

Bellezza senza stagione

a cura di **BEAUTYSTREAMS**
INSIGHT INSPIRATION INTELLIGENCE

I grandi marchi di moda, bellezza e di articoli per la casa sono tradizionalmente caratterizzati da lanci di prodotti in linea con il ciclo stagionale dell'emisfero settentrionale.

Per decenni, i consumatori dei paesi sub-equatoriali o equatoriali interessati ai grandi marchi internazionali sono stati costretti ad adottare prodotti invernali nella loro stagione estiva, o viceversa.



La popolazione sub-equatoriale ed equatoriale rappresenta oggi **74 paesi** in crescita e **850-900 milioni di consumatori** attivi; un grande potenziale per il futuro sviluppo del business internazionale.

A causa di fattori provenienti da ambiti diversi (quali il riscaldamento globale, l'influenza dei media e il costante aumento della ricchezza di questi paesi), le disuguaglianze nella domanda per i prodotti di bellezza, che una volta erano presenti, stanno ormai scomparendo.

Per questo motivo, i marchi cosmetici dovranno sempre più adattarsi a un **approccio senza stagioni**, focalizzandosi, specialmente nel make-up e nell'hairstyling, su tre settori: *looks* delle sfilate, composizione dei prodotti e marketing. I prodotti presentati durante le sfilate dovranno essere resi disponibili **immediatamente** dopo per soddisfare l'alta domanda, mentre in termini di creazione e formulazione, le aziende dovranno pensare ad un approccio "**tutto per tutti**", con



colori adatti ad una vasta gamma di nazionalità e di stagioni. Per quanto riguarda il marketing, l'approccio "senza stagioni" potrebbe portare a prodotti più **personalizzabili** per soddisfare ogni condizione socio-demografica, culturale e necessità dei consumatori.

Contatti:

Michele Superchi, Marketing Manager Italia
Michele@beautystreams.com