

Lägesrapport: Naturlig, ekologisk hudvård 2024

Cecilia Ryegård, Agrovektor AB



Lägesrapport: Naturlig, ekologisk hudvård 2024

Sammanställd av Cecilia Ryegård, Agrovektor AB, 2023-04-10

Marknaden för naturlig, ekologisk hud- och skönhetsvård i Sverige fortsatte att öka under 2023. Ökningen är högre än året innan. Prognosen är en fortsatt ökning under 2024, om än i något långsammare takt samtidigt som de flesta av branschens företag ser positivt på utvecklingen fram till år 2030, även om förväntningarna dämpats något.

Under 2023 ökade försäljningen med cirka 13 procent och marknaden förväntas öka cirka 8–10 procent under 2024. Under 2023 var marknadsandelen oförändrad, vilket betyder att naturliga hudvårdsprodukter utgör cirka 5–7 procent av den totala marknaden för kategorin.

Synen på fortsatt tillväxt framöver är dock optimistisk. Fram till år 2030 förväntas en tillväxttakt på cirka 10–15 procent per år.

Under våren 2024 genomfördes en sammanställning för marknaden och försäljningen av naturlig, ekologisk hudvård under 2023. De tillfrågade företagen fick också svara på förväntningarna på försäljningen under 2024 och fram till 2030. En digital enkätundersökning skickades ut och sammantaget svarade cirka 20 aktörer i branschen, som distribuerar cirka 70 varumärken i Sverige. Undersökningen har gått ut till såväl medlemmar som icke medlemmar i den svenska branschorganisationen NOC Sweden (Natural Organic Cosmetics Sweden). Resultaten har sammanställts av det oberoende marknads- och analysföretaget Agrovektor.

Undersökningen

Den första undersökningen av marknaden för naturlig, ekologisk hudvård, genomfördes av NOC år 2018. Detta är alltså den sjunde rapporten i ordningen för branschen och nu finns en allt bättre möjlighet att kunna följa marknadens utveckling över tid. Flera av företagen i årets undersökning har deltagit sedan starten. Ambitionen är att rapporten ska fortsätta publiceras årligen.

Förutom att rapportera årets gångna försäljning redogör företagen också för sin framtidstro, både för 2024 samt över tid, till 2030. På så sätt blir det möjligt att följa hur branschens förväntningar förändras på sikt samt att sammanställa en långtidsprognos. Detta är mycket värdefullt, inte minst för företag som står inför eventuella framtida investeringar.

Undersökningen har genomförts under februari och mars månad 2024.

Enkäten och intervjuerna

Totalt finns uppgifter från drygt 20 företag samlade i enkäten. Tillsammans representerar dessa drygt 70 varumärken.

Bland de deltagande företagen finns några av marknadens största aktörer.

Naturlig, ekologisk hudvård i Sverige

2023 var ett år av djupgående förändringar över hela världen. Många konsumenter har blivit överväldigade av ekonomisk instabilitet, politisk oro och nya former av artificiell intelligens. Detta har resulterat i beteendeförändringar som även påverkar konsumtionen av kosmetika och hudvårdsprodukter. Ändå har försäljningen fortsatt att öka med god fart.

Det naturliga och ekologiska segmentet är, om än en fortfarande liten del av den totala hudvårds- och kosmetikmarknaden, en del som senaste åren dock fortsatt att ta marknadsandelar om än i små steg. Den utvecklingen ser ut att fortsätta även framöver, om man får tro företagens egna förväntningar. Under 2023 ökade dock den konventionella marknaden för hudvård och skönhetsvård mer än normalt, vilket gör att det ekologiska/naturliga segmentet inte tagit några nya marknadsandelar under året, trots god ökning.

Under 2023 ökade försäljningen av naturlig, ekologisk hudvård med 12,6 procent. Det är en betydande återhämtning i tillväxttakten jämfört med året innan då marknaden endast ökade 3,4 procent, och som börjar närma sig nivåerna innan krig och pandemi.

Samtidigt var förväntningarna från företagen rekordhöga på 2023, när undersökningen genomfördes innan krigsutbrottet. Då räknade man med en ökning på 50 procent. Försäljningen har alltså presterat betydligt lägre än förväntat, men samtidigt betydligt bättre än under 2022.

Man ska samtidigt ha i beaktande att undersökningen genomförs i värde och kopplat till den starka inflationstakten under framför allt början av försäljningsåret 2023 så får värdeökningen för segmentet inte riktigt samma betydelse.

Trenden är tydlig, nu när den går att följa över tid, att företagen generellt sett varit betydligt mer optimistiska i sina prognoser, än vad utfallet senare blivit. Det går även att se en koppling mellan nya aktörer på marknaden och en betydligt större optimism, medan de som har en längre historia på marknaden anger betydligt lägre, men också mer träffsäkra prognoser. Få av de svarande företagen anger en förväntad minskning av försäljningen för något av de 70 redovisade varumärkena de kommande år (knappt 4 %)

Utvecklingen för konventionell kosmetika och hudvård

En grov bedömning är att försäljningen av naturliga produkter i dagsläget utgör cirka **5–7 procent** av den totala hudvårds- och kosmetikförsäljningen i Sverige. Segmentet har långsamt, men stadigt, plockat marknadsandelar de senaste åren, med undantag av 2022. Under 2023 är marknadsandelen oförändrad. Det beror på att den konventionella marknaden ökat betydligt mer än vanligt. Ökningen för första halvåret 2023 låg på 13 procent, enligt branschorganisationen Kosmetik- och Hygienföretagen (KoHF), vilket betecknas som en boom. Normal tillväxttakt är cirka 4–5 procent. Enligt KoHF beror det på ett generellt ökande intresse för kosmetika och hudvård, framför allt inom doftsegmentet. De svenska och nordiska konsumenterna ligger också i topp internationellt sett, när det gäller konsumtion av hud- och skönhetsvård per capita.

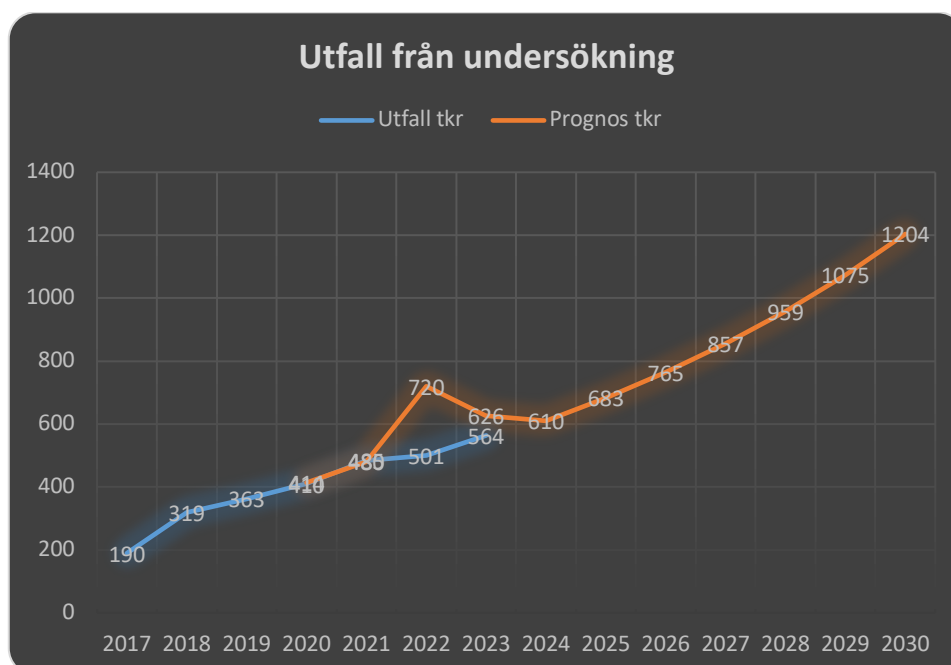
På världsmarknaden står naturlig hudvård för cirka **2 procent** av branschens totala omsättning och försäljningen växer med cirka **5–7 procent** per år.

Omsättning

Så här har omsättningen utvecklats för de företag som svarade på enkäten 2021:

- 2017: 190 miljoner SEK
 - 2018: 319 miljoner SEK
 - 2019: 363 miljoner SEK
 - 2020: 405 miljoner SEK
 - 2021: 485 miljoner SEK
 - 2022: 501 miljoner SEK (prognos 720 miljoner)
 - 2023: 564 miljoner SEK (prognos 626 miljoner)
 - 2024: 610 miljoner SEK (prognos)
-
- 2030: 1 miljard SEK (prognos)

Fram till år 2022 är den samlade bilden att resultatet av försäljningen hamnat väl i linje med företagens förväntningar. Framför allt 2022 men även 2023 har dock presterat sämre än förväntat och därmed har företagen sänkt sina förväntningar framöver. Konstateras kan att med hänsyn tagen till företagens betydligt lägre prognoser på kommande försäljningsutveckling så kommer omsättningen på 1 miljard kronor att skjutas framåt flera år, till år 2028–2029, i stället för som tidigare förväntat till år 2025.



Omsättning i miljoner kr mellan 2017–2023, prognos 2024 samt prognos till och med år 2030.

Slutsatser av enkäten

- De flesta av respondenterna, 84 procent, har ett (1) naturligt varumärken i produktportföljen under 2023. En svarande representerade 13 olika varumärken.
- 58 procent av varumärkena har svenskt ursprung (49 procent 2022).
- 31 procent av de svarande har en certifiering på sina redovisade varumärken (33 procent 2022).
- Ecocert är den vanligaste av de angivna certifieringarna därefter Cosmos och Natrue.
- **Försäljningen ökade med 12,6 procent under 2023.**
- Värdet på marknaden steg från cirka 501 miljoner under 2022 till 564 miljoner kronor 2023 bland de företag som deltagit i undersökningen.
- Prognosen för 2024 är en ökning på cirka **8 procent** (25 procent 2023).

Prognos

Sammantaget är bedömningen att branschens företag har förväntningar om en stabilt växande marknad med en tillväxttakt på mellan 10–15 procent. Detta är en betydligt lägre förväntan på marknaden än tidigare år, då man räknade med en försäljningsökning i snitt om cirka 25 procent under de kommande åren.

Marknaden för naturlig hudvård ser ljus ut. Få företag tror på en minskad försäljning framöver.

Flera nya varumärken har angivits av företagen under 2023. Det skulle kunna vara ett ytterligare uttryck för att företagen har framtidstro och fortsätter att satsa på nya varumärken.

Marknadsbedömning

För den totala marknaden har Agrovektor gjort en bedömning, baserad på en generell uppräkningsmetod av data i enkäten och intervjuerna*. Ett totalvärde för marknaden har beräknats till **2,1 miljarder 2023**.

Detta betyder att den ekologiska och naturliga kosmetikaförsäljningen utgör ungefär **5–7 procent** av den totala marknaden för kosmetika i Sverige i dagsläget och att branschen under året behåller ungefär samma marknadsandelar då den totala marknaden ökat med 13 procent.



Trender

De starkaste globala trenderna under 2024 enligt analysföretaget Mintel är NeuroGlow, Beauty-AI och sofistikerad enkelhet. Dessa trender ger även företag inom naturlig och ekologisk skönhetsmöjligheter att positionera sig. Särskilt trenden NeuroGlow, som handlar om att söka ett mer holistiskt perspektiv på skönhets, kan ha en positiv effekt på försäljningen för det ekologiska/naturliga segmentet. Men även trenden "Sophisticated Simplicity" som bland annat fokuserar på ingrediensernas kvalitet. Alla tre trenderna har en gemensam nämnare som sveper över globen: ett starkt ökat intresse för "personalisering" av smink och hudvårdsrutiner.

Globalt sker det även generellt sett en märkbar förflyttning bland konsumenterna mot ökade val av naturlig hudvård. De världsomspännande megatrenderna hälsa och hållbarhet driver på marknaden och resulterar i att allt fler konsumenter eftersöker mer naturliga ingredienser. Allt fler konsumenter efterfrågar också parametrar som transparens och äkthet i sina val av produkter.

En fortsatt växande global trend, och som även återspeglas i de deltagande varumärkena i undersökningen är att flera produkter marknadsförs som veganska.

Slutord

Under 2023 har tillväxttakten återhämtat sig efter den låga försäljningsökningen på 3,4 procent under 2022. Det året får betecknas som en besvikelse för branschen, eftersom företagen lagt en prognos på 30–50 procent i försäljningsökning. Tydligt är att man lärt av detta och skrivit ner sina prognoser under 2024.

Ökningen om 12,6 procent 2023 är en stark ökning, även om segmentet historiskt presterat betydligt bättre under vissa år. De allra flesta företag ser också en fortsatt tillväxt. Kanske är de extrema tillväxtåren med ökning på runt 30 procent förbi, men

en ökningstakt på 10–15 procent, som företagen nu lägger prognoser om, är att beteckna som en mycket god tillväxt på de flesta andra marknader.

En klar utmaning är fortsatt bristen på standard och regelverk i branschen. Det finns idag inga gemensamma eller nationella regler att luta sig mot när det gäller naturlig, ekologisk skönhet. Detta syns bland annat genom att nästan 70 procent av företagen saknar certifiering på sina produkter. En trend som uppmärksammas i tidigare rapporter stärks också, att nya produkter på den svenska marknaden i allt högre utsträckning saknar certifiering. Detta kan på sikt bli ett trovärdighetsproblem för branschen.

Sammanfattningsvis kan sägas att de företag som arbetar med ekologisk och naturlig hudvård och kosmetika på den svenska marknaden är en växande och välmående grupp med god framtidstro på både kort och lång sikt. Såväl företagens egna förväntningar som trenderna i samhället talar för fortsatt tillväxt på området.

1) *Cosmetics Europe samt KoHF (Kosmetik- och hygienföretagen)*

2) *Future Market Insights*

3) *Bedömningen har gjorts genom att beräkna ett medelvärde på omsättningen av de 100 deltagande varumärkena. Sedan har detta medelvärde förutsatt gälla även för icke deltagande varumärken. Ett stort antal större företag med ekologiska produkter samt EMV (Egna märkesvaror) finns inte representerade i undersökningen.*