



San Valentino: analisi trend dei consumi

Il 2016 rappresenta per San Valentino un successo consolidato.

Dopo il calo del 2011 e 2012, la festa degli innamorati è tornata ad essere di forte interesse tra i naviganti del web in Italia con una crescita che ha riportato ai livelli del 2009-2010, secondo le analisi di Google Trend. Il Centro Studi ha declinato la ricerca *online* sul comparto della bellezza: le preferenze sono legate ai servizi (**centri benessere, terme e spa**) e, a seguire, ai trattamenti per **unghie**.

A conferma delle preferenze analizzate sul web, c'è la stima dei prodotti più venduti in questo periodo: profumi 80 milioni di euro, rossetti e make-up 30 milioni di euro, cofanetti trucco e confezioni regalo poco meno di 25 milioni di euro. Negli ultimi anni, anche alla luce delle recenti interviste al trade, San Valentino non è più la ricorrenza, come il Natale o altre feste, in cui si concentrano i consumi di particolari prodotti: si osserva un rallentamento generale degli acquisti che sicuramente risente delle recenti congiunture negative.

Evoluzione dell'interesse di San Valentino nel motore di ricerca Google

(Ricerca declinata alla categoria Bellezza nel periodo 2006 - 2016)



Estratto da Google Trend

