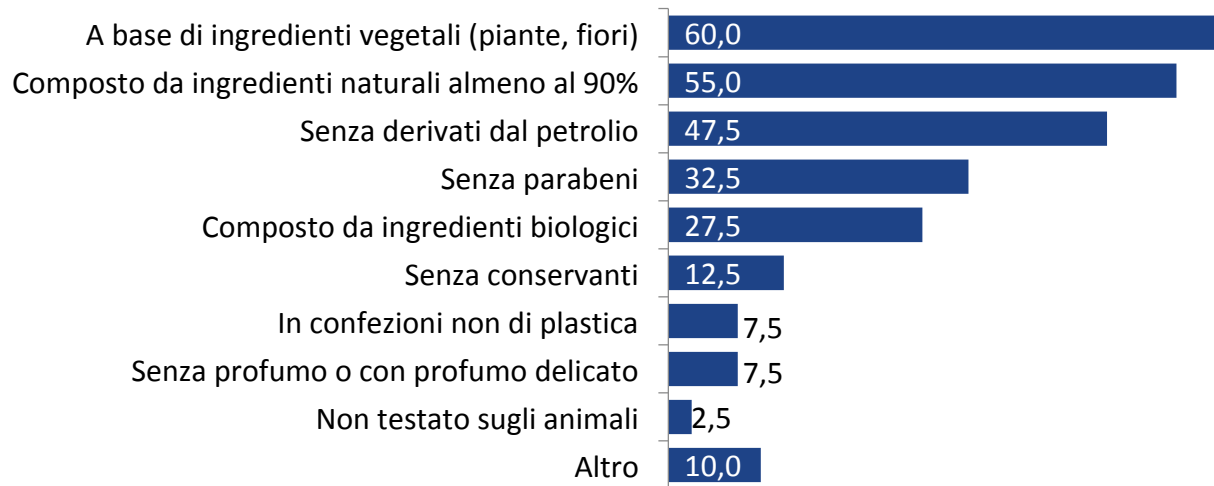


IDENTIKIT E TREND DEL NATURALE

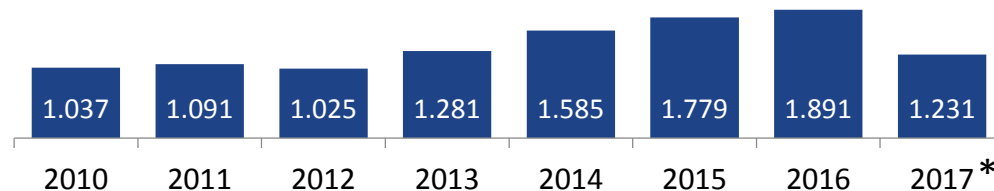
Il cosmetico cosiddetto green vive da anni un successo che cavalca l'onda di molteplici categorie merceologiche. Definire un cosmetico naturale non è tuttavia semplice, causando difficoltà di interpretazione per l'industria e, di riflesso, nel consumatore finale.

La rilevazione sui cosmetici green è stata rivolta a tutte le imprese associate, con l'obiettivo, oltre alla quantificazione in valore per canali e categorie, di trovare un denominatore comune sulle differenti definizioni e caratteristiche di prodotto a connotazione naturale.

Principali caratteristiche che definiscono un cosmetico naturale (valori %, risposte multiple, max 3)



Numero di prodotti cosmetici green immessi sul mercato in Italia nel periodo 2010-2017



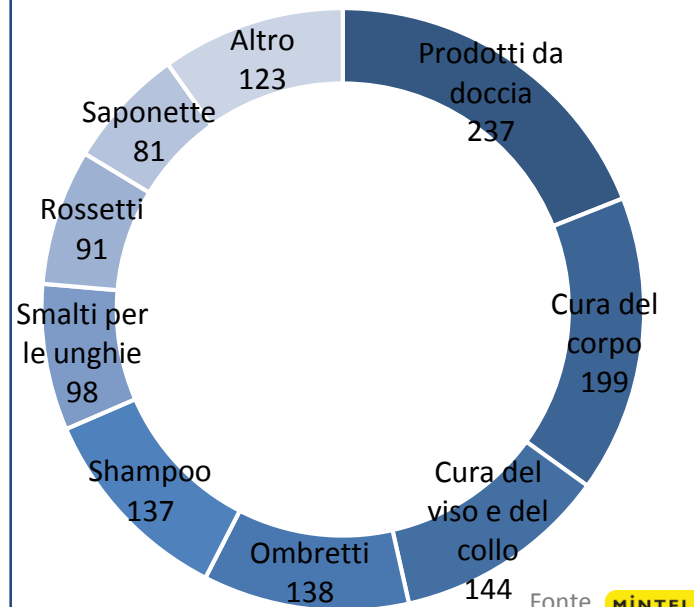
*dati al 31 agosto

Fonte **Mintel**

Il numero di cosmetici a connotazione naturale lanciati sul mercato è aumentato nel tempo, segno di un interesse crescente da parte del consumatore.

Tra i principali cosmetici green l'industria si è focalizzata sui prodotti per la doccia (12,5% del totale cosmetico naturale lanciato), per la cura del corpo (10,5%), viso e collo (7,6%), ombretti (7,3%) e shampoo (7,2%).

Ripartizione del numero di cosmetici immessi sul mercato per le principali sottocategorie di prodotto in Italia nel 2016



Fonte **Mintel**