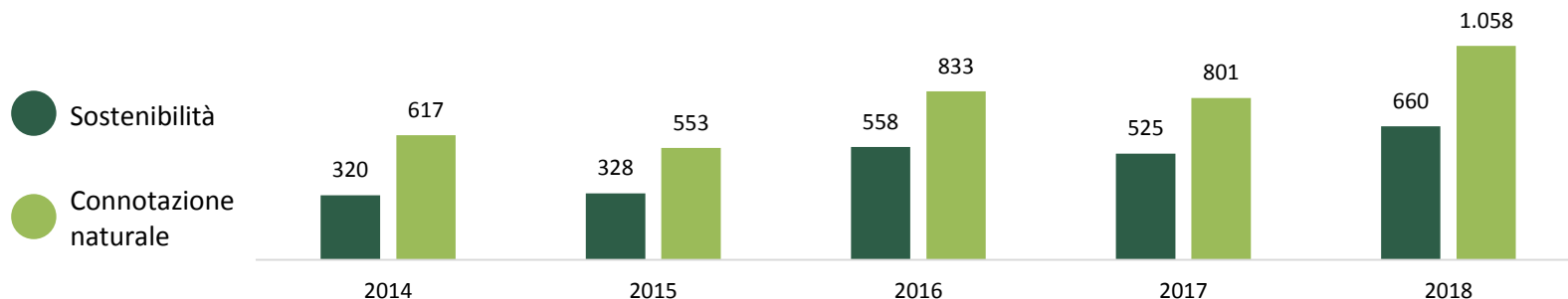


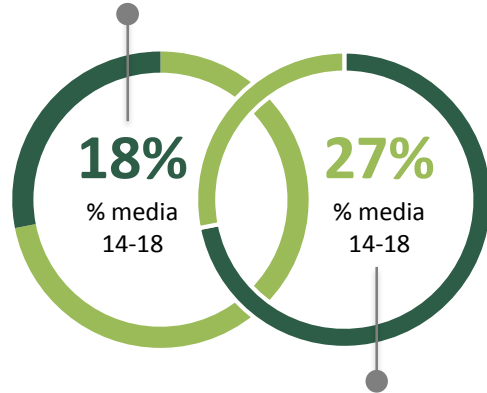
IL GREEN DELLA PROFUMERIA ALCOLICA

Una recente elaborazione del centro studi di Cosmetica Italia ha evidenziato la penetrazione dei claim relativi alla sostenibilità e alla connotazione naturale nei nuovi lanci di profumi: il peso tocca il 18% del totale dei profumi lanciati nel 2018, contro il peso del 50% relativo ai claim di tutti i cosmetici lanciati nello stesso anno. Inoltre, in virtù del fatto che i profumi sono caratterizzati tra il 95% e l'85% di acqua e alcool, si comprende che il tema del prodotto a connotazione naturale assume un aspetto delicato da trasmettere al consumatore ed è più legato allo storytelling che al prodotto in sé.

Ripartizione dei lanci di profumi nel mondo a claim sostenibilità e a connotazione naturale



Penetrazione del claim
sostenibilità nei claim a
connotazione naturale



Penetrazione dei claim a
connotazione naturale
nel claim sostenibilità

L'analisi, condotta sul database di Mintel, conferma che quasi un profumo su cinque con claim a connotazione naturale ha anche claim legati alla sostenibilità, per la cronaca nel 2018 sono stati oltre 1050 i lanci di profumi con questo claim, mentre oltre un profumo su quattro con claim sostenibilità, pari a 660 lanci, ha anche claim a connotazione naturale.

Questo è un importante fenomeno che spiega i nuovi orientamenti di consumo, con enormi opportunità di revisione delle strategie di distribuzione. Queste strategie stanno cambiando in alcuni canali, ancora poco in profumeria.