

B BEAUTY **T** TREND **W** WATCH

MARZO 2018

LA NEWSLETTER DEL CENTRO STUDI E CULTURA D'IMPRESA



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

LA FIORITURA DELLE TINTURE IN PRIMAVERA

BY RICERCA APPLICATA TOTENExT

Tra i molteplici strumenti di analisi dei volumi di ricerca online, il Centro Studi propone *HAIR*, elaborato da **ToteNext**, dedicato al monitoraggio degli argomenti «capelli» e «cuoio capelluto» tra le parole chiave che gli utenti web esplorano. A differenza delle visualizzazioni di Google Trends lo strumento fornisce un'indicazione numerica dei volumi di ricerca effettivi e, poiché si hanno a disposizione i volumi di ricerca di ogni specifica parola ricercata, permette di gestire in completa autonomia le categorie semantiche e le interazioni tra di esse.

I VOLUMI DI RICERCA

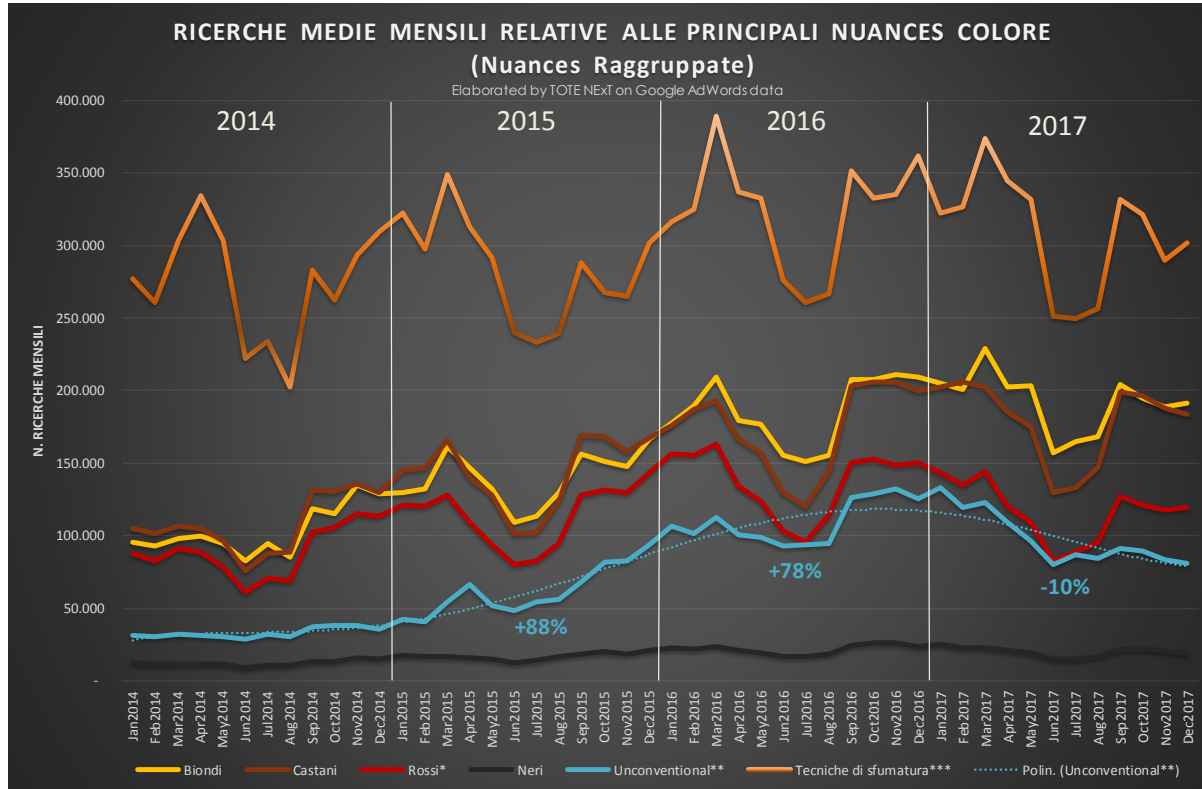
Nel periodo Gennaio 2014 – Dicembre 2017 sono state raccolte e codificate per l'Italia circa 180 milioni di query (parole ricercate) relative agli argomenti «capelli» e «cuoio capelluto». Circa una ricerca su quattro (43,4 milioni, il 24% del totale) è risultata essere connessa alla categoria «colorazione capelli».

Le principali *nuances* colore sono state raggruppate in **biondi**, **castani**, **rossi** (include mogano, ramato, rosso, bordeaux, prugna), **neri**, **unconventional** (include arancione, viola, lilla, rosa, fuxia, blu, azzurro, verde, arcobaleno, colori pastello, *metallic hair*, *silver*) e **tecniche di sfumatura** (include colpi di sole, *meches*, *degradè*, *balayage*, *shatush*, *arpège*, *ombrè hair*, *ruffle*, *crepage*, *blending*, *hair contouring*, sfumato, *splashlight*, bagno di colore, colore 3d, *tiger eye*, *wild tiger*, *bronde*, *broux*).

Le query che prevalgono nel periodo 2014-2017 sono quelle relative alle «tecniche di sfumatura», quasi un terzo del totale delle ricerche legate alla colorazione dei capelli. Seguono a grande distanza le query relative ai biondi, castani e rossi.

Le query riferite alle colorazioni «Unconventional» mostrano una impetuosa crescita nei volumi di ricerca nel 2015 (+88%) e nel 2016 (+78%) per poi invertire la tendenza nel 2017 (-10%).





Fonte **TOTENEXT**



Complessivamente, nel periodo 2014-2017, il 33% del volume di ricerca relativo alle «colorazioni per capelli» è costituito da query sulle «Tecniche di Sfumatura», ovvero le modalità per realizzare differenti risultati in termini di sfumatura, schiaritura parziale o riflessi della colorazione.

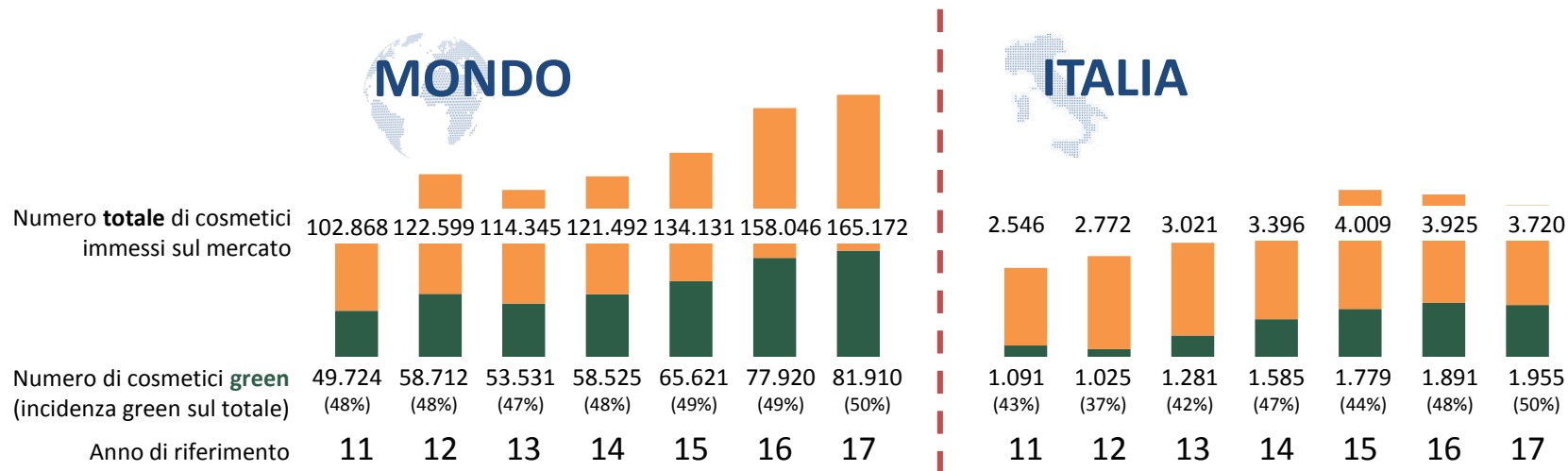
Nel 2014 la query più ricercata è relativa allo *shatush*, rappresentando oltre il 50% delle ricerche riguardanti le «Tecniche di Sfumatura»; tale predominanza è andata via via diminuendo soprattutto a favore delle ricerche relative al *balayage*, che supera lo *shatush* in volumi di ricerca negli ultimi mesi del 2017.

Nonostante le tecniche più innovative siano protagoniste di dinamici cambiamenti nel corso dell'ultimo anno, si mantengono stabili le ricerche legate alle più classiche tecniche «colpi di sole/*meches*».

EVOLUZIONE DEL FENOMENO “GREEN” NEL COSMETICO

Nel 2017 l’offerta di cosmetici cosiddetti *green* in Italia (1.955 lanci*) rappresenta il 2,4% di quella mondiale, mentre l’incidenza del green nel mercato interno è pari al 50% del totale dei prodotti immessi in Italia. Sono valori perfettamente allineati con la media mondiale, pur avendo avuto uno sviluppo differito di circa cinque anni.

Evoluzione dei lanci* di cosmetici a connotazione naturale immessi sul mercato mondiale e italiano dal 2011 al 2017

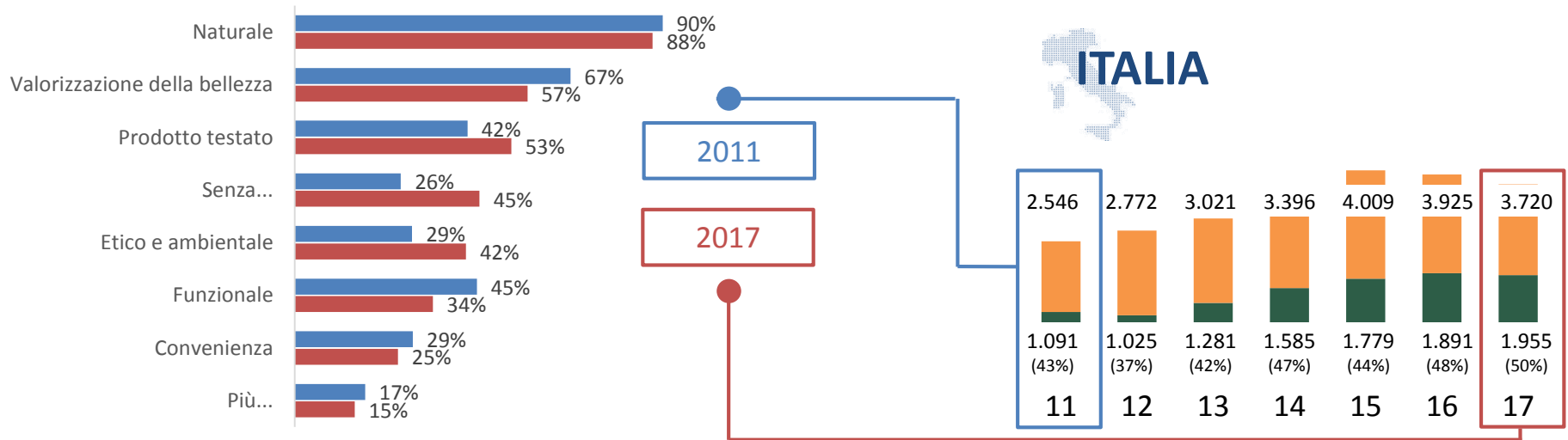


Base: numero referenze immesse sul mercato. Stima Centro Studi su dati 

* Nuova Confezione, Nuova Formulazione, Nuova Varietà/Estensione di Linea, Nuovo Prodotto, Rilancio

Nell'arco di sette anni, all'interno dei lanci dei cosmetici *green*, si registra una contrazione del claim «valorizzazione della bellezza», «funzionale», «convenienza» e «più» a favore di «prodotto testato», «senza...», ed «etico ambientale».

Evoluzione della scomposizione dei claim dei cosmetici a connotazione naturale immessi sul mercato italiano nel 2011 e 2017
 (addensamenti in percentuale per totale referenze green)



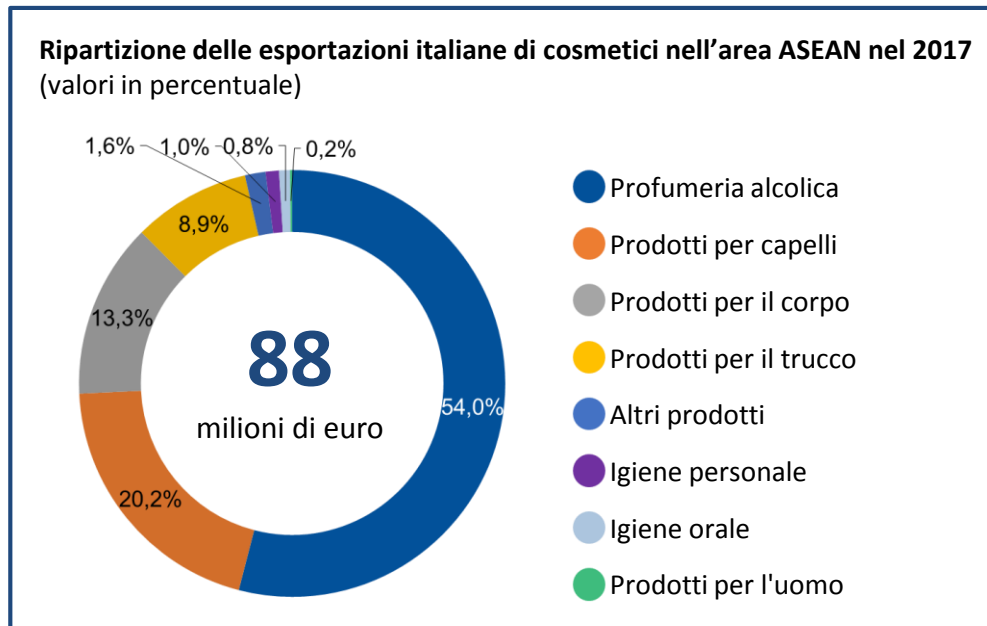
Base: numero referenze immesse sul mercato. Stima Centro Studi su dati



FOCUS ESTERO: L'AREA ASEAN

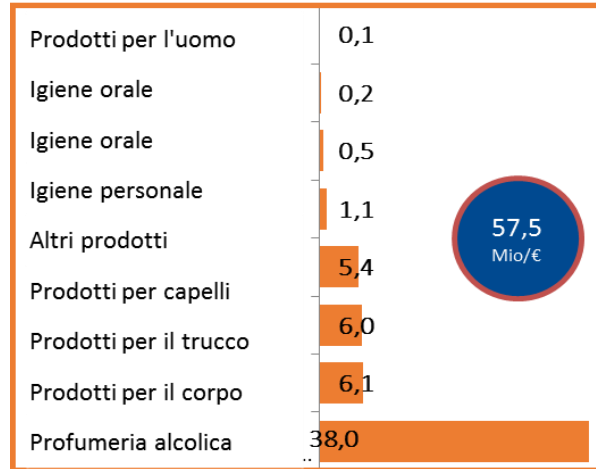
Dieci paesi del sud-est asiatico, tra cui Singapore, Malesia, Thailandia e Vietnam, formano la cosiddetta area ASEAN, ovvero un accordo di natura economica e politica volto a valorizzare la cooperazione e la crescita congiunta (vedi elenco nella grafica).

Questi paesi, con economie ad alti tassi di crescita, ma ancora marginali come peso a valore, attirano imprese che hanno sensibilità all'internazionalizzazione e attenzione ad aree extra-europee. In particolare, nel 2017, il totale delle esportazioni di cosmetici italiani verso l'area ASEAN è pari a 88 milioni di euro, con una crescita del 9,6% rispetto all'anno precedente.



Due terzi dell'export italiano verso quest'area è composto dalla profumeria alcolica e da prodotti per capelli (rispettivamente 47,4 e 17,7 milioni di euro) . A livello di paese, invece, è Singapore a concentrare circa il 66% del totale export cosmetico italiano, seguono a distanza la Malesia e la Thailandia.

Ripartizione dell'export italiano nei paesi di destinazione dell'area ASEAN e dettaglio delle categorie di esportate a Singapore nel 2017



	2016	2017	% VAR. '17-'16
TOTALE ASEAN	80.0	87.7	+9.6%
Singapore	52.6	57.5	+9.3%
Malesia	8.1	8.0	-0.8%
Thailandia	6.1	7.0	+1.3%
Vietnam	6.9	6.9	+0.3%
Filippine	3.5	4.4	+23.4%
Indonesia	2.1	3.1	+42.4%
Myanmar	0.4	0.7	+82.1%
Cambogia	0.2	0.1	-39.9%
Brunei	0.1	-	-31.3%
Lao PDR	-	-	-