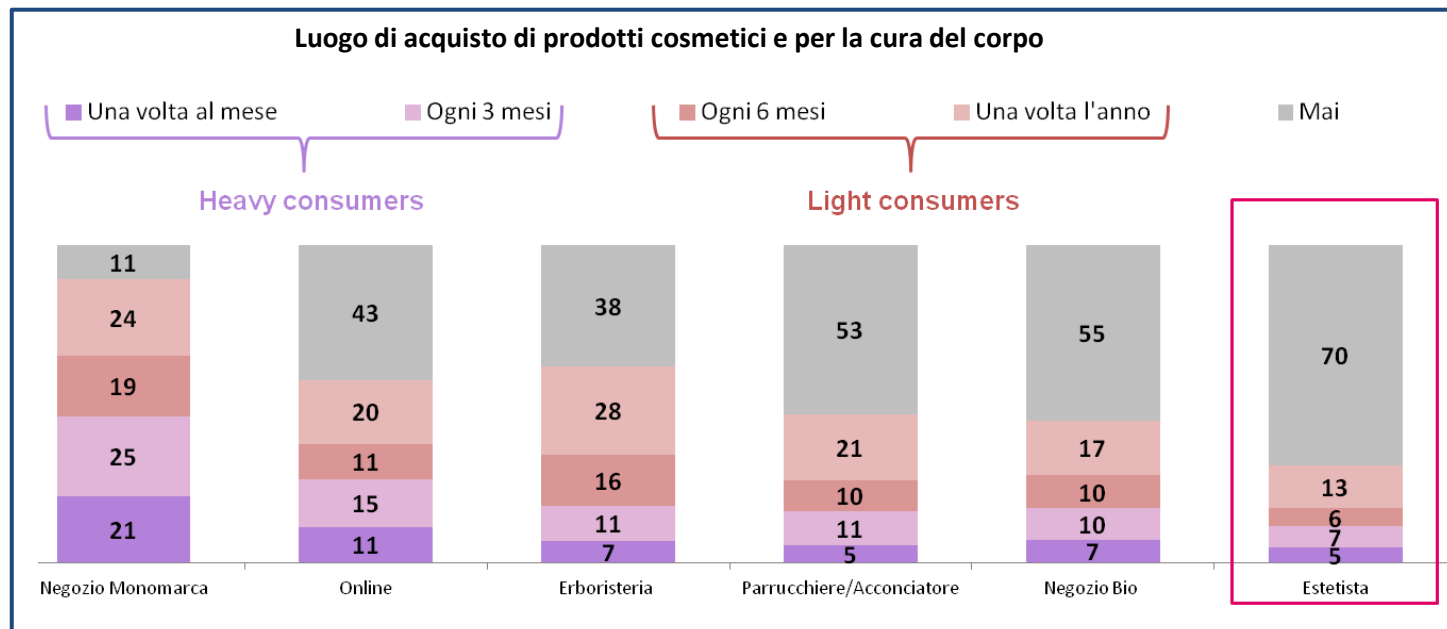
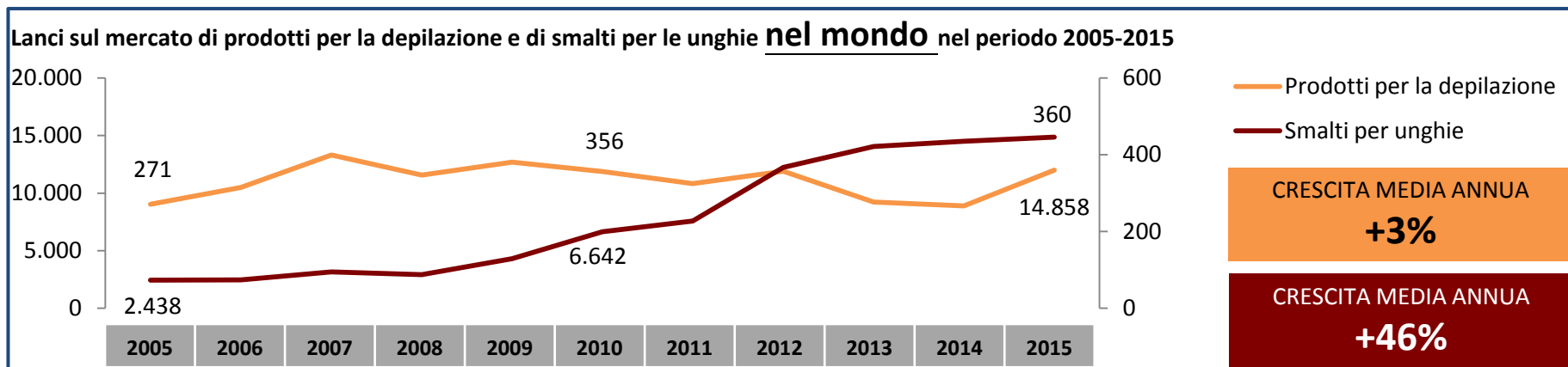


Saloni di bellezza

L'estetica rappresenta il canale che più risente degli effetti della crisi, con una chiusura a fine 2015 del -3,2%, una flessione nel primo semestre 2016 del -2,1%, che conferma ritmi rallentati alla fine del 2016. Da un recente studio svolto da Alias, emerge che gli istituti di bellezza vengono frequentati dal 30% degli acquirenti di prodotti cosmetici, di questi, il 12% è un frequentatore abituale.



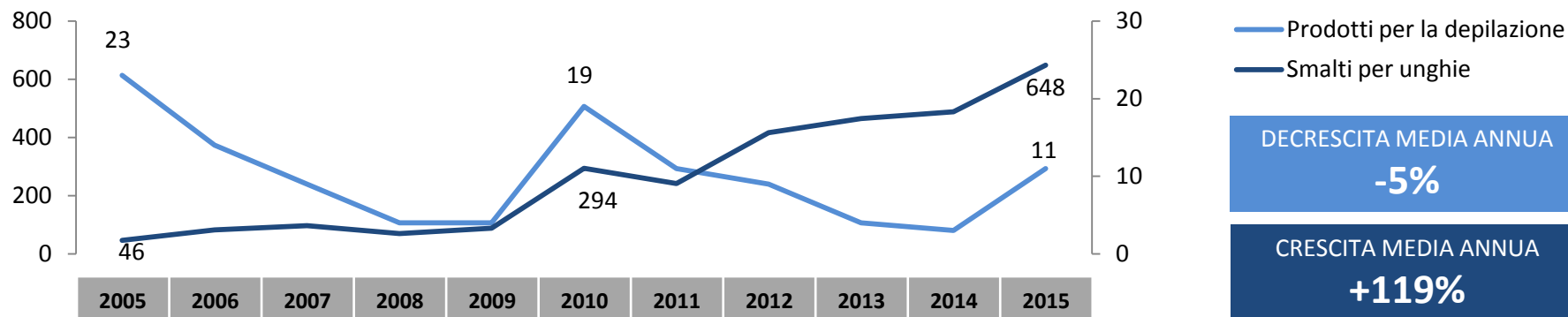
Canale ancora poco frequentato e in difficoltà a rimodulare la propria offerta, con la necessità di trovare un'identità distintiva. Resta in attesa di trasformare la difficoltà in opportunità, intercettando fasce di consumo ancora inattive.



Il trend mondiale di alcune importanti categorie, come gli smalti per le unghie e i prodotti per la depilazione, mostra una forte crescita nella prima categoria (variazione media annua del +46%) e una più moderata nella seconda (variazione media annua del +3%). L'Italia registra performance simili per quanto riguarda gli smalti per le unghie, con una crescita media annua del +119%; diversamente avviene per i prodotti per la depilazione che, dopo un rallentamento dal 2010 al 2014 tornano a crescere nell'ultimo anno.

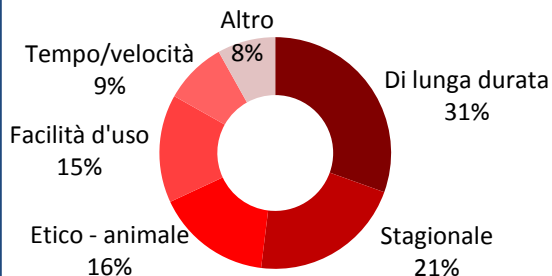
In merito ai claim di maggiore successo in Italia, tra gli smalti per unghie domina il ruolo funzionale “di lunga durata” (31% del totale dei lanci nel 2015), e, intervallati dal claim “stagionale” (21%) ed etico -

Lanci sul mercato di prodotti per la depilazione e di smalti per le unghie in Italia nel periodo 2005-2015

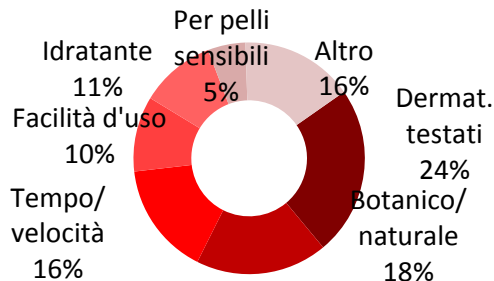


Principali claim nel 2015 dei lanci sul mercato italiano di

smalti per unghie



Prodotti per la depilazione



animale (16%), si ritrovano altri due claim funzionali, ovvero facilità d'uso e tempo/velocità.

Nei prodotti per la depilazione, emerge il claim “dermatologicamente testati” (24%), il concetto di naturale (18%) e chiudono i claim relativi al ruolo funzionale (tempo/velocità, facilità d'uso, idratante e per pelli sensibili).