

ชาวอิตาลีนิยมเครื่องสำอางประเภท “green” และจากธรรมชาติ

ดังที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า การให้ความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนในสินค้าอุปโภคและบริโภคของชาวอิตาลีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ สินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม โดยผลิตภัณฑ์ประเภท “green” และจากธรรมชาติมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น และเป็นคุณสมบัติหลักที่ผู้บริโภคที่ให้ความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพจะมองหาในสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สำหรับการดูแลร่างกาย

จากการศึกษาแนวโน้ม Beauty Trend Watch ของ Cosmetics Italia (สมาคมผู้ประกอบการสินค้า เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม) เกี่ยวกับสินค้าเครื่องสำอางประเภท “green” แสดงให้เห็นว่า ในปี ๒๕๖๐ มูลค่าการประกอบการผลประกอบการของบริษัทที่ได้รับการสำรวจจะอยู่ที่ ๙๕๐ ล้านยูโร หรือเท่ากับ ๙% ของตลาดสินค้าเครื่องสำอางในอิตาลี นอกจากนี้ หากพิจารณาด้านการกระจายสินค้าในอิตาลีตามช่องทางการจำหน่าย จะเห็นว่าร้านจำหน่ายสินค้าแบรนด์เฉพาะ (monobrand shop) และร้านประเภท Erboristeria (หรือร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและสมุนไพรโดยเฉพาะ) มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น โดยกว่าครึ่งหนึ่งของเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงามจากธรรมชาตินั้น เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับการบำรุงผิวหน้าและร่างกาย (๓๐.๒% และ ๒๗.๖% ตามลำดับ) ตามมาด้วยผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผม และน้ำหอม



Cosmetics Italia แสดงความเห็นเพิ่มเติมว่า แม้ว่าสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงามประเภท “green” จะประสบผลสำเร็จในตลาดมาเป็นระยะเวลาหลายปี อย่างไรก็ตาม การให้คำจำกัดความผลิตภัณฑ์จากธรรมชาตินั้นไม่ใช่เรื่องง่าย อีกทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาในการตีความสำหรับอุตสาหกรรมผู้ผลิต และต่อผู้บริโภคขั้นสุดท้าย โดยรวมแล้ว คุณลักษณะเฉพาะที่ใช้เพื่อจำกัดความเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม “green” และ

มาจากธรรมชาติ ได้แก่ มีส่วนประกอบหลักจากพืช (ต้นไม้อะและดอกไม้) มีส่วนประกอบจากวัตถุดิบธรรมชาติอย่างน้อย ๙๐% ปราศจากน้ำมันดิบ ปราศจากพาราเบนส์ มีส่วนประกอบของวัตถุดิบออร์แกนิก และปราศจากสารกันบูด โดยในบรรดาสินค้าทั้งหมด ผู้ประกอบการมุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์อาบน้ำ (๑๒.๕%) ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย (๑๐.๕%) หน้าและคอ (๑๐.๕%) eyeshadow (๗.๓%) และยาสระผม (๗.๒%)

จำนวนสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงามที่ได้ชื่อว่าเป็นสินค้าจากธรรมชาติ ที่มีวางจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในตลาดอิตาลี ชี้ให้เห็นถึงความสนใจที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็นตลาดสินค้าที่ได้รับ

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

ความสนใจมากขึ้นเรื่อยๆ จากผู้บริโภคที่มองหาความยั่งยืนทางจริยธรรมและสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากการวิจัยล่าสุดของ Human Highway สำหรับ Cosmetica Italia แสดงให้เห็นว่า กว่า ๗ ใน ๑๐ ของผู้บริโภคอิตาลีเห็นว่าการผลิตอย่างยั่งยืนและการให้ความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมจะเป็นแนวทางในการพัฒนาของสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงามในช่วง ๑๐ ปีข้างหน้า โดยความยั่งยืนทางจริยธรรมและสิ่งแวดล้อมแสดงให้เห็นถึงการคำนึงของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่ “ปราศจากความรุนแรงและความรับผิดชอบต่อสังคม” ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สัตว์ในการทดลอง ผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากสารต่างๆ (เช่น กลูเทินหรือโปรตีนในข้าวสาลี น้ำมันปาล์ม พาราเบนส์ เป็นต้น) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ รวมทั้ง การให้ความใส่ใจกับพนักงาน การใช้ส่วนประกอบจากธรรมชาติ ๑๐๐% และการลดการใช้น้ำในการผลิต

ที่มา: www.helpconsumatori.it วันที่ ๖ กันยายน ๒๕๖๐

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน

กันยายน ๒๕๖๐

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ