



Intelligence in time



Down to Earth



L'evoluzione della cosmesi 'verde'



Descrizione della presentazione

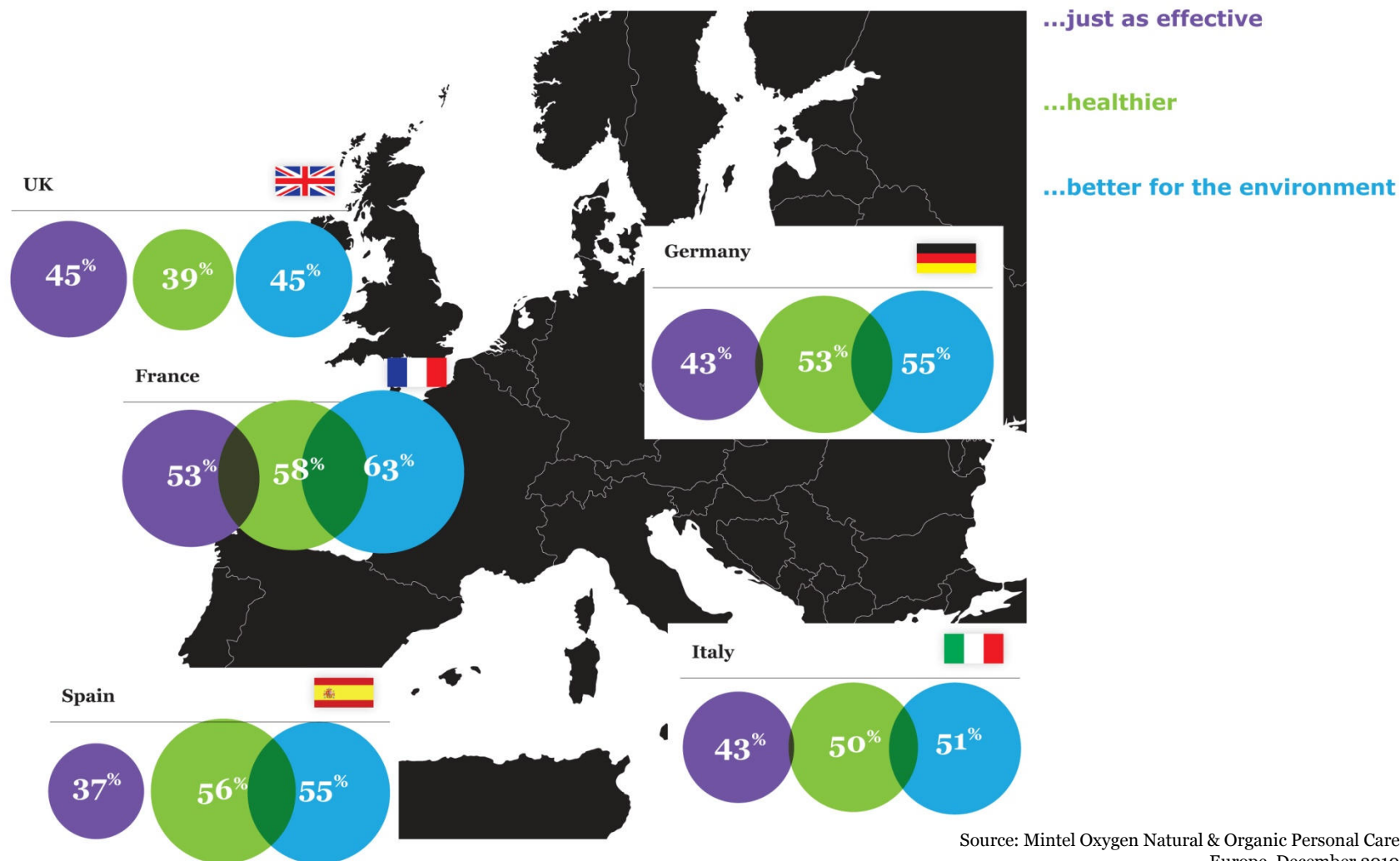
- Introduzione
- Le preoccupazioni della consummatrice
- Cosa possiamo imparare studiando nuovi lanci
- L'Italia nel contesto di questo trend
- Direzioni



Introduzione: Down to Earth

- Questa tendenza si indirizza agli aspetti pratici della produzione e del marketing della cosmesi verde, incluso
 - Gestire la pressione sui prezzi in base alla domanda e l'offerta delle materie prime naturali e biologici
 - Affrontare la sfida della chimica verde (l'uso di tensioattivi sostenibili, alternativi ai parabeni e solventi verdi, creare formulazioni biodegradabili, estrazione a freddo, ecc)
 - Valutare le varie certificazioni naturali e biologici (l'armonizzazione migliora o aumenta la confusione?)
- Continua l'evoluzione delle rivendicazioni "senza chimici" (dopo i parabeni, PEGs, e le sostanze derivati dal petrolchimico cos'è il prossimo nemico?)
- C'è un' enfasi rinnovata sul packaging che crea minore spreco
- Cresce l'importanza della sostenibilità nel sourcing delle materie prime e di mantenere la biodiversità
- Dal punto di vista marketing, bisogna chiarificare il linguaggio per creare storie facili e semplici degli ingredienti naturali
- E' importante trattare le consumatrici come esperti non principianti

I cosmetici naturali e biologici sono...

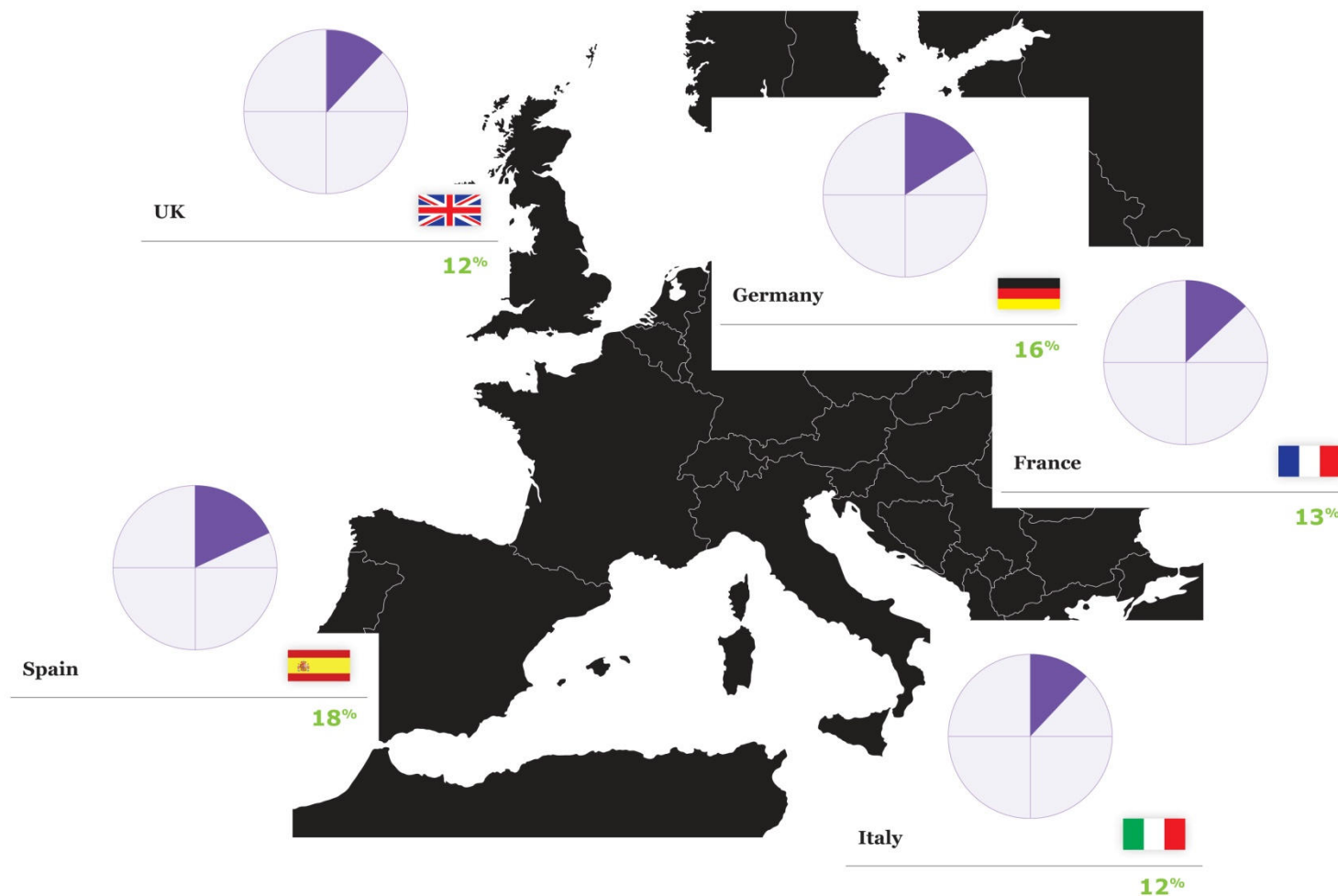


Source: Mintel Oxygen Natural & Organic Personal Care Europe, December 2010



I risultati sono piu importanti della certificazione...

The results of a national/organic product are more important than the certification

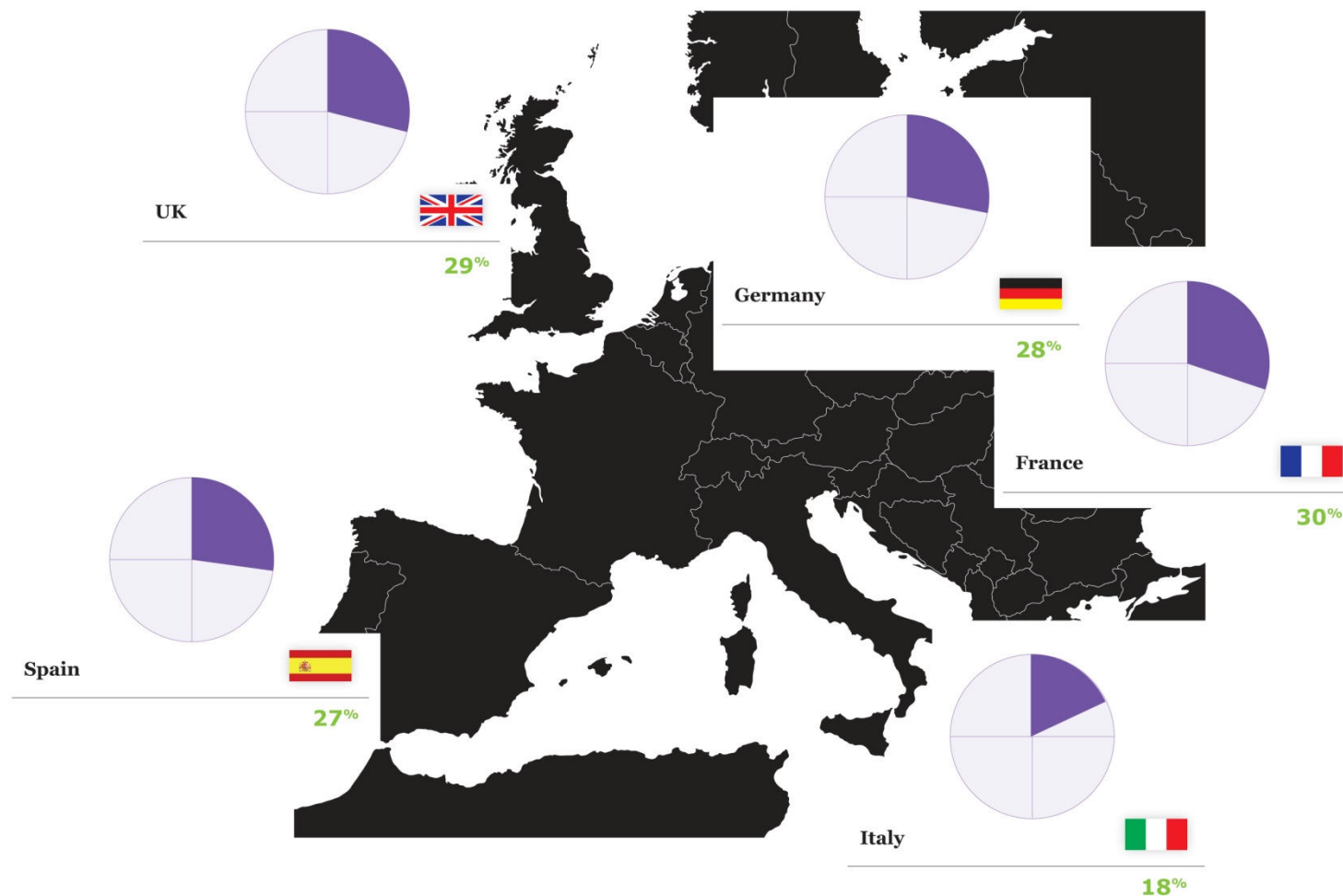


Source: Mintel Oxygen Natural & Organic Personal Care, Europe, December 2010

La confusione riguarda le certificazioni naturali e biologici

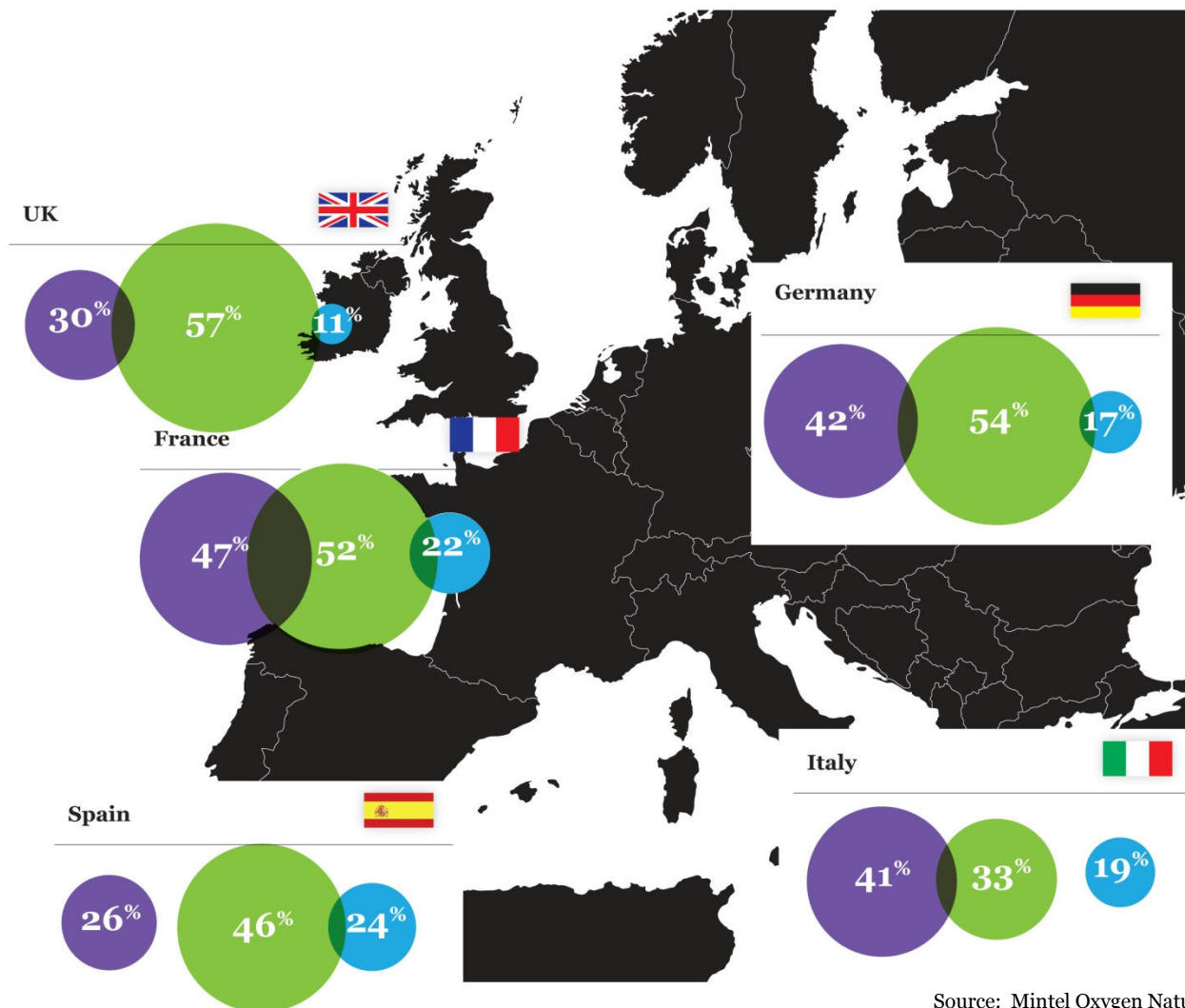


I am confused by the different natural and organic certifications



Source: Mintel Oxygen Natural & Organic Personal Care, Europe, December 2010

Il riciclaggio e l'ambiente contano



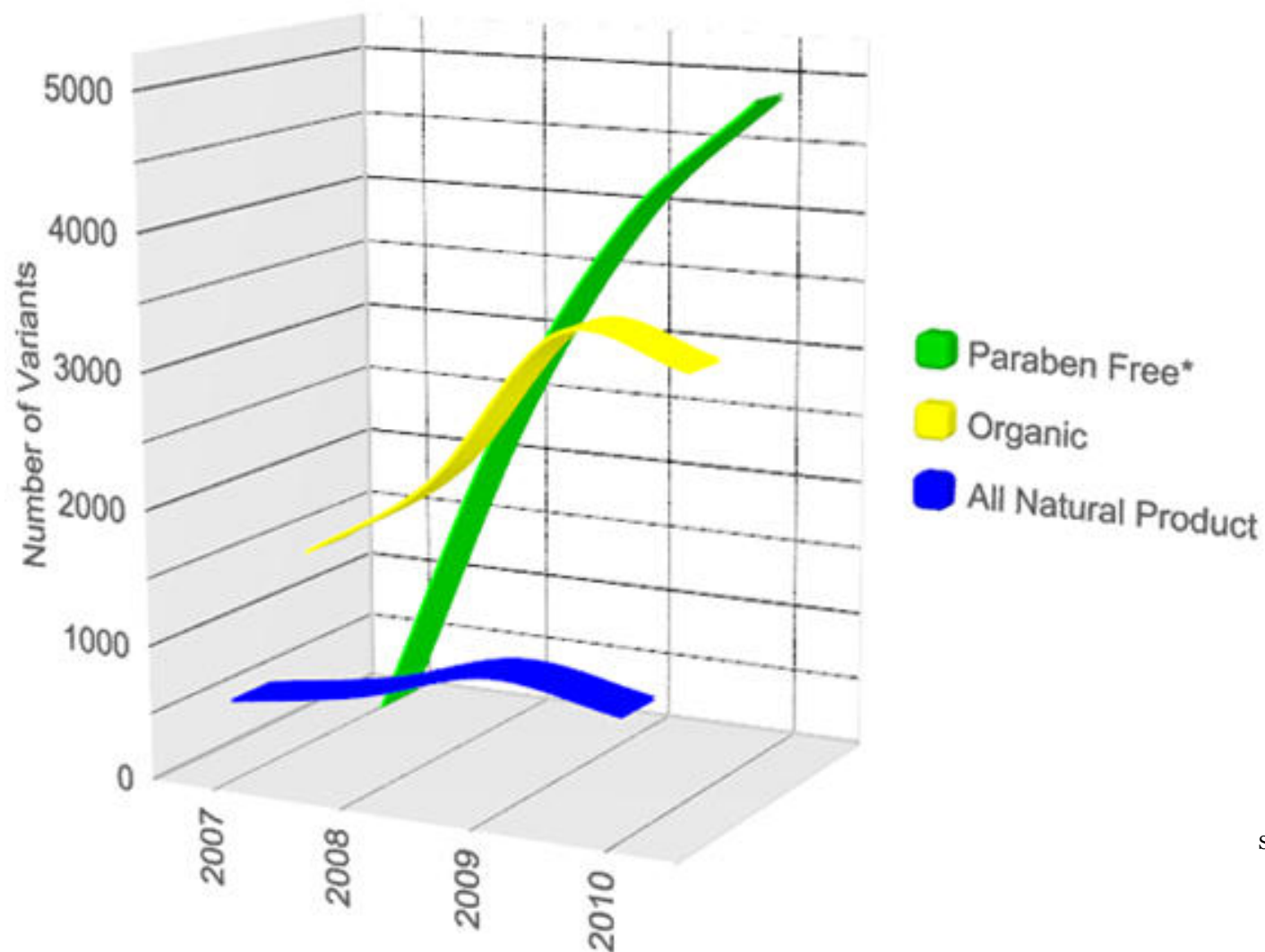
The amount of chemicals in beauty products puts me off

I recycle the packaging of my beauty products

I consider the environment when buying beauty products

Source: Mintel Oxygen Natural & Organic Personal Care, Europe, December 2010

“Senza parabeni” supera il bio ed il naturale*



Source: Mintel Beauty Innovation
Jan 2007– Dec 2010
US, UK, France, China, Japan

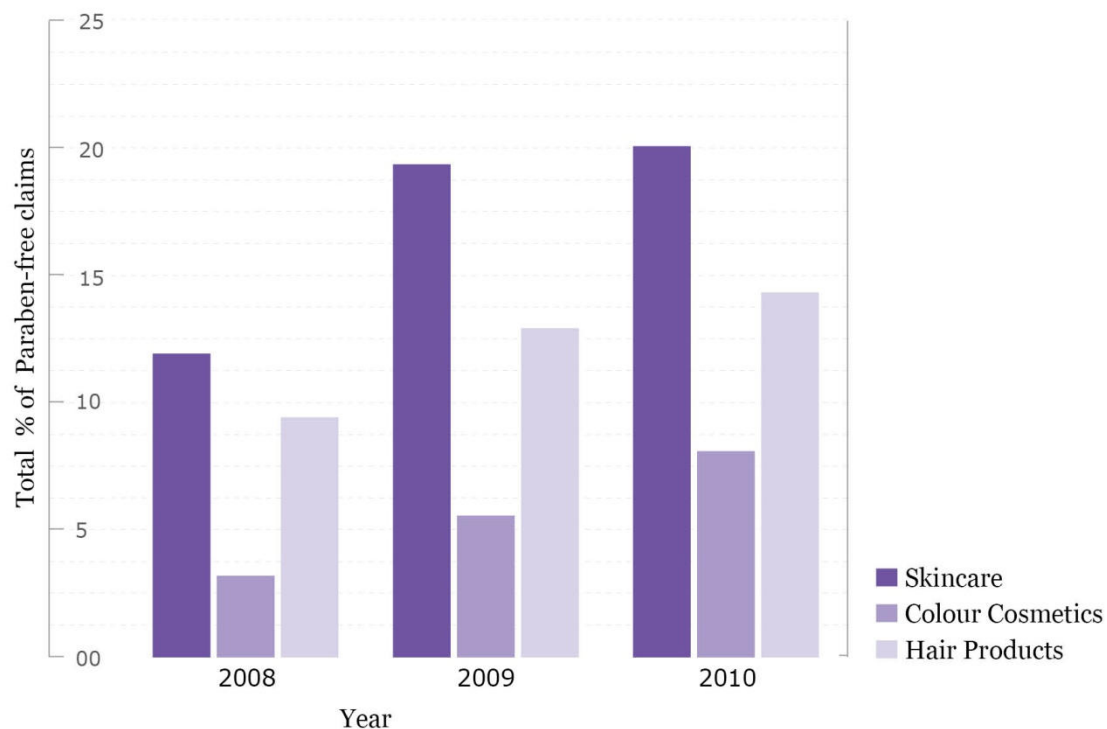
La rivendicazione “senza parabeni” continua a crescere



Nel 2010, il 20% dei nuovi lanci skincare vantavano la rivendicazione senza parabeni (quasi il doppio del 2008)

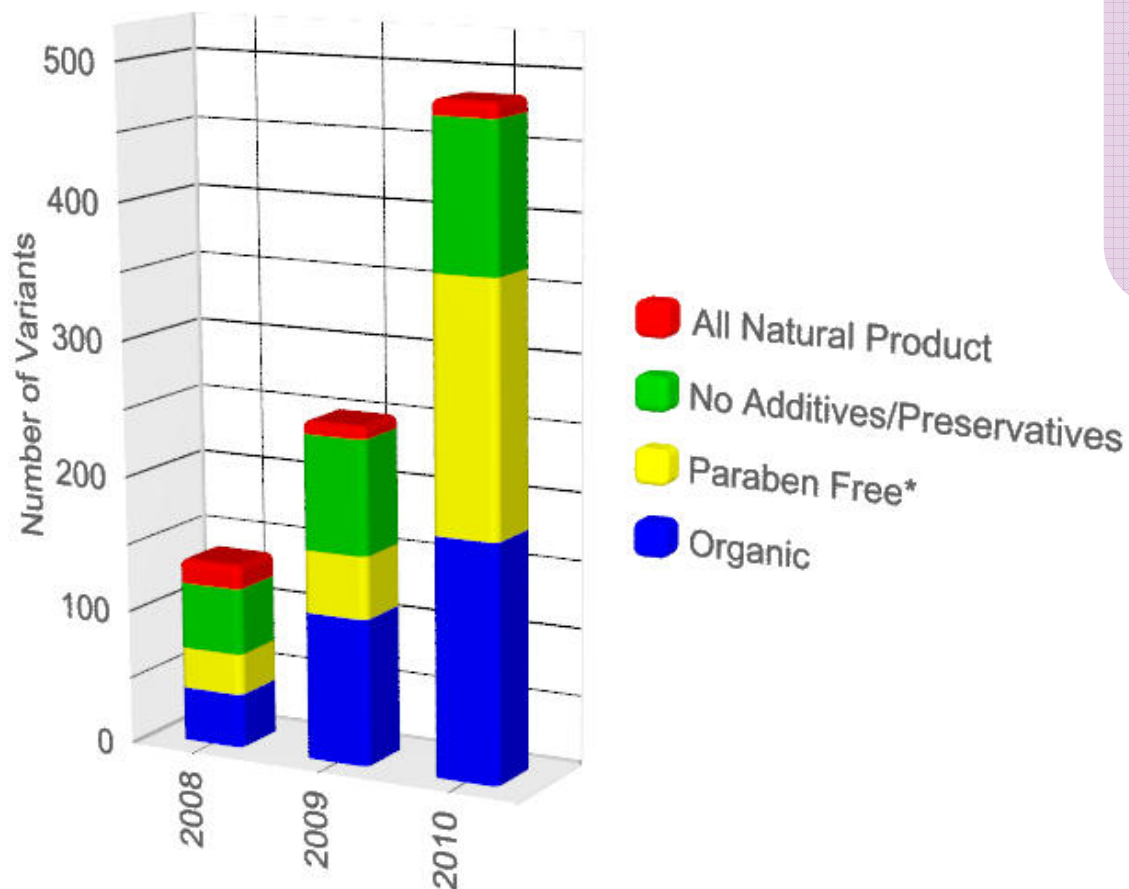
Nel makeup, “senza parabeni” ha raddoppiato dal 2007 ma e’ ancora limitato (solo 8% dei lanci nel 2010, principalmente nei fondotinti e rossetti)

Nel hair care, il 14% dei lanci nel 2010 dichiaravano “senza parabeni” sul packaging



Source: Mintel Beauty Innovation
Jan 2007– Dec 2010
US, UK, France, China, Japan

Le rivendicazioni “naturale”, “bio” e “senza” in Italia



Il mass market in Italia riflette le tendenze generali, cioè il “senza paraben” e’ più diffuso del bio; ciascuno rappresenta il 7% dei lanci totali; lo skincare e’ la prima categoria per queste rivendicazioni

Source: Mintel Beauty Innovation
Jan 2008 – Dec 2010
Italy
All beauty and personal care launches <\$25
Some launches feature multiple claims

Collegare i vantaggi per la pelle e l'ambiente



Condensé Anti Ageing Lifting Serum

€56

Siero/trattamento di sei settimane (6 x 5ml pump dispensers)

Concentrato in attivi estratti dalle piante (tra 1 e 13% degli attivi)

Contiene alghe marroni per un effetto lifting e l'estratto artemisia per promuovere la rigenerazione della pelle

Senza parabeni, alcool, phenoxyethanol, olio minerale, ingredienti derivati dagli animali e coloranti artificiali

Fabbricati ed imballati in "white rooms"



Questa marca ha scelto di evitare gli ingredienti derivati dal benzene e dal petrolchimico "per un skincare genuino e benefico"

La cosmetica etica



No Nonsense Organic Hemp & Shea Face Cream

£12; nuova gamma biologica, Fair Trade e vegan; senza "revendicazioni falsi e manipolazione"; dona un percentuale dei profitti a persone/cause che "hanno la possibilità di creare un vero effetto positivo nel mondo"



Save Protecting & Moisturising Face Cream

€12.40; SAVE = Société Active à Vocation Écologique; nuova linea ECOCERT/COSMEBIO a base di estratto di "sea buckthorn" dalle Alpi; con impatto limitato sull'ambiente; senza coloranti, profumi sintetici, parabeni, siliconi, GM o SLS

Less is more...



Less is More Limesouffle Gel-Wax

£22



Parte di una linea hair care Austriaca che mette insieme l'esperienza professionale di un parucchiere, la biomimetica e l'aromaterapia con la funzionalità, la salute e l'ambientalismo

Con ingredienti naturali e biodegradabili da fonti rinnovabili

Senza parabeni, conservanti e profumi sintetici, coloranti e polimeri, olii minerali, solfati, PEGs, DEA, MEA, MIPA, etc

Con miele da parchi Austriaci, zucchero Fair Trade cane sugar dalle Philippines, acqua Lauretana (Piemonte) e olii essenziali da agrumi Demeter siciliane



Dice che l'agricoltura biologica consuma il 50% in meno di energia dei metodi convenzionali

“Dedicato ad un mondo meno artificiale”



Amôndé NaoTaké Travelling Kit

€24.90

Nuova 100% gamma naturale ispirato da una legenda Giapponese di una principessa Noa Take, che arriva dalla luna, e viene trovata nel cuore di una pianta di bamboo

Il kit con cinque prodotti e avvolto in una 'tovaglia' di bamboo

La marca e' "dedicato a un mondo meno artificiale" ed usa "green manufacturing processes" e formulazioni senza parabeni, olii essenziali o ingredienti superflui; utilizza materiali certificati bio e sviluppa attività culturali e caritative

Basato su bamboo (Orientine) con proprietà anti-età e antiossidanti



Collegare l'uomo con il suo ambiente naturale



Ursa Major Stella Shave Cream

€22

Gamma per uomo in vendita a Colette

Senza petrochimici, parabeni, aromi sintetici o coloranti, TEA, DEA, siliconi, e PEG
Crema da barba senza schiuma a base di olii essenziali

Creato da due ex-New Yorkesi che si sono trasferiti nel Vermont per "vivere semplice ma bene, ottimizzare ogni giorno, essere attenti, coraggiosi e onesti, restare sani e forti"

L'Ursa Major è lo "strumento per trovare il nord geografico. È un forte ricordo del collegamento tra l'uomo ed il suo ambiente naturale."

Il packaging contiene 28% di contenuto riciclato post-consumer



La cosmetica naturale in Italia



B BasicBeauty Occhi Ombretto in Polvere

€6.90

Senza parabeni



Perlier Honey Siero Rimpolpante Labbra

€6.90

Con gelatina reale e miele biologico

La cosmetica biologica in Italia



Bottega Verde Melograno Antietà per Il Corpo

€12.99

Con olii vegetali di origine biologica;
senza siliconi, parabeni e coloranti



Ômia Erboristica all'Olio di Mandorla Crema Mani

€3.99

Con olio di mandorla biologica estratto a freddo; contiene "0% parabeni, olii minerali, coloranti sintetici, allergeni da profumo" (a Limoni)

I prodotti biologici per bebe in Italia



Chicco Pure.Bio Bagno Delicato Corpo e Capelli

€11

Con acqua di camomilla (biologica);
senza SLS, SLES, parabeni,
phenoxyethanol, formaldehyde, coloranti,
alcool ed olii minerali; tappo in 'legno'



Bio Vera Baby Shampoo e Bagnetto

€3.99

Certificato ICEA and AIAB; un linea low
environmental impact con estratti
biologici; packaging riciclabile, senza GMO

La cosmetica etica in Italia



Comfort Zone Sacred Natur Bio-certified Lipstick Balm

€19

Protezione avanzata antiossidante con olio buriti biologico e estratto di buddleia davidii (butterfly bush); tubo in PLA



Tricotobios Selective Professional Shampoo Condizionante

Nuova gamma 'eco-orientata' puntata su maggiore rispetto per l'ambiente tramite la scelta di materie prime, tensioattivi derivati dalle piante e coloranti a base di piante; con olio di jojoba (antiossidante), proteine dal riso e rosmarino



Direzioni

- Packaging
 - Puntare su nuove materie piu' sostenibili per ridurre lo spreco
 - Valutare soluzioni ricaricabili
 - Disegnare opzioni destinati al riutilizzo
 - Incoraggiare il riciclaggio (iniziativa Garnier/Eco Emballage con contenitori di riciclaggio per il bagno)
- Ingredienti
 - Marini – alghe (Francia, Norvegia, ecc)
 - Il GM e' la sostenibilità (barley)
 - Emulsionanti vegetali, etanoli rinnovabili (blue agave, olive oil milled husks)
- Produzione
 - Diminuire il proprio «water footprint» / riciclaggio dell'acqua
 - Usare l'energia alternativa (P&G ha istallato pannelli solari nel impianto di Cologne)

Grazie



Beauty Innovation

Industry insight

Per ulteriori informazioni, contattare

Gabriele FEDERICI

Direttore, Europa

gfederic@mintel.com

W: +44 (0)20 7606 4533

C: +44 (0)7973 813 443

mintel.com