

Solari: prevenzione ed evoluzione

Il 2015 rappresenta per i solari un anno di grande crescita, sia a livello mondiale che a livello nazionale.

Si possono identificare **tre trend** in atto che spiegano le ottime performance:

- *prodotto naturale*: vitamina C ed E, Aloe vera, Thé verde e oli naturali sono alcuni degli ingredienti che, grazie alla loro presenza nei claim, guidano le scelte

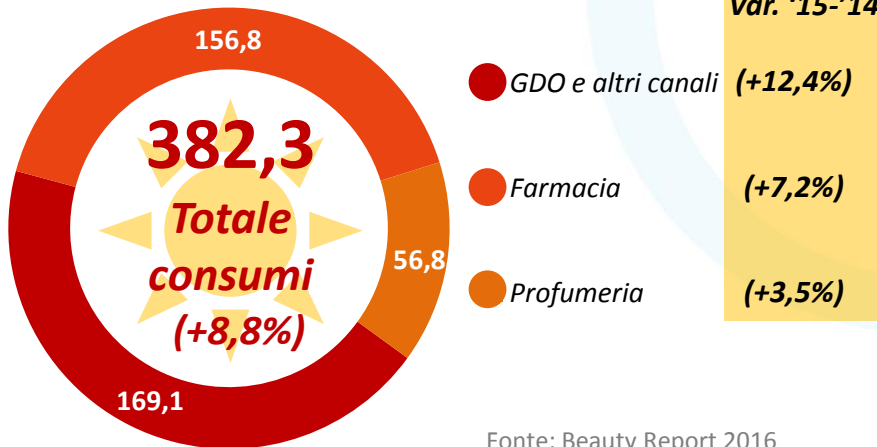
Principali trend in atto a livello mondiale per la categoria solari

1. **PRODOTTO NATURALE**
2. **OLTRE GLI UV**
3. **NUOVI FORMATI E APPLICAZIONI**

Fonte:  canadean Global Consumer Survey, 2015

Consumi di solari e pigmentanti per canale in Italia nel 2015

(valori in milioni di euro)



d'acquisto per il 69% dei consumatori nel mondo che più si ritengono sensibili ai danni provocati dal sole;

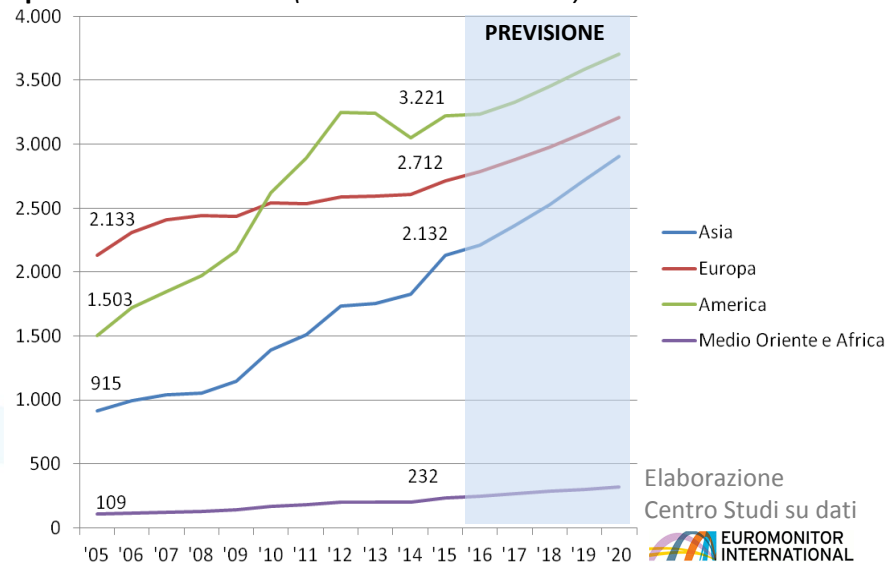
- *oltre gli UV*: ben tre quarti dei consumatori a livello mondiale crede che passare meno tempo esposti al sole possa avere effetti sulla giovinezza della pelle, ciò si traduce in una esposizione moderata e protetta ai raggi UV e, a livello di consumi, all'utilizzo di prodotti ad alti standard qualitativi;

- *nuovi formati e applicazioni*: tra i principali fattori che impattano sulle scelte d'acquisto di solari nel

mondo, si trovano: il *miglior rapporto qualità-prezzo* (47% delle motivazioni espresse dai consumatori), la *garanzia che il prodotto mantenga le promesse* (39%) e la *facilità d'uso e di applicazione* (36%) mettendo in evidenza l'importanza di una fruizione veloce, che non sporchi e con un dosaggio adeguato.

La forte ripresa di questa categoria emerge anche dai dati **Euromonitor**: il continente americano domina i consumi con 3.221 milioni di euro e una previsione di crescita annua al 2020 del 4%, stessa crescita attesa per l'Europa che segue, in termini di consumi, con 2.712 milioni di euro. Più che performante il trend al 2020 per l'Asia che con 2.132 milioni di euro prevede un +8% di crescita annua. Marginale in valore il mercato del Medio Oriente e Africa seppur con buoni ritmi di crescita (+7%).

Consumo storico di solari e pigmentanti nel tempo (2005-2015) e previsione 2016-2020 (valori in milioni di euro)



Il comportamento del consumatore, sotto un profilo socio-demografico a livello mondiale, mostra dinamiche e atteggiamenti differenti nei confronti dei danni provocati dal sole: le donne si dichiarano più attente (35% contro il 22% degli uomini) mentre sono le fasce di età fino a 44 anni quelle che si mostrano più sensibili al riguardo. Il successo dei solari deriva in modo importante dall'investimento continuo nella comunicazione al consumatore finale, dalla sensibilità nel cogliere i temi della prevenzione oltre che da un'alta innovazione di prodotto da parte dell'industria cosmetica.

