



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟΥ
Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

Λονδίνο, Απρίλιος 2014

Συνοπτικά στοιχεία για την αγορά αντηλιακής περιποίησης και προστασίας στο Ηνωμένο Βασίλειο

Σύμφωνα με έρευνα της εταιρείας Kantar Worldpanel, η αγορά των προϊόντων αντηλιακής προστασίας, παρουσίασε αύξηση της αξίας και του όγκου πωλήσεων κατά 10,2% και 10,5% αντίστοιχα κατά τα έτη 2012-2013. Οι καιρικές συνθήκες και οι ιδιαίτερως υψηλές θερμοκρασίες κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, βοήθησαν αρκετά ώστε οι πωλήσεις των αντηλιακών προϊόντων να ξεπεράσουν τις χαμηλές επιδόσεις των ετών 2010 και 2011. Από τον παρακάτω πίνακα με τα στοιχεία της κατανάλωσης αντηλιακής προστασίας και περιποίησης κατ'οίκον, η εν λόγω αύξηση παρατηρείται μόνο στις κατηγορίες "αντηλιακή προστασία" και "περιποίηση μετά από τον ήλιο" ενώ η κατηγορία "τεχνητό μαύρισμα" παρουσιάζει πτώση της αξίας των πωλήσεων αλλά και του όγκου κατά 2,3% και 9,4% αντίστοιχα, που όμως είναι μια σαφής βελτίωση σε σχέση με τα προηγούμενα έτη όπου παρατηρήθηκε πτώση της τάξεως του 20,8% και 12,7% αντίστοιχα. Ωστόσο, όσον αφορά τα προϊόντα τεχνητού μαυρίσματος, θα πρέπει να επισημανθεί ότι η συνεχιζόμενη μείωση στις πωλήσεις οφείλεται στο γεγονός ότι κατά τα προηγούμενα έτη είχαν δημοσιευθεί έρευνες σχετικές με χημικά συστατικά των εν λόγω προϊόντων τα οποία μπορούν να προκαλέσουν καρκίνο ή γενετικές ανωμαλίες.

Στην αγορά προϊόντων αντηλιακής προστασίας και περιποίησης σύμφωνα με το πίνακα 1 παρατηρείται και μια σταθερή αύξηση στις πωλήσεις στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (own label) των μεγάλων αλυσίδων λιανικής όπως Tesco, Boots, Superdrug. Η εν λόγω αύξηση προκαλεί ανησυχία στις επώνυμες εταιρείες αντηλιακών οι οποίες πρέπει συνεχώς να καινοτομούν προκειμένου να παραμείνουν στα ράφια των καταστημάτων. Η έμφαση των μεγάλων επιχειρήσεων λιανικής στα own label προϊόντα τους εντείνει τον ανταγωνισμό με τα επώνυμα προϊόντα.

Στον κατωτέρω πίνακα εμφανίζεται η κατανομή πωλήσεων μεταξύ επωνύμων και ιδιωτικής ετικέτας προϊόντων και στις τρεις κατηγορίες.

Κατ' οίκον κατανάλωση*				
Αντηλιακή Περιποίηση: 52 εβδομάδες μέχρι Ιανουάριο 2014				
	Αξία Πωλήσεων		Όγκος Πωλήσεων	
	εκ £	% μεταβολή (από έτος σε έτος)	εκ £	% μεταβολή (από έτος σε έτος)
Αντηλιακή Προστασία	159	11,4	27,6	14,2
Επώνυμη μάρκα	107,1	14,4	17,6	22
Ιδιωτική Ετικέτα (Own Label)	51,9	5,8	9,9	3,1
Περιποίηση μετά τον ήλιο	21,2	13,3	5,4	6,2
Επώνυμη μάρκα	13,7	17,1	3,2	11,4
Ιδιωτική Ετικέτα (Own Label)	7,5	7,1	2,2	0,8
Τεχνητό Μαύρισμα	17,9	-2,3	3,1	-9,4
Επώνυμη μάρκα	16,5	0,6	2,7	-8,4
Ιδιωτική Ετικέτα (Own Label)	1,5	-25,6	0,4	-17,4
ΣΥΝΟΛΟ	198,2	10,2	36,1	10,5

* Δεν περιλαμβάνει κατανάλωση σε ινστιτούτα ομορφιάς κλπ.

Όπως φαίνεται στον πίνακα 2, οι τιμές των αντηλιακών προϊόντων έχουν παρουσιάσει οριακή πτώση ενώ οι τιμές των προϊόντων αντηλιακής περιποίησης μετά τον ήλιο έχουν παρουσιάσει οριακή αύξηση.

Πίνακας 2				
Μέση Τιμή Πώλησης				
Αντηλιακή Περιποίηση: 52 εβδομάδες μέχρι Ιανουάριο 2014				
	€/2012	€/2013	μεταβολή σε £ από ετός σε έτος	% μεταβολή από ετός σε έτος
Αντηλιακή Προστασία	5,92	5,77	-0,15	-2,5
Περιποίηση μετά τον ήλιο	3,71	3,96	0,25	6,8
Τεχνητό Μαύρισμα	5,3	5,72	0,42	7,8
ΣΥΝΟΛΟ	5,51	5,5	-0,01	-0,2

Σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα του μεριδίου αγοράς των επιχειρήσεων λιανικής, το Boots έχει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στα προϊόντα περιποίησης και αντηλιακής προστασίας με 47,7% στην εξεταζόμενη κατηγορία ενώ ακολουθούν τα Tesco, Superdrug και Sainsbury's με χαμηλότερα ποσοστά (13,2%, 8,6% και 7,7% αντίστοιχα). Όσον αφορά την ποσοστιαία μεταβολή της αξίας πωλήσεων οι εταιρείες Lidl και Waitrose σημειώνουν σημαντική αύξηση με ποσοστά 33,5% και 15,8% αντίστοιχα, ενώ οι εταιρείες M&S και Co-Operative σημειώνουν μείωση με ποσοστά -31,7% και -20,3% αντίστοιχα.

Μερίδιο Αγοράς Λιανοπωλητών			
Αντηλιακή Προστασία και Περιποίηση Επιδερμίδας: 52 εβδομάδες μέχρι Ιανουάριο 2014			
	Μερίδιο σε Σύνολο Αγοράς Λιανικής	Μερίδιο σε Σύνολο Αγοράς υπο εξέταση	Ετήσια Μεταβολή Μεριδίου σε Αγορά υπό εξέταση (%)
Boots	1,9	47,7	0,1
Superdrug	0,5	8,6	6,8
Sainsbury's	15,1	7,7	4,5
Tesco	26,8	13,2	0,3
Asda	14,5	6	6,8
Aldi	3,1	1	-1,3
Morrisons	10,9	2,9	-2,3
Lidl	2,7	0,6	33,5
Waitrose	4,5	0,7	15,8
The Co-operative	5,4	0,4	-20,3
M&S	3,1	0,1	-31,7
Ανεξάρτητοι	1,2	0,1	62,4

Γραφείο ΟΕΥ Λονδίνου.