



Entenda como a Natura se consolidou no mercado e o que planeja para 2025

Tecnologia a favor da perfumaria

O Brasil é o segundo maior mercado de perfumaria no mundo, perdendo apenas para os Estados Unidos. Por ano, movimenta R\$ 16 bilhões, impulsionado pela diversidade de matérias-primas, qualidade dos produtos e inovação. E ainda há espaço para se destacar. Em 2023, conforme dados do Euromonitor International, o mercado de perfumaria premium cresceu 13,7% (em relação a 2022), movimentando R\$ 4,1 bilhões. A estimativa é que cresça 89% até 2027 (mais do que o dobro do mercado tradicional).

A Natura ingressou recentemente na Alta Perfumaria e o projeto nasce, justamente, deste mapeamento de mercado. “Dentro da nossa estratégia considera-se trabalhar com diferentes produtos para geração de valor. Então, olhando tudo isso, há um ano e meio, mais ou menos, começamos esse projeto, olhando para esse público que

é mais premium e que deseja algo personalizado. Lançamos a Alta Perfumaria Natura com um olhar mais exclusivo para o consumidor brasileiro. Temos nos surpreendido pela resposta positiva e muito interesse e curiosidade pelo produto”, explica a diretora global de perfumaria da Natura, Claudia Pinheiro.

A marca chega a este novo segmento após se consolidar no mercado tradicional. Para entender o atual cenário e antecipar o que está por vir, conversamos com a especialista em perfumaria da Natura, Verônica Kato. A seguir, ela comenta sobre as principais tendências em fragrâncias para 2025 e compartilha detalhes a respeito do processo de criação, destacando o uso de tecnologias inovadoras. A entrevista aborda, ainda, o desenvolvimento de produtos sem gênero e a influência do consumidor.