

LA ROUTINE DELLE MASCHERE PER IL VISO

Il segmento dei 25-34 anni sono un cluster importante per la cura della pelle, registra infatti nel 2017 una crescita del 10% poiché possiede una maggiore volontà di sperimentare rispetto ai loro colleghi più giovani; quindi acquisire l'interesse di questa categoria potrebbe essere un'opportunità per incrementare la crescita del settore.

Il mercato chiave però restano le donne, in quanto hanno più bisogno di sentirsi soddisfatte della propria pelle rispetto agli uomini, e molte di loro ritengono che i detergenti non rimuovano sempre il trucco, e molte rinunciano a detergenti aggressivi per formulazioni più delicate adottate per formulare nuove acque e salviettine micellari.





Invece i giovani consumatori di età compresa tra i 18 ei 24 anni, sono più propensi delle loro controparti più anziane a vedere le maschere non solo divertenti, ma anche un modo per trascorrere del tempo con gli amici, rendendo la routine di consumo un momento di socialità e di networking con al centro la cura di sé.

Dando ai prodotti per la cura della pelle un elemento di divertimento, i brand probabilmente coinvolgeranno i consumatori più giovani e svilupperanno un seguito più forte che potrebbe convincerli a provare più sottocategorie legate allo skin care.