

L'activity beauty tra i trend 2017 by Mintel

Oggi giorno siamo sempre più incoraggiati e stimolati a fare esercizio fisico, pertanto le aziende della cosmetica dovranno formulare prodotti che aiutino i consumatori nell'intento di migliorare la loro salute e condizione fisica.

Il Fitness vende

L'industria del fitness negli USA ha un valore di quasi 25 miliardi di sterline e le previsioni sono di una crescita a 29 entro il 2020. Nel Regno Unito il mercato delle palestre e dei fitness club è in costante crescita e attualmente vale quasi 3 miliardi di sterline.

Il fitness è responsabile di una buona pelle

I consumatori ritengono che la condizione fisica abbia un impatto sull'aspetto della pelle; di fatto il 59% dei consumatori cinesi di prodotti *skincare* per la faccia fa esercizio per migliorare la condizione della propria pelle. Il 30% di chi fa uso di palestre nel Regno Unito, fa uso anche delle SPA, dando l'opportunità di creare prodotti che possano rispondere a questi comportamenti ed esigenze.

Sentirsi bene mentre si fa esercizio fisico

Il crescente interesse in uno stile di vita più sano sta spingendo i brand e i *retailers* verso il mercato dell'*Active Beauty*, con lo scopo di migliorare la condizione fisica e mentale dei consumatori durante le loro routine di allenamento.

Cosa sta succedendo in EMEA

SELFIE-CRITICAL

51%

delle donne in UK e il 36% degli uomini tra i 16 e i 24 anni ritiene che la cultura del selfie li stia facendo diventare più critici verso il loro aspetto fisico

BODYCARE ED ESERCIZIO FISICO

46%

dei consumatori italiani è interessato a usare prodotti per la cura del corpo mirati a specifici esercizi e sport

CONDIZIONE DEI CAPELLI

49%

dei consumatori spagnoli è interessato a prodotti che mantengano inalterate le condizioni dei loro capelli anche durante l'esercizio fisico

Base: [2000 UK internet users aged 16+](#); 2000 Italian and Spanish internet users aged 16+

Source: Lightspeed/Mintel