

# Le fragranze ai tempi del Covid-19: l'olfatto oltre la mascherina

Cinque fenomeni trainanti portano linfa alla profumeria alcolica: una delle categorie cosmetiche maggiormente colpite dagli effetti della pandemia e dei lockdown, che – complici la voglia di socialità e la nuova normalità a cui il consumatore si sta abituando – registra una ripresa in termini di consumi.

## **CONNOTAZIONE NATURALE E SOSTENIBILE**

Negli ultimi tre anni in Europa la connotazione naturale e biologica nelle fragranze è raddoppiata, il macro claim legato alla sostenibilità è quasi triplicato.

## **PACKAGING**

I brand si stanno orientando sulla personalizzazione della confezione della fragranza, trasformandola in un oggetto unico e da collezione.

## **INCLUSIVITÀ**

Il concetto *fluid* è stato anticipatore nel mondo fragranze ma i brand possono avvalorarne la portata andando oltre l'identità di genere.

## **ESPERIENZIALITÀ**

In UK il 35% degli acquirenti di fragranze sceglie prodotti che trasmettono un senso di rilassamento o alleviano dallo stress.

## **OMNISCANALITÀ**

Le strategie di integrazione tra online e offline rappresentano l'opportunità di sviluppo maggiore sia per i brand che per la distribuzione. L'e-commerce è l'alleato del negozio fisico che alimenta la fidelizzazione e l'interazione con l'insegna.

