

Ännu ett starkt år för naturlig hudvård: Ökar 19,5 procent 2021

– Marknadsandelen stiger i snabbare takt!

Marknaden för naturliga, ekologiska hudvårds- och skönhetsprodukter är starkt progressiv och ökade med 19,5 procent i Sverige 2021, detta visar en färsk marknadsrapport. Marknadsandelen har ökat till ca 7,3 procent av den totala marknaden för kosmetika. Fram till år 2025 förväntas en tillväxttakt på ca 17 procent per år och en dubblering av marknadsandelen.



Försäljning av naturliga hudvårdsprodukter 2017–2021, prognos 2022 samt prognos tom 2025, källa: Agrovektor

Slutsatser i marknadsrapporten:

- Marknaden ökade 19,5 procent 2021
- Värde drygt 1,8 miljard kronor 2021
- Marknadsandel ca 7,3 procent
- Beräknad ökning 50 procent 2022
- Ökningstakt 15–20 procent till år 2025

När marknadsrapporten för utvecklingen för naturlig, ekologisk hudvård 2021 i Sverige nu släpps för femte gången visar den på en fortsatt stark tillväxttakt i branschen. Rapporten genomförs på uppdrag av branschorganisationen NOC Sweden (Natural Organic Cosmetics) i samarbete med Business Sweden. Oberoende konsultbolaget Agrovektor, med expertkompetens inom ekologisk marknad har genomfört undersökningen och rapporten.

- *Efter ytterligare ett år med pandemi tycker jag att det är särskilt kul att se vilken härlig tillväxt årets marknadsrapport presterar! Att följa marknadens utveckling är väldigt viktigt då vår bransch år efter år har visat en fantastisk utveckling. Få segment inom kosmetikabranschen kan påvisa en så snabb ökningstakt som det ekologiska, naturliga, säger Emma Bergqvist, ordförande, NOC Sweden.*

Marknadsrapporten och bedömningarna har gjorts av det oberoende analysföretaget Agrovektor.

- *Det är femte året i rad som branschen kan påvisa en tvåsiffrig tillväxttakt i Sverige. Att man kunna upprätthålla tillväxttakten och till och med öka den mot föregående år, med alla de utmaningar som pandemiåret inneburit är ytterligare ett bevis för attraktionskraften i det här segmentet. Hållbarhet är en av västvärldens stora megatrender och där passar naturlig hudvård väl in, säger Cecilia Ryegård, expert på ekologisk marknad och analytiker hos Agrovektor.*

Utvecklingen på den svenska marknaden visar en betydligt starkare tillväxt än globalt. Där har branschen drabbats hårt av nedstängning under Covid-19, när behovet av kosmetika och hudvård minskat betydligt, då konsumenterna tvingats hålla sig hemma.

- *Man kan spekulera i vad en total nedstängning av samhället hade kostat företagen här i Sverige när man ser försäljningen på global nivå. Den har kraftigt bromsat in under pandemiåren till enbart någon enstaka procent i ökning. I rapporten finns en uppskattning att om motsvarande nedstängning skett i Sverige hade ca 400 miljoner kr av försäljningsvärdet gått förlorat, säger Cecilia Ryegård.*

Nästan alla företag som deltog i undersökningen förväntar sig en fortsatt tillväxt under 2022. Företagens optimism inför året är högre än föregående år och förväntningarna är också stora på längre sikt. Undersökningen genomfördes dock innan krigsutbrottet i Ukraina.

- *Någon gång under 2022 förväntas värdet passera 2 miljarder kronor, möjligen har detta i skrivande stund redan skett. År 2025 har marknadsvärdet mer än dubblats på fem år, om prognoserna håller. Andelen kommer då att vara ungefär 10 procent av den totala omsättningen för hud- och skönhetsvård i Sverige, om totalmarknaden fortsätter att ha samma utveckling som nu. En osäkerhetsfaktor är naturligtvis kriget i Ukraina och hur det kommer att påverka efterfrågan och utbud. I dagsläget vet vi väldigt lite om detta, säger Cecilia Ryegård.*

Det finns även en stark internationellt ökande trend för naturlig hudvård. Världsmarknaden bedömdes omsätta 400 miljarder kronor under 2021. Tidigare har ökningstakten legat på runt 6–8 procent per år*, med ett hack i kurvan för 2020 och 2021 på grund av pandemin. Trots nedstängningen så ökade den ekologiska försäljningen ändå något, medan den minskade med 8 procent för det konventionella segmentet under pandemin.

- *De nordiska konsumenterna har en hög medvetandegrad när det gäller hälsa, ekologi och hållbarhet. Inte minst har pandemin väckt intressen bland konsumenterna för frågor som ursprung och spårbarhet, på ett sätt som gynnar branschen. Det finns en*

stor utvecklingspotential under många år framöver, men givetvis kan scenariot ändras beroende på hur kriget i Ukraina utvecklas, säger Cecilia Ryegård.

Läs hela marknadsrapporten på www.nocsweden.se

Kontaktpersoner:

Emma Bergqvist, NOC Sweden: 0709–394148, emma@treeofbrands.com

Cecilia Ryegård, Agrovektor: 0708–152599, cecilia@agrovektor.se

Undersökningen har genomförts via enkät och intervju med ca 50 företag som representerar ca 100 ekologiska varumärken på den svenska marknaden för hudvård och kosmetika. Några av de deltagande företagen/varumärkena är några av Sveriges största och välkända varumärken inom området.

**Källa: Future Market Insights*