

## Teknokemian Yhdistyksen tiedote

### Suomen kosmetiikka- ja hygieniatuotemarkkinat jatkavat vakuuttavaa kasvuaan

*Suomi oli vuonna 2006 Länsi-Euroopan<sup>1)</sup> kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden dynaamisin markkina-alue. Kasvua edellisvuoteen nähden saavutettiin 9 % kuluttajamarkkinoiden arvon ollessa noin 760 miljoonaa euroa. Kasvumahdollisuudet ovat Suomessa edelleen suuret, koska keskimääräinen kulutus henkeä kohden on yhä yksi alhaisimmista Länsi-Euroopan alueella.*

Kosmetiikka- ja hygieniamarkkinoiden dynaamiseen kasvuun vaikuttivat monet tekijät. Muutoksia tapahtui muun muassa jakelukanavissa. Uusia kosmetiikan myyntipaikkoja avattiin ja myös päivittäistavarakaupat kasvattivat valikoimiaan - tuotteet ovat yhä paremmin saatavilla suuremmalle joukolle kuluttajia. Myös kuluttajat vaativat entistä enemmän erilaisia tuotteita, mihin teollisuus on vastannut lanseeraamalla markkinoille uusia tuotteita ja innovaatioita yhä useammin. Lisäksi Suomen hyvä taloudellinen tilanne vaikutti kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden myyntiin. Tämä näkyy muun muassa ylellisyystuotteiden myynnin merkittävässä kasvussa. Erinomainen esimerkki tästä on parfyymien ja tuoksujen myynti, joka saavutti lähes 10 %:n kasvun. Myös keskihintaisten tuotteiden myynti jatkaa hyvää kasvuaan.

Yksi vuoden 2006 trendeistä oli kuluttajien keskittyminen terveyteen ja kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Ulkonäön merkitystä ei enää aliarvioida – kuluttajat haluavat näyttää hyvältä ja tuntea voivansa hyvin. Esimerkiksi ihonhoito saavutti kaksinumeroisen kasvun (+16 %), kiitos anti-ageing-, kasvonhoito-, miesten- ja aurinkosuojatuotteiden.

Suomessa kosmetiikkaan ja hygieniaan kulutetaan 144 euroa henkeä kohden. Muuhun Länsi-Eurooppaan verrattuna Suomi jää vielä keskiarvon alapuolelle, joka on 150 €. Eniten Euroopan maista rahaa kosmetiikkaan käytetään Sveitsin (219 €) ja Norjan (219 €) lisäksi Ruotsissa (171 €) ja Tanskassa (171 €). Suomea vähemmän kosmetiikkaa ostavat ainoastaan saksalaiset (142 €), irlantilaiset (133 €), kreikkalaiset (121 €) ja portugalilaiset (104 €). Suomi oli vuonna 2006 Länsi-Euroopan dynaamisin markkina-alue lähes 9 %:n kasvullaan. Hyvänä kakkosena seurasi Tanska (+8 %).

<sup>1)</sup> Länsi-Eurooppa: Saksa, Ranska, Iso-Britannia, Italia, Espanja, Alankomaat, Belgia/Luxemburg, Ruotsi, Kreikka, Itävalta, Portugali, Tanska, Suomi, Irlanti sekä Norja ja Sveitsi. Tilastoluvut perustuvat Colipan (The European Cosmetic, Toiletry and Perfumery Association) laatimiin tilastoihin.

## Teknokemian Yhdistys ry

Teknokemian Yhdistys ry (TY) on kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden sekä pesu- ja puhdistusaineiden valmistajien, maahantuojien ja jakelijoiden edunvalvontajärjestö. TY:n toiminnan tavoitteena on edistää alan arvostusta ja liiketoimintaympäristöä. Jäsenyrityksiä on 53, mikä kattaa noin 90 % alan markkinoista Suomessa.

## Lisätietoja

Koordinaattori Eeva-Mari Karine, (09) 1728 4336  
sähköposti: [info@teknokem.fi](mailto:info@teknokem.fi) / Kotisivu: [www.teknokem.fi](http://www.teknokem.fi)