

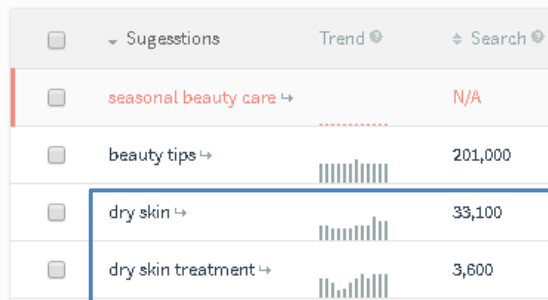
## Prodotti stagionali – per la rete la parola d’ordine è funzionalità

I consumi di alcune categorie cosmetiche sono fortemente legate alla stagionalità.

A cavallo tra la primavera e l’estate, il consumatore cambia abitudini di consumo abbandonando o limitando la sedentarietà e cambiano di conseguenza anche le esigenze:

- **in primavera:** clima più caldo e maggiore umidità porta a problematiche della pelle legate ad arrossamenti, secchezza e opacità. Il rimedio è in creme viso che ridonano idratazione, lucentezza e creme corpo con proprietà esfolianti e che predispongono all’assorbimento dei raggi UV,
- **in estate:** temperature elevate, umidità alternata a secchezza causata dall’aria condizionata e forte impatto delle radiazioni UV. Il rimedio è in prodotti che ossigenano la pelle e che offrono una leggera idratazione permettendo alla pelle di respirare. Rimane alta l’attenzione a creme che permettono una regolare esfoliazione e protezione ai raggi UV.

Il web avvalorà le considerazioni in merito alla funzionalità dei prodotti stagionali. Da una ricerca svolta sul sito **KW Finder**, specializzato nel cogliere i trend di ricerca per parole chiave, si notano come negli ultimi 12 mesi, tra i primi tre risultati relativi al fenomeno della stagionalità, ci sia la ricerca di rimedi per la secchezza della pelle.



## Prodotti stagionali – per la rete la parola d'ordine è funzionalità (segue)

A livello mondiale è possibile sintetizzare alcuni trend mondiali in atto evidenziati da **Mintel** e declinati per alcune categorie:

- **Igiene corpo:** Il 45% dei consumatori cinesi cambia saponi e bagni doccia schiuma a seconda della stagione, il 44% delle donne americane cerca in questi prodotti una funzione idratante nei mesi invernali mentre il 48% dei consumatori di prodotti solari nel Regno Unito è interessato a bagni e doccia schiuma che disperdano gradualmente l'abbronzatura il corpo;
- **prodotti per la cura pelle e viso:** il 48% delle consumatrici di nazionalità cinese e il 23% di nazionalità inglese utilizza brand specifici a seconda della stagione mentre l'80% dei consumatori in Germania percepisce le diverse esigenze che la propria pelle ha durante l'anno;
- **prodotti per capelli e cuoio capelluto:** il 40% dei consumatori cinesi e il 21% di nazionalità inglese è interessato a soluzioni personalizzate per il proprio capello mentre il 30% dei consumatori brasiliani è disposto a pagare di più per prodotti per la cura dei capelli che proteggano dai danni provocati dal sole;
- **profumeria alcolica:** il 36% dei consumatori francesi cambia fragranza a seconda della stagione mentre il 32% dei consumatori italiani è interessato a essenze con benefici rinfrescanti o riscaldanti per la pelle.