

BEAUTY TREND WATCH: MACRO-TREND E OPINIONE DEGLI OPERATORI

East meets West

COSA VEDIAMO: l'influenza sempre maggiore dei trend di prodotto tipici dei paesi asiatici, in particolare di paesi come Giappone e Corea del Sud, sui mercati occidentali.

PRODOTTI: BB e CC cream (alphabet cream), cushion compact, prodotti rinfrescanti per il viso e per il corpo, creme in gel a base acquosa utilizzate come struccanti e per la cura dei capelli, maschere per il viso e maschere ad uso specifico per la notte.

QUANDO: trend già in atto, da qualche anno le alphabet cream sono entrate pesantemente sul mercato e nelle abitudini dei consumatori.

Convergence vs divergence

COSA VEDIAMO: la crescita in parallelo di prodotti ibridi nati per semplificare la routine di bellezza quotidiana e di prodotti specifici e iper-segmentati.

PRODOTTI: multifunzione ad utilizzo "veloce", creme e lozioni ad effetto "booster" per i più esigenti, dalle stampanti 3D di make-up alla estrema personalizzazione del prodotto per il trucco quotidiano, dalla diagnosi della pelle allo studio del DNA per un prodotto creato realmente "su misura".

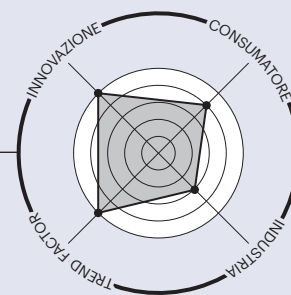
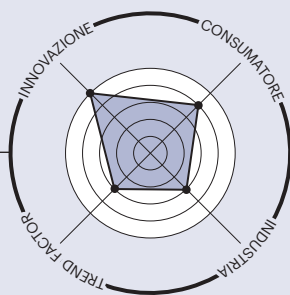
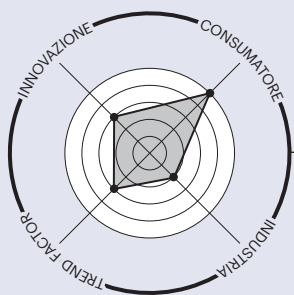
QUANDO: in corso per skin-care e hair-care, entro due anni anche nei prodotti di make-up e in quelli dedicati alla linea maschile.

Total wellness

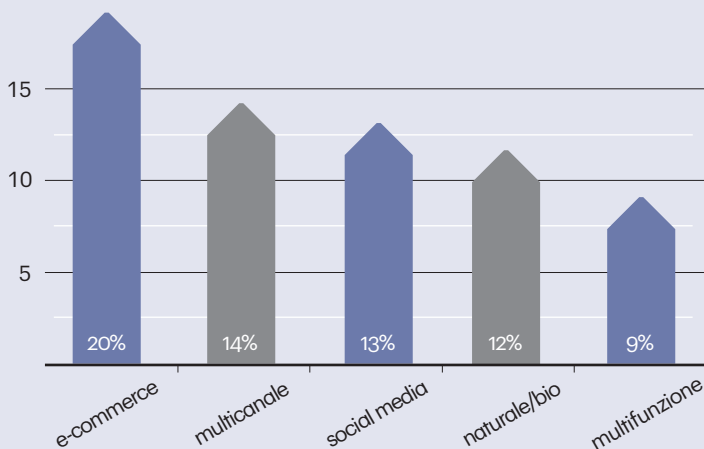
COSA VEDIAMO: lo sviluppo di prodotti dedicati alla protezione del viso e del corpo e alla riparazione dei piccoli "danni" provocati dagli agenti esterni e dai ritmi di vita sempre più veloci.

PRODOTTI: creme e maschere ad azione notturna, app dedicate allo studio del derma e prodotti mirati all'autodiagnosi dello stato di salute della pelle e dei capelli, nuove formulazioni con meno ingredienti e un minor utilizzo di acqua, a garanzia di uno sviluppo sostenibile.

QUANDO: pieno sviluppo nei prossimi 3-5 anni a livello globale, anche grazie alla maggior diffusione di dispositivi "wearables" (orologi e bracciali smart).



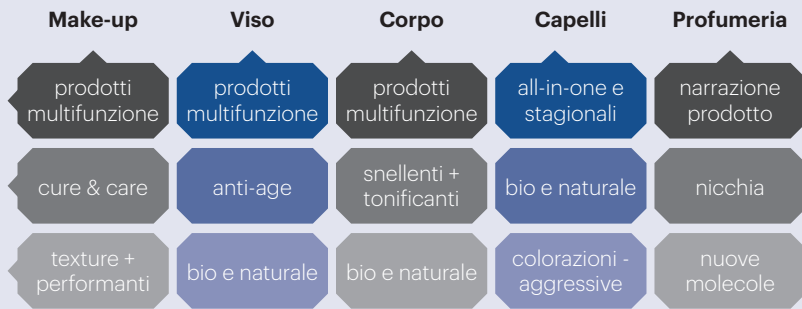
elaborazione Centro Studi su dati Mintel®



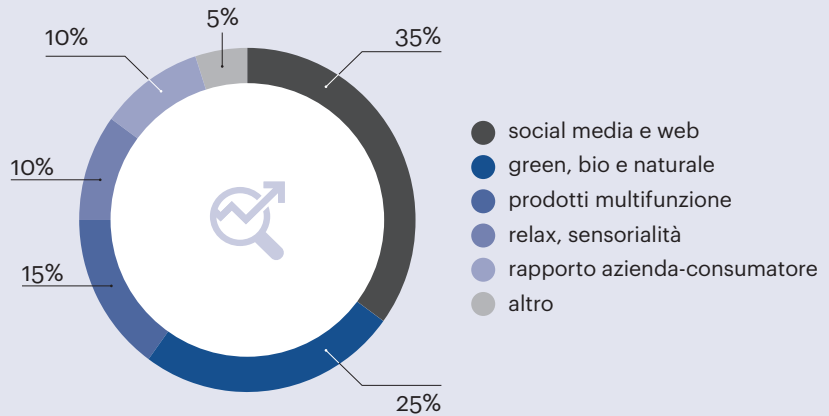
Consumatori: i driver di maggior rilievo per il 2015-'17 in Italia
(opinione degli operatori)

top 5, elaborazione Centro Studi questionario online feb-mag 2015

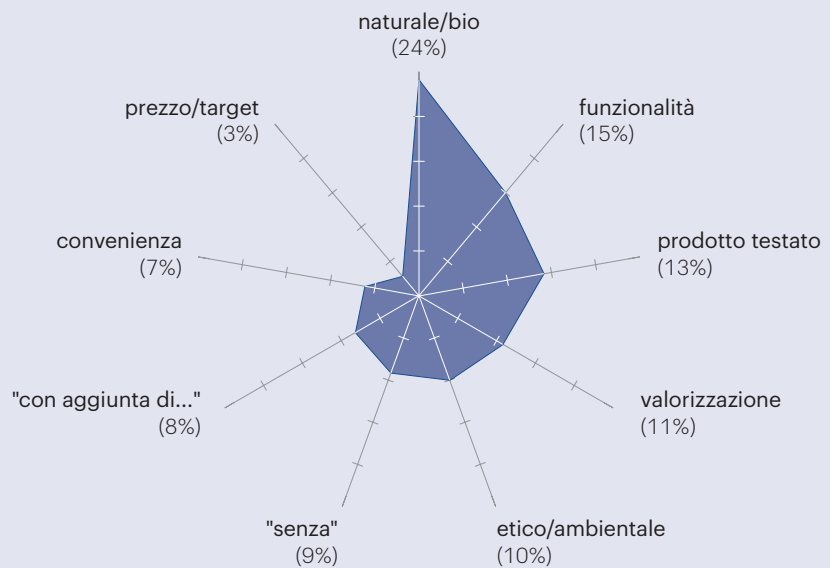
Nuovi trend nei prodotti cosmetici per il 2015-'17 in Italia
(opinione degli operatori)



Tematiche emergenti nel settore beauty per il 2015-'17 in Italia
(opinione degli operatori)



Importanza dei claim presenti nel packaging per il 2015-'17 in Italia
(opinione degli operatori)



elaborazione Centro Studi
questionario online feb-mag 2015