιρετικά δυναμική και αναπτυσσόμενη βιομηχανία που συνεχώς εξελίσσεται.

Η βιωσιμότητα και η προσήλωση σε βιώσιμες πρακτικές αναμφίβολα αποτελούν κεντρικές τάσεις, καθώς οι καταναλωτές ενδιαφέρονται ολοένα περισσότερο για την επιλογή προϊόντων που είναι καλά για το περιβάλλον και την υγεία τους.

Όσον αφορά τις καινοτομίες νέων προϊόντων, η κατηγορία της περιποίησης της επιδερμίδας συνεχίζει να είναι πολύ σημαντική, με τις εταιρίες αναπτύσσοντας προϊόντα με νέα συστατικά και σκευάσματα για να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα της επιδερμίδα όπως για παράδειγμα την αντιγήρανση και την ακμή.

Την ίδια στιγμή βλέπουμε και εξελίξεις στην περιποίηση των μαλλιών, εστιάζοντας περισσότερο σε φυσικά και φυτικά συστατικά, καθώς και σε θεραπείες που βασίζονται στην τεχνολογία, όπως ανάλυση του τριχωτού της κεφαλής και εξατομικευμένες λύσεις περιποίησης μαλλιών.

Στη συνέχεια, η αναγνώριση της διαφορετικότητας είναι μια πολύ σημαντική τάση στη βιομηχανία ομορφιάς. Η συμπερίληψη και η προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών που είναι προσαρμοσμένα σε διάφορους τύπους δέρματος, μαλλιών και αναγκών καταναλωτών αποτελεί σημαντική εξέλιξη.

Τέλος, είναι σημαντικό να αναφέρουμε την αυξανόμενη χρήση τεχνολογίας στη βιομηχανία ομορφιάς, που συμπεριλαμβάνει εφαρμογές και εργαλεία που βοηθούν τους καταναλωτές να προσαρμόζουν την περιποίησή τους ανάλογα με τις ανάγκες τους.

7. Ποιες οι **προβλέψεις** για την εξέλιξη των **συνολικών πωλήσεων των καλλυντικών** στην Ελλάδα τα έτη 2023-2024. (παρακαλώ σημειώστε με X)

Μεταβολή	Αύξηση		Στασιμότητα		Μείωση	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
0%-3%						
4%-7%		X				
8%-10%	X					
11%-15%						
>15%						