

## 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".

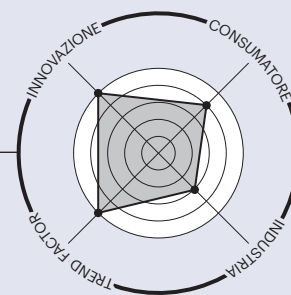
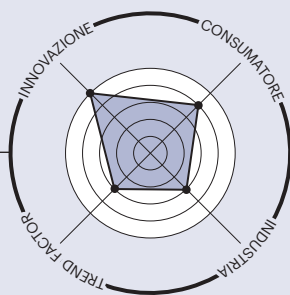
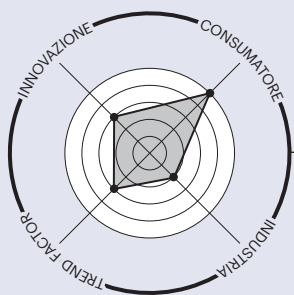
**QUANDO:** in corso per skin-care e hair-care, entro due anni anche nei prodotti di make-up e in quelli dedicati alla linea maschile.

## Total wellness

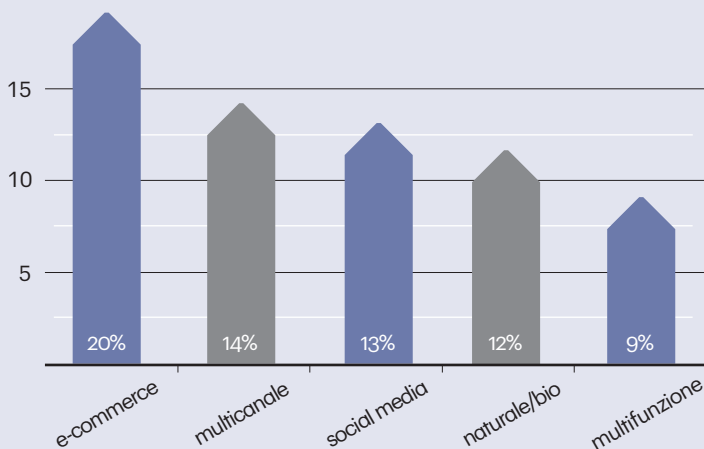
**COSA VEDIAMO:** lo sviluppo di prodotti dedicati alla protezione del viso e del corpo e alla riparazione dei piccoli "danni" provocati dagli agenti esterni e dai ritmi di vita sempre più veloci.

**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).



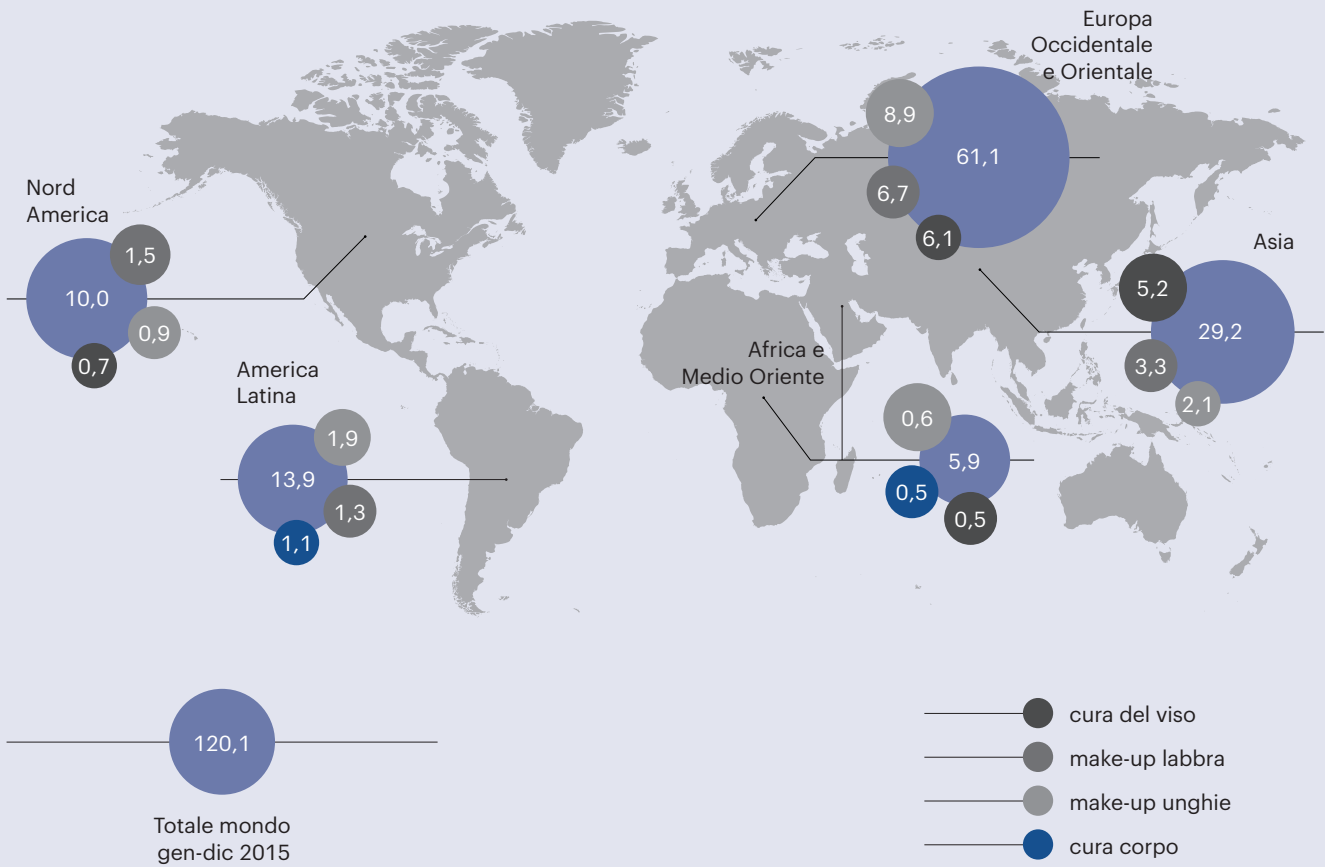
elaborazione Centro Studi su dati Mintel®



**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

## LANCI DI PRODOTTI COSMETICI NEL MONDO NEL 2015



elaborazione Centro Studi su dati Mintel®, valori in migliaia

### Principali claim utilizzati nel 2015 a livello mondiale (trend vs 2009)

elaborazione Centro Studi su dati Mintel

