

SOLARI: PIÙ PREVENZIONE, MENO ESPOSIZIONE

In attesa dei consuntivi 2017, nel 2016 in Italia i solari registrano una lieve contrazione dopo le ottime performance dell'anno precedente. Tuttavia, la categoria chiude con segno positivo nel canale farmacia, garante, come dimostrato per altre categorie di prodotto, della funzionalità di cosmetici che ricoprono non solo un ruolo estetico



Consumo di solari in Italia per canale nel 2016

Valori in milioni di euro, var. % 2016-2015

381	158,3	167,0
Totale mio/€		
-0,5	+0,9	-1,3
var.% '16-'15	Farmacia	Profumeria

ma anche legato al benessere e salute della persona.

L'analisi delle parole ricercate dagli utenti italiani nel web, mostra, nella categoria del benessere, un interesse crescente nel tempo riguardo ai termini inerenti all'esposizione solare.

Tale fenomeno è frutto di importanti campagne mediatiche sia pubbliche che da parte dell'industria, in merito alla prevenzione pre e post esposizione, completando l'offerta che fino a pochi decenni fa si limitava al cosmetico per la sola protezione solare.

Filtro, crema e latte solare, sono le parole più cercate, soprattutto tra il pubblico più giovane, ovvero i consumatori più attenti al fenomeno dei cambiamenti climatici e la relativa causa-effetto sulla salute.

