



powered by

COSMOPROF &

COSMOPACK &

COSMOPRIME

COSMO
TALKS

COSMETIC TREND: INDUSTRY, MARKET, CONSUMERS, AND FUTURE HABITS AND BEHAVIOUR. FOCUS ON TEENAGER

Moderator:



Gian Andrea POSITANO

Cosmetica Italia

Speakers:



Giacomo FUSINA

Founder Human Highway



Maurizio TUCCI

President Laboratorio Adolescenza

STRATEGIC PARTNER

COSMETIC TREND: INDUSTRY, MARKET, CONSUMERS, AND FUTURE HABITS AND BEHAVIOUR. FOCUS ON TEENAGER



Maurizio TUCCI

President Laboratorio Adolescenza

Maurizio Tucci holds a degree in Engineering from the University of Bologna and lives in Milan. He worked in marketing and communications at major multinational corporations including Bull, Philips and Bosch. Since 1992, he has been a consultant in communications and social media research, with particular attention to adolescents. He was the creator and curator of the "Habits and Lifestyles of Italian Adolescents" survey that he developed together with the Società Italiana di Pediatria. The survey continues to be conducted annually by the non-profit organisation Laboratorio Adolescenza and the Società Italiana di Medicina dell'Adolescenza. He is currently the President of Laboratorio Adolescenza and a member of the Board of Directors for Società Italiana di Medicina dell'Adolescenza. Journalist and author, he has collaborated with Corriere della Sera since 1995. He is the author of numerous scientific publications and essays, among which "Enclave Adolescenza" (2009, Ed. Editeam Bologna). Works of fiction he has penned include "Libertè" (2016 Ed. Odoya/I Libri di Emil, Bologna).



COSMETIC TREND: INDUSTRY, MARKET, CONSUMERS, AND FUTURE HABITS AND BEHAVIOUR. FOCUS ON TEENAGER



Maurizio TUCCI

President Laboratorio Adolescenza

STRATEGIC PARTNER

L'evoluzione della cosmetica: industria, mercato, consumatori e abitudini d'uso da oggi ai prossimi anni. Focus sul target adolescenti

“Adolescenti, cosmetica e percezione di sé”

Bologna - 17 marzo 2017

Maurizio Tucci





Adolescenti, cosmetica e percezione di sé

Indagine quali-quantitativa su un campione di 650 studenti delle scuole superiori di Milano (età 14-19 anni)

Composizione del campione: 2/3 femmine 1/3 maschi

Rilevazione: novembre-dicembre 2016

Progettazione: Ing. Maurizio Tucci, Presidente Laboratorio Adolescenza

Direzione Scientifica: Prof. Carlo Buzzi, Dipartimento. Sociologia - Univ. Trento

Direzione Organizzativa: Dr.ssa Simona Mazzolini, Laboratorio Adolescenza

L'aspetto fisico

Sei soddisfatto/a del tuo aspetto fisico?

| | Totale | Maschi | Femmine | 14-15 anni | 16 -19 anni |
|------------|--------|--------|---------|---------------|----------------|
| Molto | 9,2 | 18,3 | 4,8 | 11,6 | 6,9 |
| Abbastanza | 57,1 | 65,7 | 52,9 | 52,9 | 61,0 |
| Poco | 25,2 | 14,1 | 30,5 | 25,5 | 24,7 |
| Per nulla | 8,2 | 1,4 | 11,5 | 9,7 | 7,2 |

Se potessi, cosa ti piacerebbe migliorare del tuo aspetto fisico per piacerti di più?

| | Totale | Maschi | Femmine | 14-15 anni | 16 -19 anni |
|---------------------------------|--------|--------|---------|------------|-------------|
| Peso | 58,2 | 31,9 | 70,8 | 55,2 | 60,5 |
| Gambe | 55,6 | 30,5 | 67,6 | 52,1 | 58,4 |
| Fianchi (per le ragazze) | | | 53,4 | 52,3 | 54,7 |
| Peli | 38,5 | 16,9 | 48,9 | 33,6 | 41,9 |
| Seno (per le ragazze) | | | 48,9 | 52,9 | 47,3 |
| Pelle | 39,1 | 23,9 | 46,4 | 35,9 | 41,6 |
| Naso | 37,9 | 21,1 | 45,9 | 40,2 | 36,3 |
| Denti | 40,3 | 28,6 | 45,9 | 49,4 | 34,7 |
| Capelli | 40,6 | 35,7 | 43,0 | 37,1 | 43,0 |
| Altezza | 42,7 | 43,7 | 42,3 | 42,8 | 43,5 |
| Muscolatura | 45,0 | 67,1 | 34,4 | 42,5 | 47,2 |
| Occhi | 23,1 | 22,1 | 23,5 | 27,0 | 21,2 |
| Bocca | 12,2 | 8,9 | 22,6 | 20,1 | 17,0 |
| Barba (per i ragazzi) | | 29,6 | | 23,0 | 35,3 |

La cura dell'aspetto fisico

Curi il tuo aspetto fisico?

| | Maschi | Femmine |
|------------|--------|---------|
| Molto | 24,9 | 29,0 |
| Abbastanza | 57,3 | 61,1 |
| Poco | 17,1 | 9,3 |
| Per nulla | 0,7 | 0,5 |

Perché lo fai?

| | Maschi | Femmine |
|---------------------------------|--------|---------|
| Per piacermi di più | 47,9 | 46,8 |
| Per sentirmi più sicuro/a di me | 33,8 | 43,9 |
| Per piacere di più agli altri | 16,0 | 8,4 |

Come curo l'aspetto fisico

| | Totale | Maschi | Femmine | 14-15 anni | 16 -19 anni |
|----------------------------|--------|--------|---------|------------|-------------|
| Controllo l'alimentazione | 58,2 | 53,1 | 60,7 | 57,4 | 58,4 |
| Uso prodotti di bellezza | 55,0 | 13,6 | 75,0 | 51,6 | 58,1 |
| Faccio sport | 65,1 | 80,8 | 57,5 | 70,9 | 60,5 |
| Vado in palestra (fitness) | 39,5 | 41,3 | 38,6 | 39,5 | 39,8 |



I prodotti di bellezza

Quanto li utilizzi?

| | Totale | Maschi | Femmine | 14-15 | 16 -19 |
|------------|---------------|---------------|----------------|--------------|---------------|
| Molto | 49,3 | 30,0 | 58,6 | 44,8 | 52,3 |
| Abbastanza | 40,6 | 51,2 | 35,5 | 44,8 | 38,2 |
| Raramente | 8,2 | 14,6 | 5,2 | 8,1 | 8,2 |
| Mai | 1,2 | 3,3 | 0,2 | 1,5 | 1,1 |

Come li consideri?

| | Totale | Maschi | Femmine | 14-15 | 16 -19 |
|----------------|---------------|---------------|----------------|--------------|---------------|
| Indispensabili | 17,9 | 5,6 | 23,8 | 15,4 | 19,4 |
| Utili | 57,3 | 50,7 | 60,4 | 60,2 | 55,4 |
| Un 'di più' | 21,5 | 35,2 | 14,9 | 21,2 | 22,3 |
| Inutili | 2,7 | 7,5 | 0,5 | 2,3 | 2,7 |

Quali prodotti uso

- igiene-

| | Maschi | Femmine |
|--------------------------|--------|---------|
| Shampoo | 98,1 | 97,7 |
| Saponetta | 68,1 | 74,7 |
| Bagno/doccia schiuma/gel | 90,1 | 94,6 |
| Deodorante | 90,6 | 96,2 |
| Dentifricio | 96,2 | 98,0 |

Quali prodotti uso

- bellezza-

| | Maschi | Femmine | 14-15 | 16 -19 |
|---|--------|---------|-------------|--------|
| Crema idratante | 25,4 | 72,4 | 56,0 | 59,2 |
| Profumo | 65,7 | 81,7 | 74,9 | 77,7 |
| Crema contro i brufoli | 36,6 | 49,5 | 50,6 | 41,9 |
| Ombretto | 1,9 | 25,8 | 16,6 | 18,8 |
| Rossetto/Lucidalabbra/Gloss | 2,8 | 65,2 | 43,6 | 46,2 |
| Strisce per depilarsi | 3,3 | 72,6 | 48,3 | 51,5 |
| Eyliner | 0,9 | 40,5 | 23,9 | 29,7 |
| Latte detergente/salviettine struccanti | 1,4 | 80,3 | 52,5 | 56,8 |
| Correttore | 0,9 | 66,3 | 45,2 | 45,1 |
| Mascara | 0,5 | 82,8 | 55,2 | 57,3 |
| Gel/Brillantine/Mousse per capelli | 9,9 | 24,0 | 17,4 | 19,6 |
| Smalto unghie | - | 60,4 | 39,8 | 41,1 |

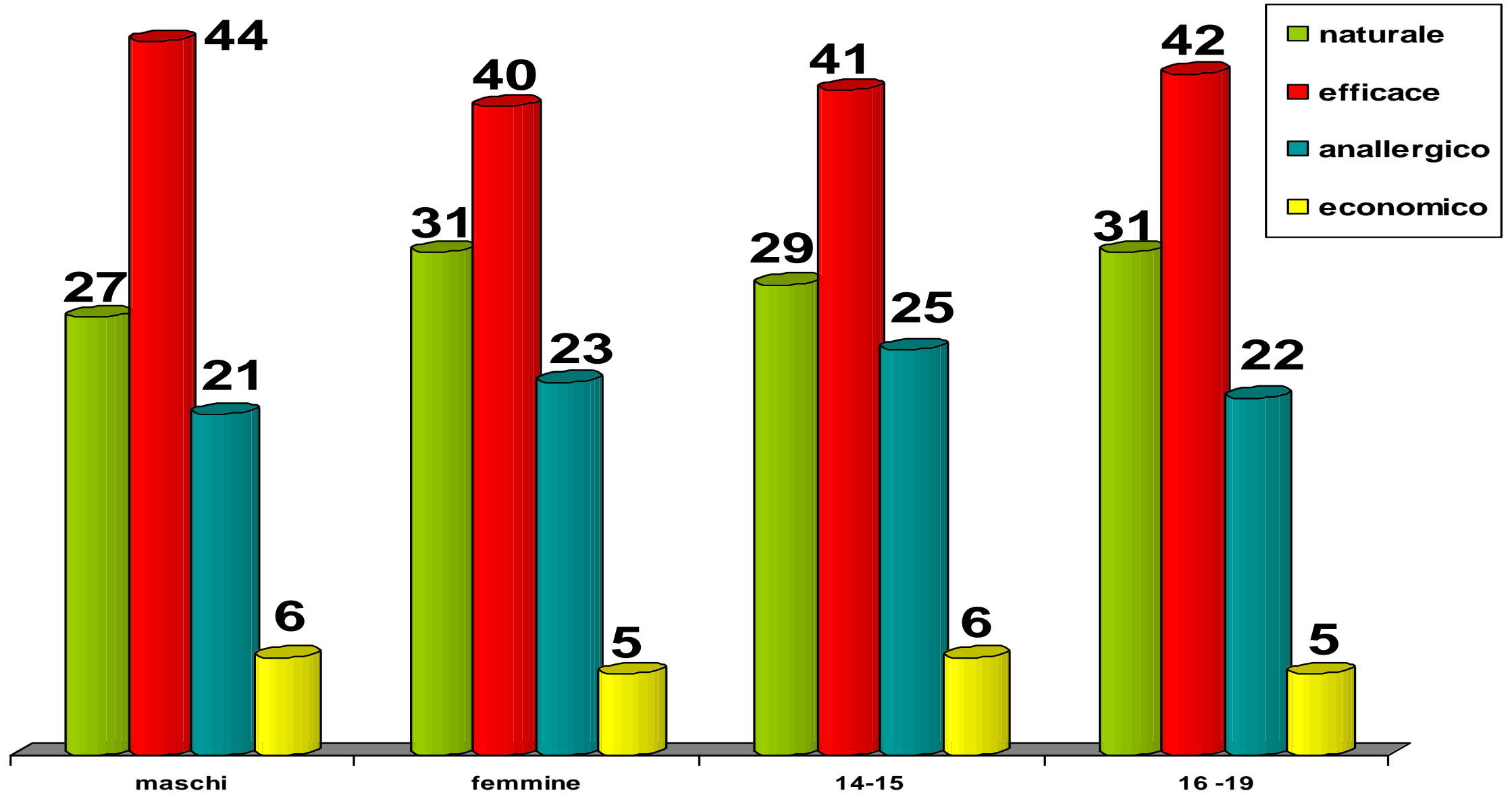
Un prodotto di bellezza è importante...

(risposta multipla aperta)

| c | Maschi | Femmine | Chi usa molto i p. di bellezza |
|--------------------------|---------------|----------------|---|
| che sia efficace | 65,3 | 65,3 | 70,1 |
| che sia naturale | 40,4 | 51,0 | 46,6 |
| che non produca allergie | 31,0 | 38,4 | 38,3 |
| che costi poco | 10,8 | 8,4 | 8,0 |

Un prodotto di bellezza è importante che sia...

- rapporto pesato -



EFFICACE

NATURALE

ANALLERGENICO

ECONOMICO

Analisi qualitativa

- Focus group -

Il prezzo conta

Non c'è correlazione tra prezzo e qualità

Anche 2 ore al giorno dedicate al make up

Trucco, piuttosto che colazione, prima di andare a scuola

Se mi piaccio di più, piaccio di più

Dove li acquisto

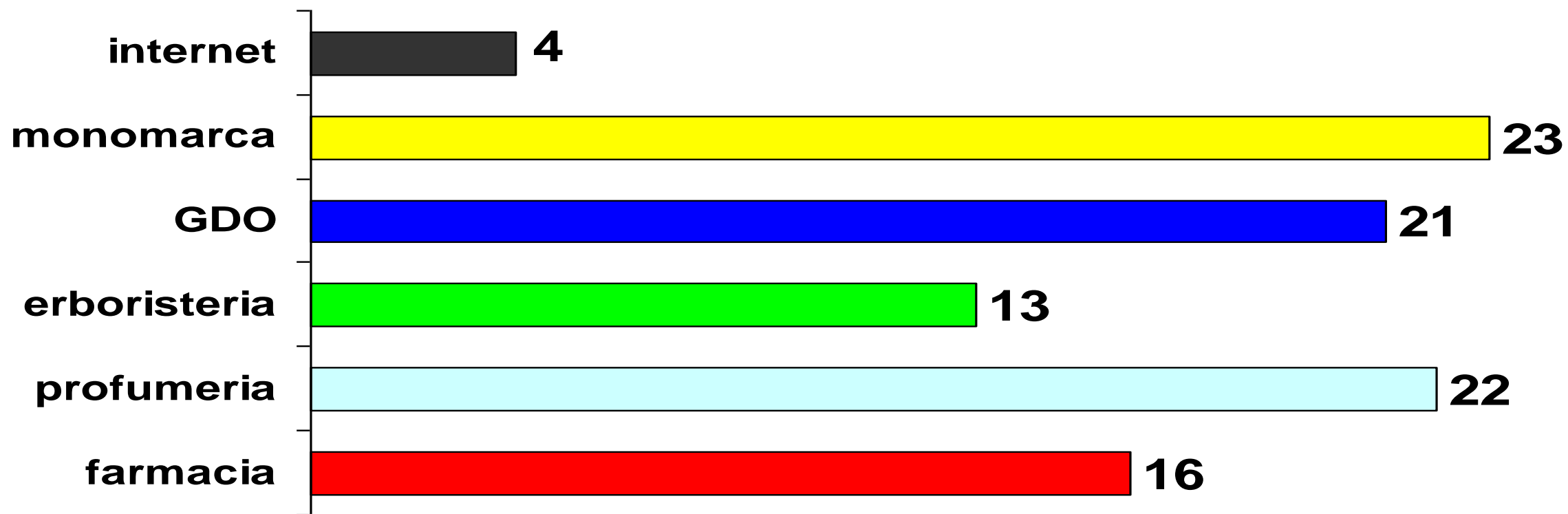
(risposta multipla aperta)

| | Femmine |
|---|---------|
| Negozi monomarca della marca che mi piace | 51,8 |
| Profumeria | 50,5 |
| Grande distribuzione | 46,9 |
| Farmacia | 36,9 |
| Erboristeria | 29,2 |
| Su Internet | 9,1 |

Dove li acquisto

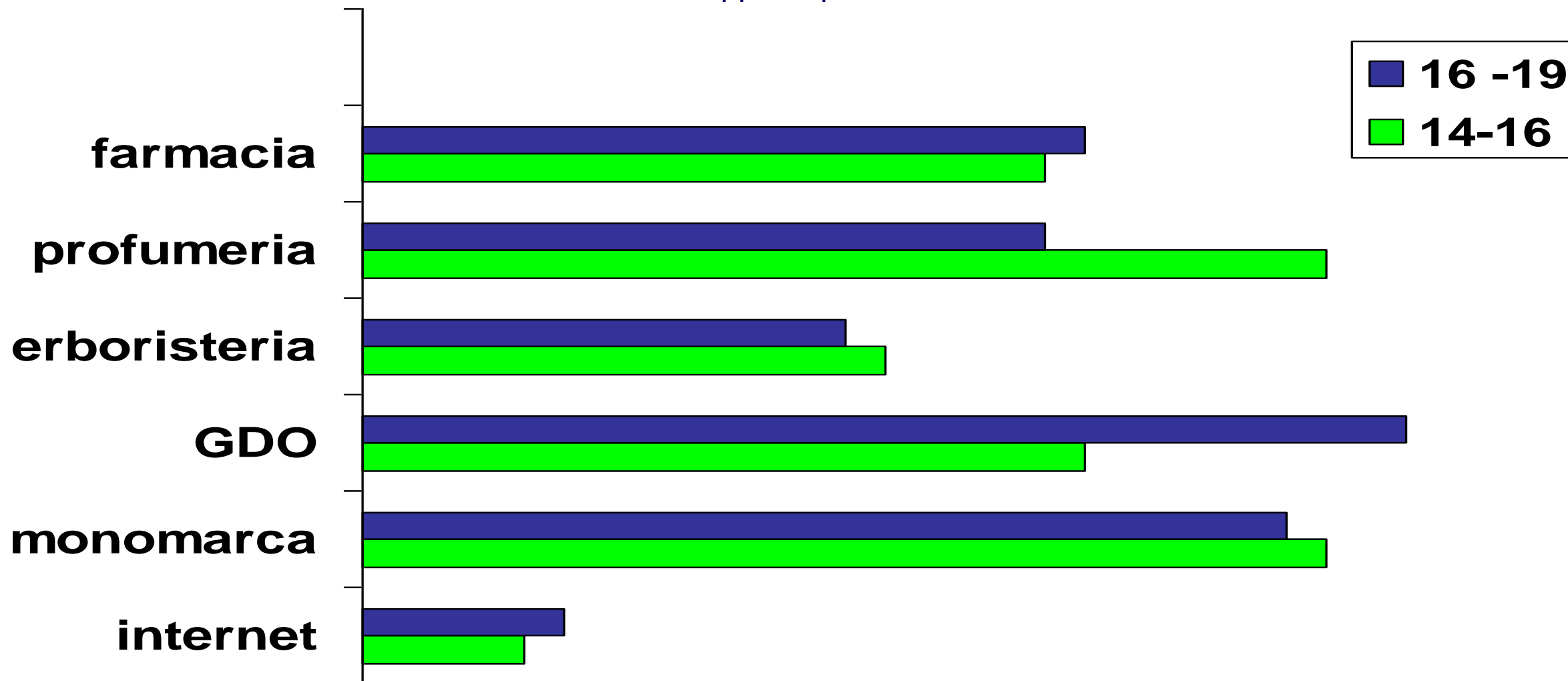
- rapporto pesato -

femmine



Dove li acquisto

- rapporto pesato -



Come li scelgo

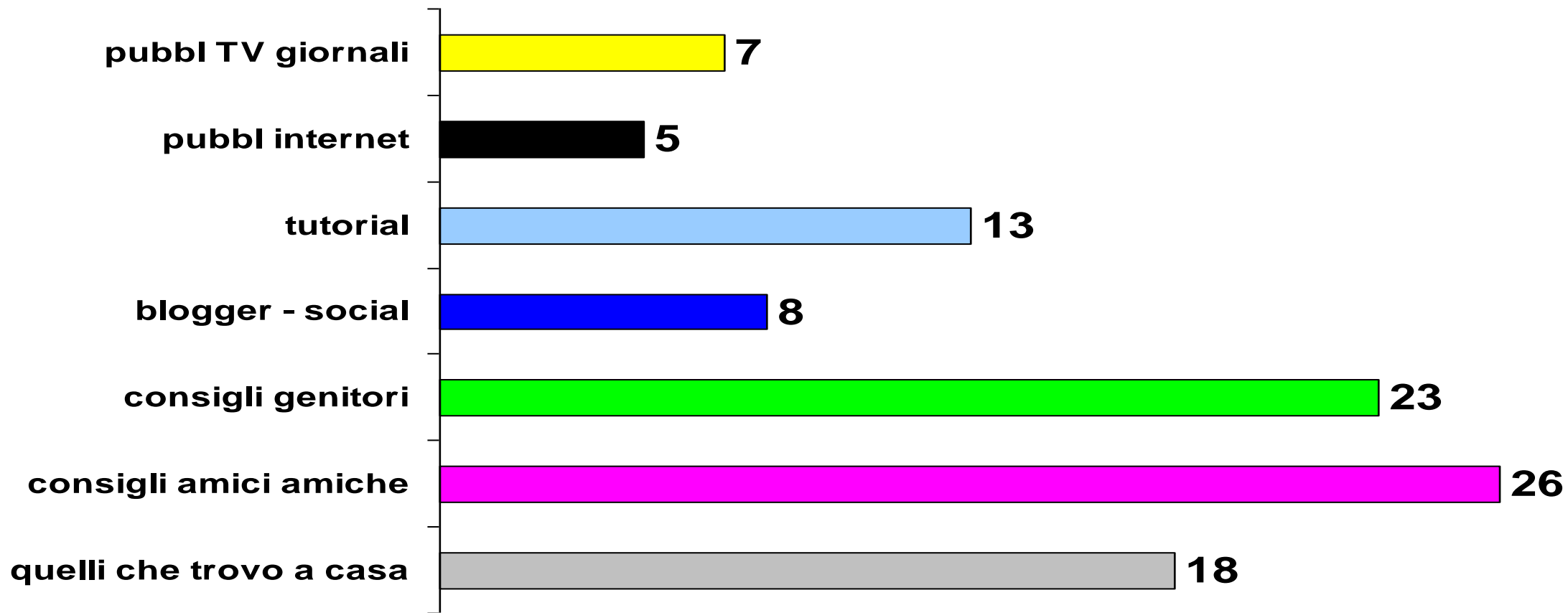
(risposta multipla aperta)

| | Maschi | Femmine |
|--|------------|-------------|
| Seguo i consigli degli amici/amiche | 21,2 | 57,5 |
| Seguo i consigli dei miei genitori | 43,2 | 52,1 |
| Uso quelli che trovo in casa | 50,7 | 38,9 |
| Consigli dei tutorial su YouTube ed altri social | 1,9 | 28,3 |
| Consigli dei/delle blogger | 1,9 | 17,0 |
| In base alla pubblicità in TV/giornali | 11,2 | 15,2 |
| In base alla pubblicità in Internet | 6,1 | 11,8 |
| | | |
| (Internet – totale) | 9,9 | 57,1 |

Come li scelgo

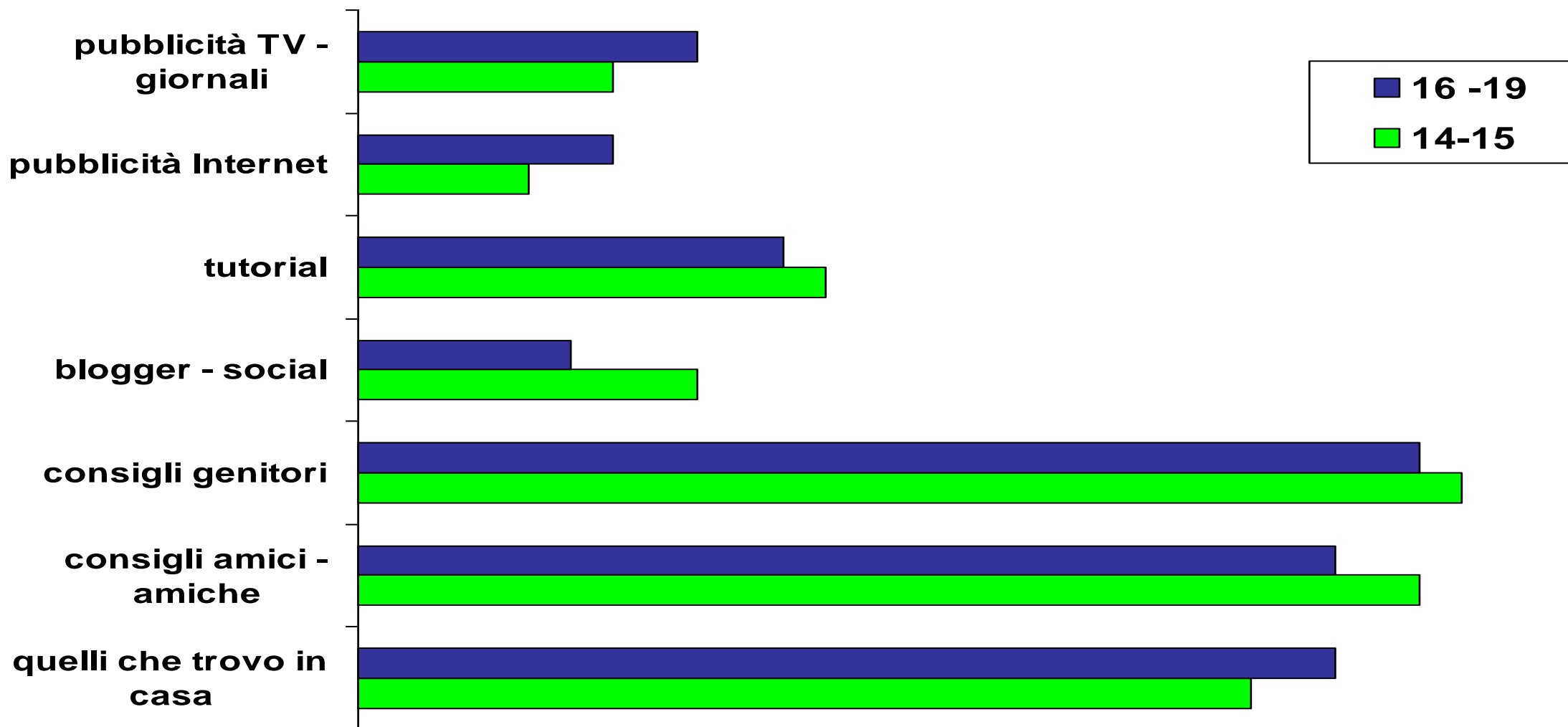
- rapporto pesato -

femmine



Come li scelgo

- rapporto pesato -



Affermazioni condivise

| | Maschi | Femmine |
|--|-------------|-------------|
| Avere un cattivo odore è imbarazzante | 93,4 | 97,3 |
| Stare bene con sé stessi, per stare bene con gli altri | 91,1 | 94,6 |
| Un uomo/ragazzo che utilizza prodotti di bellezza NON è ridicolo | 78,4 | 89,6 |
| Da una donna ci si aspetta maggior cura del proprio corpo | 81,2 | 83,9 |
| Oggi la cura dell'aspetto fisico è più importante rispetto a trenta anni fa | 78,4 | 85,1 |
| | | |
| L'aspetto fisico è importante per avere successo nel lavoro | 39,4 | 47,3 |
| L'aspetto fisico è importante per essere popolare tra gli amici | 36,6 | 37,5 |
| L'aspetto fisico è importante per avere più considerazione da parte degli insegnanti | 10,8 | 5,0 |

Effetto “social”

Sei soddisfatto/a del tuo aspetto fisico?

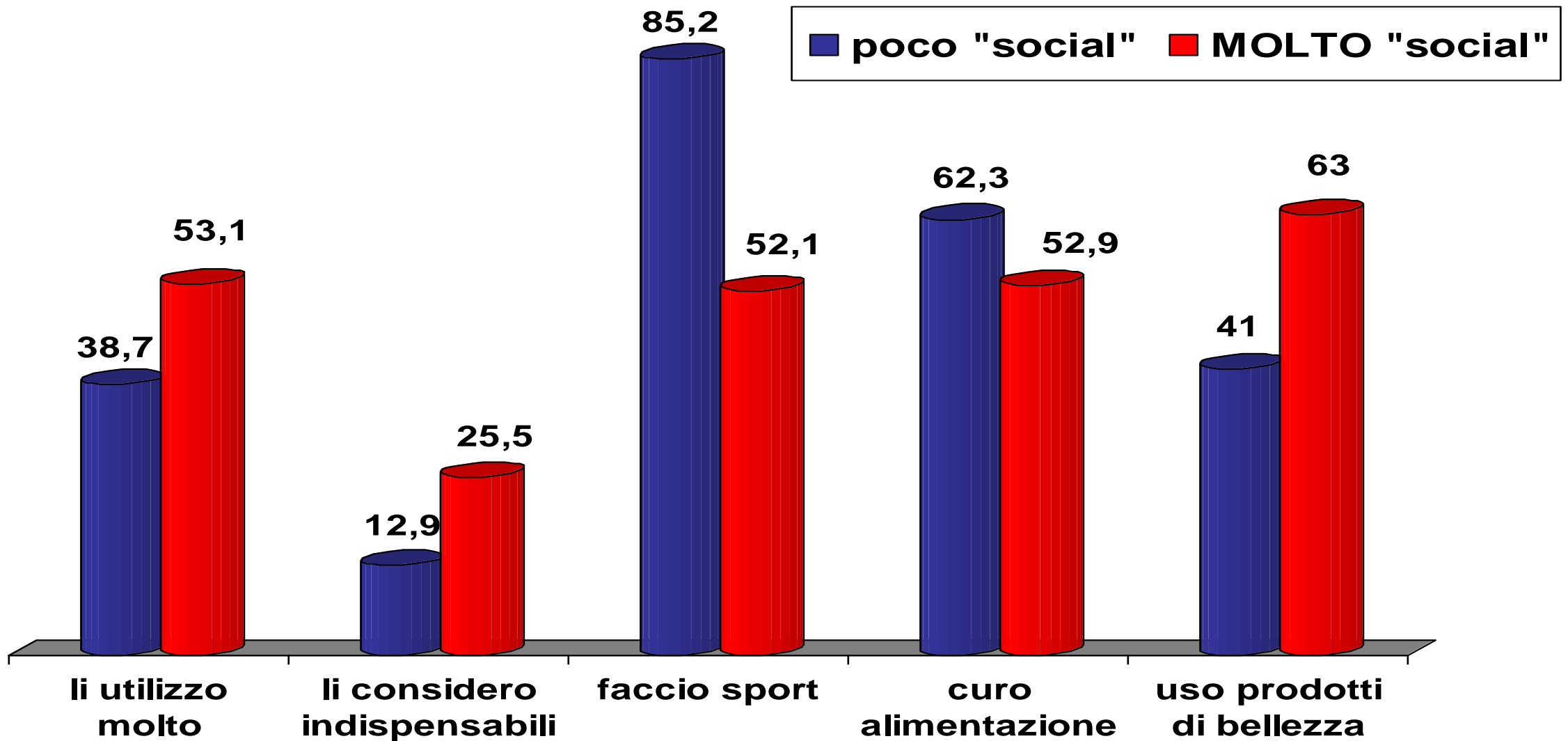


| | Poco “social” | MOLTO “social” |
|-----------|------------------|-------------------|
| Molto | 22,7 | 4,6 |
| Per nulla | 4,8 | 13,0 |

Cosa vorresti cambiare del tuo aspetto fisico?

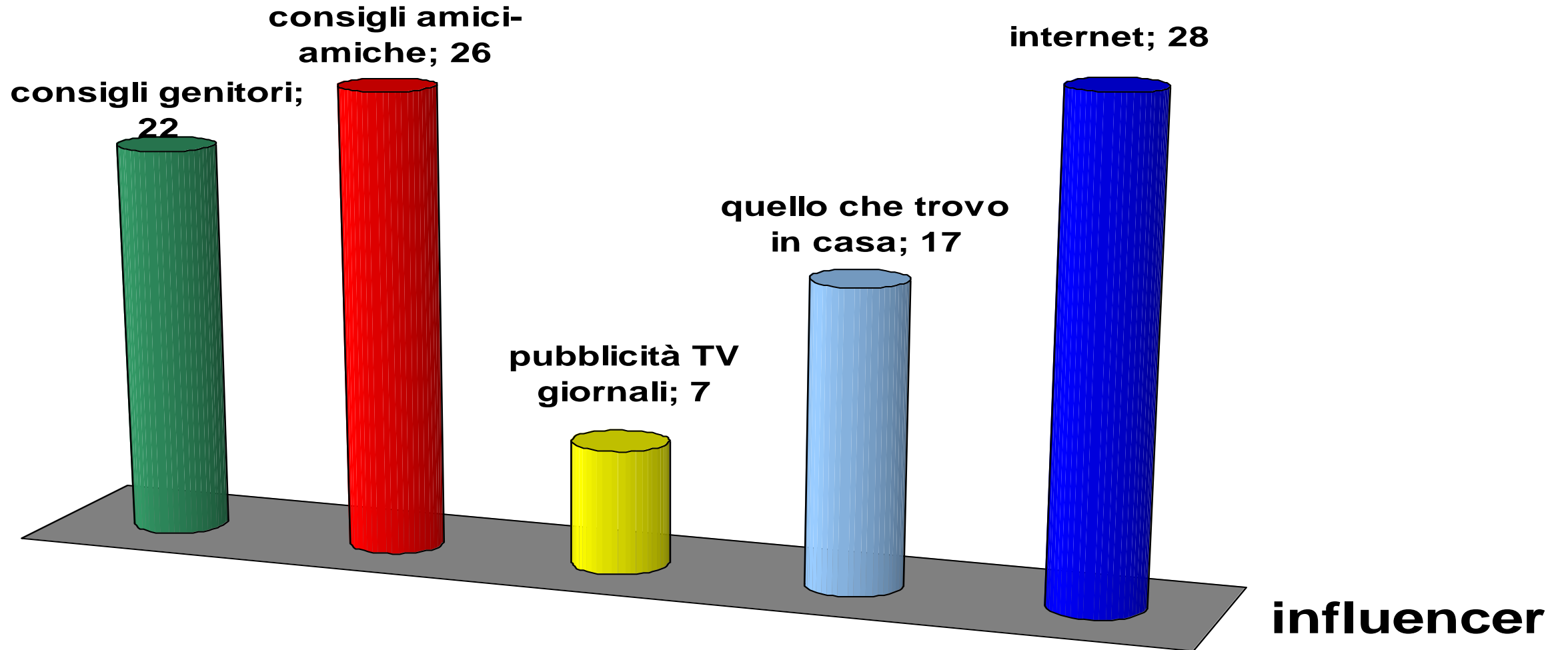
| | poco "social" | MOLTO "social" |
|--------------------------|---------------|----------------|
| Peso | 43,5 | 63,3 |
| Gambe | 40,3 | 59,8 |
| Fianchi (per le ragazze) | 31,3 | 56,8 |
| Seno (per le ragazze) | 37,5 | 54,2 |
| Capelli | 21,0 | 47,3 |
| Peli | 24,2 | 47,3 |
| Denti | 27,4 | 47,3 |
| Pelle | 29,0 | 44,8 |
| Muscolatura | 38,7 | 44,8 |
| Naso | 19,4 | 42,3 |
| Altezza | 42,5 | 40,6 |
| Barba (per i ragazzi) | 16,7 | 29,1 |
| Bocca | 9,7 | 25,9 |
| Occhi | 24,2 | 25,1 |

“Social e... make-up”



Influencer

- rapporto pesato -



Tra psicologia e... mercato



Sintesi

L'utilizzo dei prodotti di bellezza è quantitativamente maggiore nelle donne

L'utilizzo dei prodotti di bellezza aumenta con l'aumentare dell'età

L'efficacia conta più della "naturalità"

Gli acquisti su Internet sono ancora limitati, ma Internet è un grande "influencer"

È socialmente "sdoganato" l'utilizzo dei prodotti di bellezza da parte degli uomini

Con l'aumentare dell'età aumentano gli acquisti in farmacia e presso la GDO e diminuiscono in profumeria

Obiettivi di ricerca 2017-2018

Campione Milano



Campione Nazionale

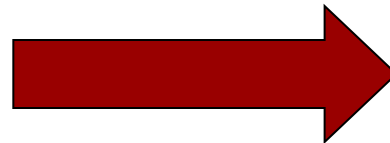
Canali di acquisto

Influencer

Differenze rispetto all'età

Rapporto maschi/femmine nell'utilizzo

**Interviste in
profondità**



**identificazione di messaggi attraverso i
quali parlare efficacemente ed eticamente
di cosmesi al target di riferimento.**

L'evoluzione della cosmetica: industria, mercato, consumatori e abitudini d'uso da oggi ai prossimi anni. Focus sul target adolescenti

“Adolescenti, cosmetica e percezione di sé”

Bologna - 17 marzo 2017

Maurizio Tucci

