

# I Top Trends nell'industria Health&Beauty

WHAT'S NEXT?  
GLOBAL TRENDS IN A SNAPSHOT



## Il settore Health&Beauty

Per il settore Health&Beauty è prevista una crescita costante, dopo la significativa flessione di due anni fa, secondo le stime di GlobalData\*. In particolare nel corso del 2021 il settore ha recuperato a livello globale le dimensioni pre-pandemia e si prevede che al termine del 2022 registrerà un'ulteriore crescita in termini sia di volume che di valore, pari rispettivamente al 2,5% e al 5,1% (Fig. 1).

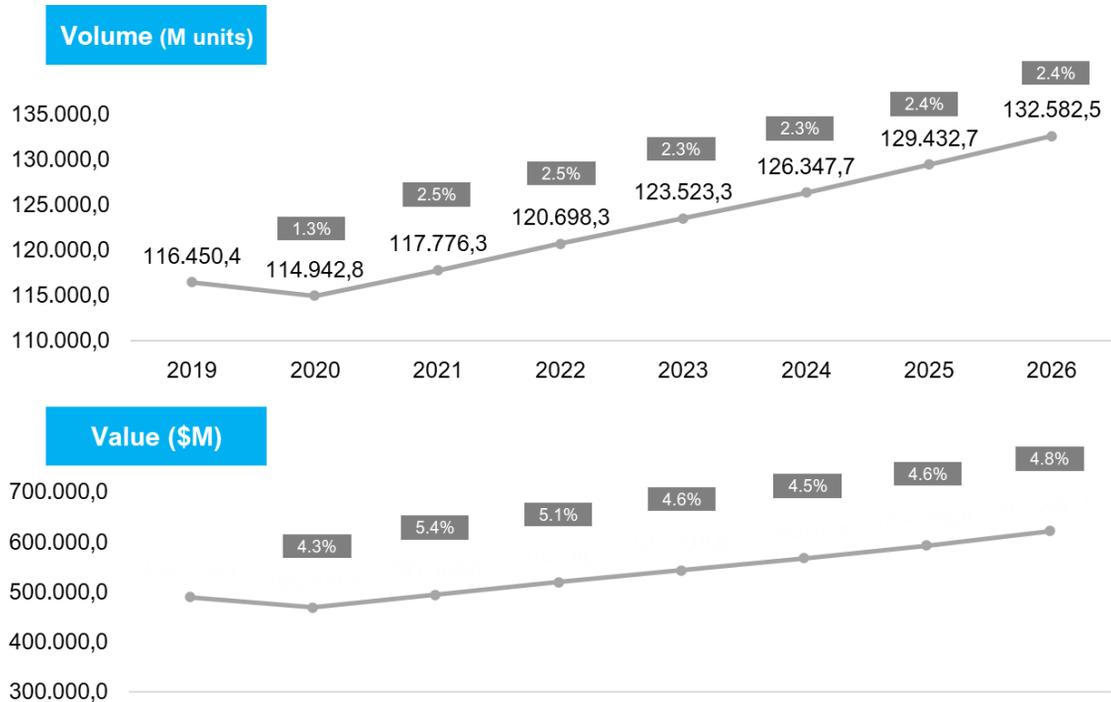


Fig. 1 | Industry Overview  
 Fonte: GlobalData Plc\*  
 Content Curation: Knowledge Office Bonfiglioli Consulting

## Highlights

- ✓ I consumatori trascorrono tuttora più tempo nelle proprie abitazioni rispetto a prima della pandemia, ma un lento ma costante ritorno sui luoghi di lavoro e un aumento degli eventi sociali sta favorendo la crescita del mercato.
- ✓ Si prevede che il mercato vedrà una crescita più rapida in termini di valore rispetto ai volumi, trainato dalle pressioni inflazionistiche che stanno facendo aumentare il costo dell'energia e delle materie prime.
- ✓ I brand che vorranno trasferire gli aumenti dei costi sul prezzo ai consumatori dovranno mostrare trasparenza e giustificare questi aumenti sottolineando, ad esempio, il rapporto qualità-prezzo.

- ✓ Per quanto riguarda le singole aree geografiche:
  - ✓ L'Asia continua a guidare l'industria globale della cosmesi sia in termini di volume che di valore, grazie alla numerosità della propria popolazione e ad un mercato di consumatori dalle esigenze sempre più sofisticate, in particolare in paesi quali Cina e Corea del Sud.
  - ✓ I mercati tradizionali delle Americhe e dell'Europa Occidentale seguono immediatamente quelli asiatici e mantengono comunque la loro importanza strategica.

## Le nuove tendenze nel settore Health&Beauty

Il recente Global Consumer Survey condotto da GlobalData\* ha individuato le 5 tendenze che caratterizzeranno il settore dell'Health&Beauty per i prossimi anni.

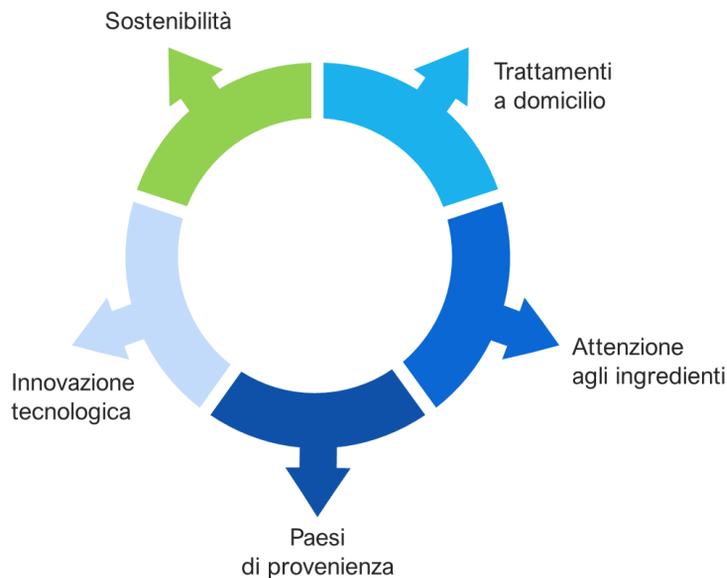


Fig. 2 I Top Trend per il settore Health&Beauty

Fonte: GlobalData Plc\*

Content Curation: Knowledge Office Bonfiglioli Consulting

### Trattamenti a domicilio

- ✓ Il numero di trattamenti di bellezza effettuati a domicilio è in crescita (Fig. 3) e i consumatori stanno scoprendo nuovi prodotti attraverso l'e-commerce e le piattaforme digitali.
- ✓ La pandemia di COVID-19 ha avuto un impatto sul comportamento dei consumatori e continuerà a influenzare l'industria Health&Beauty, poiché, sempre più, si preferiscono le mura domestiche per i trattamenti di bellezza rispetto alle strutture specializzate. Di conseguenza la domanda di prodotti da utilizzare direttamente a casa è aumentata.

- ✓ Le aziende stanno adattando la loro offerta a questa tendenza in modo da poter fornire diversi tipi di prodotti cosmetici che soddisfino le nuove aspettative. Inoltre, i clienti stanno optando per ricreare l'esperienza delle Spa a casa.

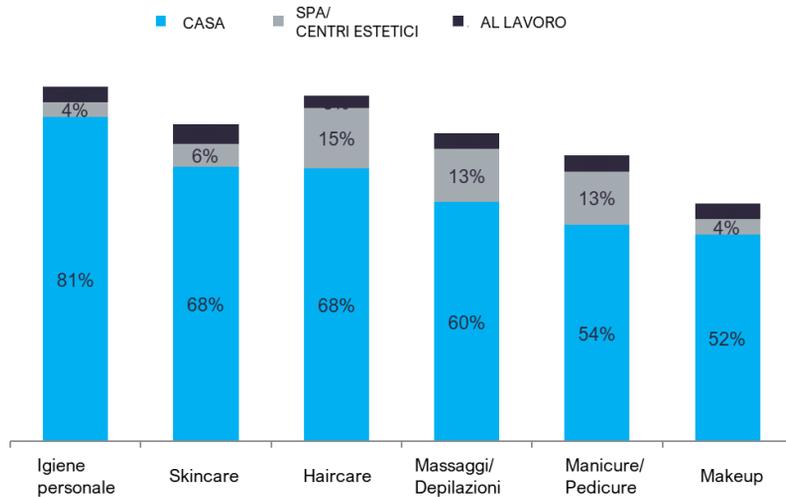


Fig. 3I Top Trend Trattamenti a domicilio

Fonte: GlobalData Plc 2022\*

Content Curation: Knowledge Office Bonfiglioli Consulting

## Attenzione agli ingredienti!

- ✓ Gli ingredienti stanno acquisendo sempre più importanza nel settore cosmetico, poiché i consumatori prestano maggiore attenzione alla composizione e alla formulazione dei prodotti (Fig. 4). Per i clienti, i social media sono una delle principali fonti di informazione sui vari ingredienti. Questi canali rappresentano quindi un importante fattore di influenza sulle decisioni di acquisto.

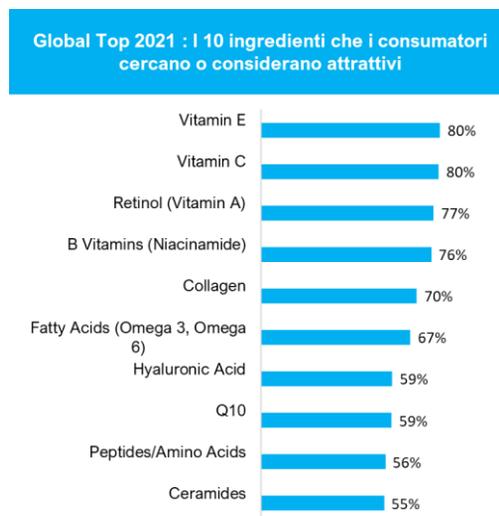


Fig. 4I Ingredienti

Fonte: © GlobalData Plc 2022\*

Content Curation: Knowledge Office Bonfiglioli Consulting

- ✓ Il 54% dei consumatori del Nord America dichiara di mostrare attenzione ai componenti dei prodotti acquistati (Fig. 5). Tale percentuale sale al 60% per l'Asia e Australia e scende al 48% per gli europei, che si dimostrano i meno sensibili a questi aspetti.
- ✓ Gli appartenenti alla generazione Y sono i più attenti alla composizione dei prodotti, con il 56% di questi consumatori che si dichiara sensibile al tema. Questa generazione è la più curiosa e i brand dell'Health&Beauty dovrebbero tenerlo in considerazione quando lanciano nuovi prodotti rivolti a questa fascia di età, garantendo che le liste dei componenti siano elencate in modo trasparente ed esaustivo sulla confezione del prodotto.

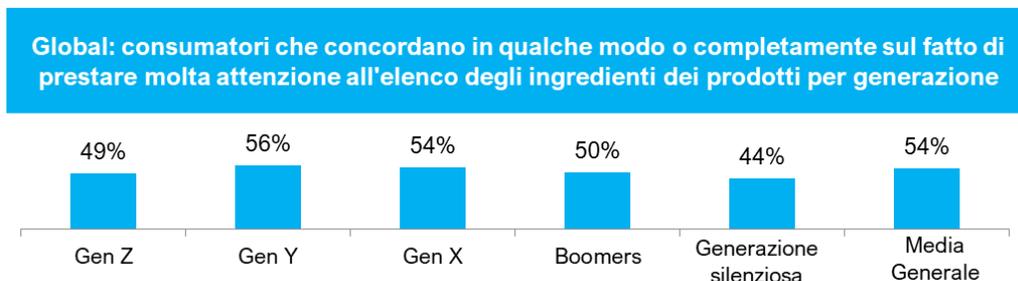
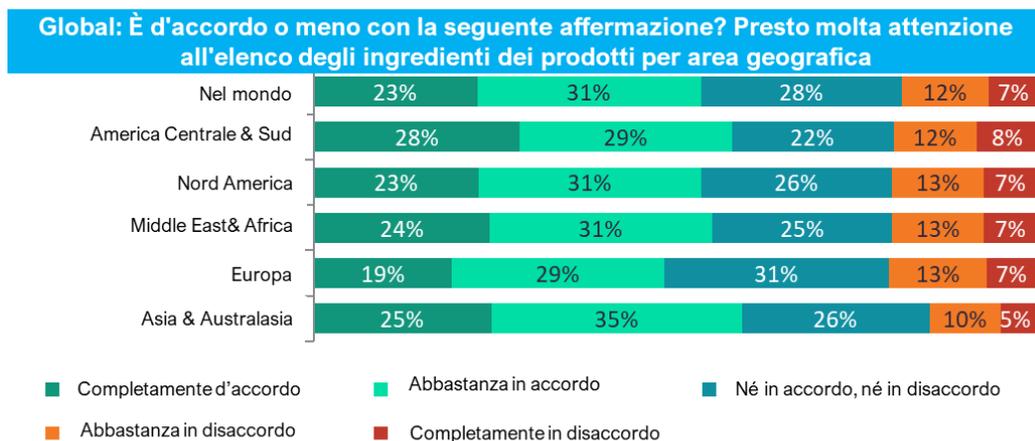


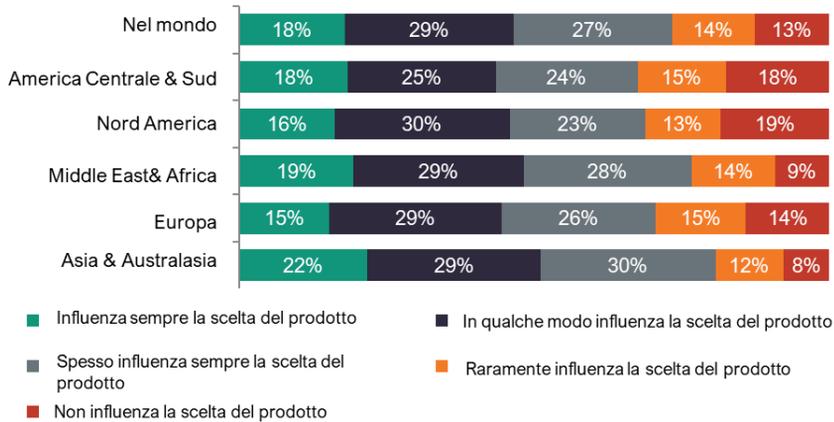
Fig. 5I Paesi di provenienza  
Fonte: GlobalData Plc 2022\*

Content Curation: Knowledge Office Bonfiglioli Consulting

## Paesi di provenienza

Secondo lo studio condotto da GlobalData\*, il 47% dei consumatori afferma che le informazioni sul paese di origine o di produzione visualizzate sulla confezione dei prodotti influenzano in qualche modo o sempre le loro scelte di acquisto (Fig. 6), tale percentuale sale al 51% in Asia e Australasia. I consumatori sono molto interessati a sapere dove avviene il processo di produzione, in particolare le generazioni X e Y. Le aziende dovrebbero sfruttare gli ingredienti locali e il patrimonio del paese di origine per attirare i consumatori che desiderano prodotti unici e che non danneggino l'ambiente durante la loro produzione.

**Global: "Le informazioni sul paese di origine o di produzione riportate sulla confezione del prodotto influenzano le sue scelte?", per area geografica**



**Global: consumatori che affermano che le informazioni sul paese d'origine o di fabbricazione riportate sulla confezione del prodotto influenzano in qualche modo o sempre le loro scelte,**

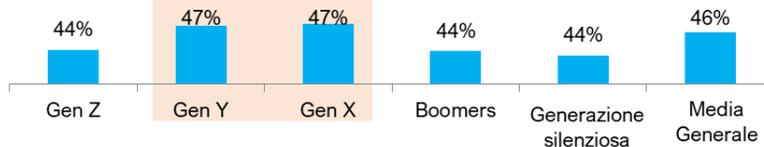


Fig. 6l Influenza Paesi di provenienza  
 Fonte: GlobalData Plc 2022\*  
 Content Curation: Knowledge Office Bonfiglioli Consulting

## Attenzione alla sostenibilità

L'attenzione che i clienti dimostrano rispetto all'impatto ambientale dei loro acquisti è in crescita. Il 78% dei consumatori globali ritiene che la facilità di riciclo sia una caratteristica importante nei prodotti cosmetici (Fig. 7), seguita dall'impatto zero sulla produzione di rifiuti (74%) e dalla facilità di smaltimento (72%) secondo lo studio condotto da GlobalData\*.

**Global: " Quanto sono importanti i seguenti fattori in un prodotto? Abbastanza o estremamente importanti**

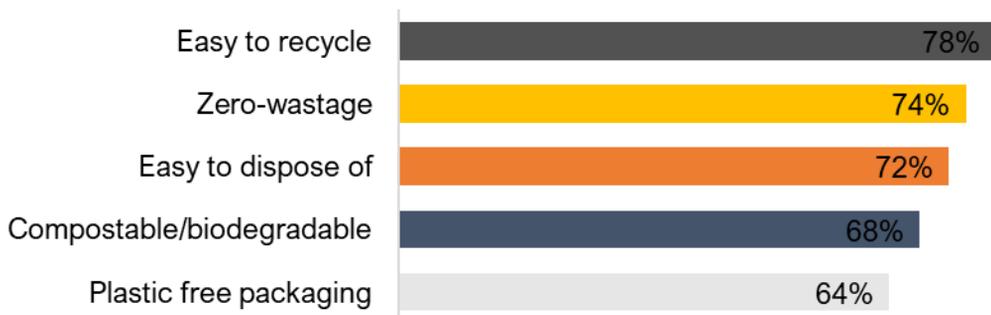


Fig. 7l Sostenibilità  
 Fonte: GlobalData Plc 2022\*  
 Content Curation: Knowledge Office Bonfiglioli Consulting

Il settore dell'Health&Beauty è considerato un enorme produttore di rifiuti da imballaggio; di conseguenza le aziende stanno sviluppando azioni per affrontare questo problema, eliminando per esempio la plastica monouso dai loro prodotti.

In generale, le aziende dovrebbero intraprendere iniziative ecologiche per rendere le loro attività più sostenibili e soddisfare quei consumatori che trovano più attraenti i brand associati ad iniziative volte ad affrontare il cambiamento climatico.

## Innovazione tecnologica

Secondo la ricerca condotta da GlobalData\*, il 51% dei consumatori è in qualche modo o sempre influenzato dal modo in cui un prodotto o servizio è adattato alle proprie esigenze o profilo di consumo (Fig. 8).

### Global: Consumatori che sono in qualche modo/sempre influenzati dalle seguenti caratteristiche nella scelta di prodotti/servizi

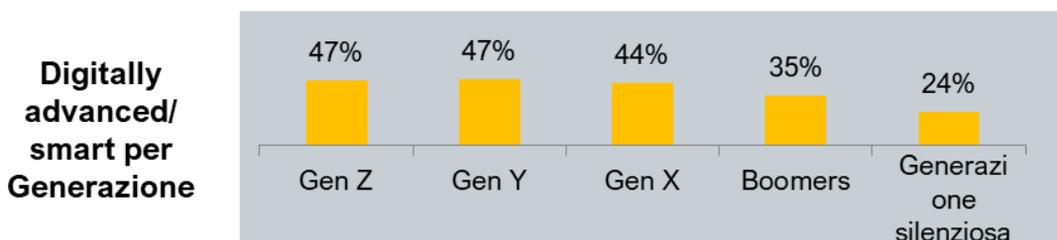
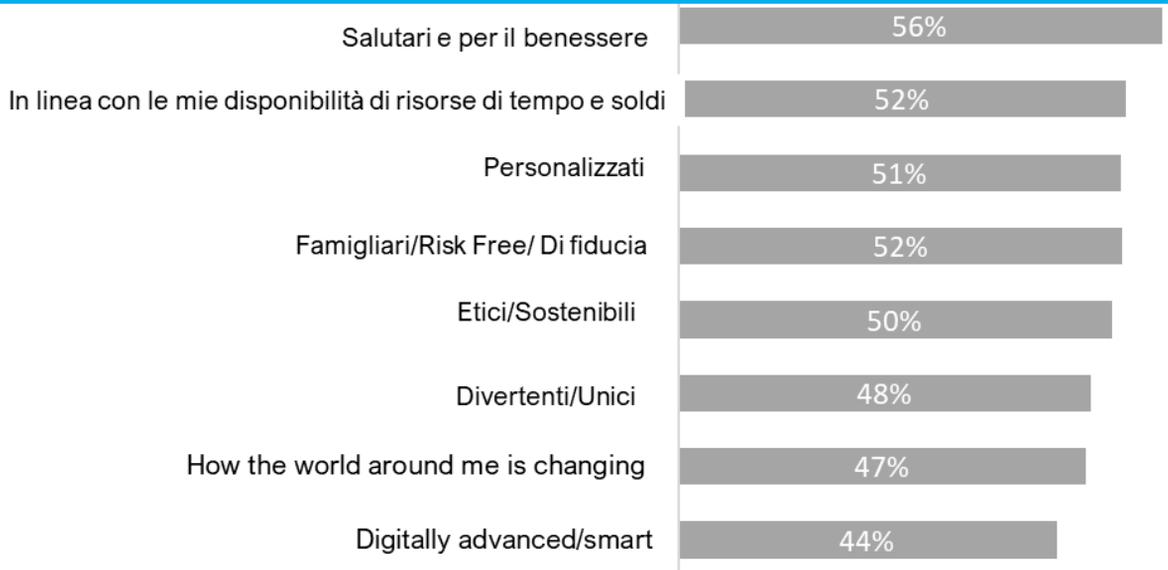


Fig. 8| Innovazione Tecnologica

Fonte: GlobalData Plc 2022\*

Content Curation: Knowledge Office Bonfiglioli Consulting

Le aziende devono quindi sfruttare le tecnologie che possono permettere, tramite la raccolta ed analisi dei dati, di profilare i consumatori per fornire soluzioni mirate e personalizzate. Ad esempio, l'IA può aiutare a scoprire nuove esigenze dei consumatori attraverso il monitoraggio delle discussioni online sulle piattaforme social.

Le opportunità di acquisto per i clienti non sono più limitate ad un solo canale, ovvero il negozio fisico, le aziende dovrebbero quindi sfruttare anche le tecnologie di vendita multicanale per soddisfare le esigenze del cliente in modo più personalizzato anche dal punto di vista del servizio e dell'esperienza di acquisto. Nel complesso, i consumatori più giovani sono più interessati a prodotti e servizi intelligenti, infatti il 47% delle generazioni Y e Z dichiara di essere in qualche modo o sempre influenzato da quanto sono digitalmente avanzati i prodotti e i servizi.

*\*GlobalData Plc 2022\* is a leading provider of data, analytics, and insights on the world's largest industries.  
[www.globaldata.com](http://www.globaldata.com)*

# Risultati e passione.

Trasformiamo il presente per anticipare il futuro.

BONFIGLIOLI CONSULTING

Bonfiglioli Consulting è una società di consulenza italiana, dal 1973 a fianco delle aziende per sostenerne la crescita e l'affermazione sui mercati globali. Aiutiamo i nostri clienti a comprendere il valore da offrire al proprio mercato e a sviluppare il modello operativo necessario al raggiungimento dei propri obiettivi di crescita e profittabilità con un'offerta sistemica sui seguenti temi:

- ✓ Value Generation: definire e indirizzare il percorso di trasformazione
- ✓ Supply Chain Management: strategia ed ottimizzazione del flusso di beni o servizi
- ✓ Operational Excellence: progettare e ottimizzare la catena del valore
- ✓ Digital Transformation: trasformare i processi e qualificare le decisioni
- ✓ Organizational Change: attivare il cambiamento nell'organizzazione
- ✓ International Business: Market analysis, Business & Operations development, Sales strategy

La nostra consulenza è su misura per far crescere la tua impresa grazie al know how necessario (metodi, supporti e risorse).

Le sedi in Italia e all'estero consentono di offrire ai clienti un know how sempre aggiornato e all'avanguardia. Grazie a oltre 100 collaboratori diretti distribuiti in 12 uffici in tre continenti, abbiamo sviluppato un'esperienza profonda e diversificata in svariati settori, dai beni industriali e di largo consumo ai servizi.

Con la Lean Factory School®, Bonfiglioli Consulting promuove la cultura d'impresa, ponendosi come punto di riferimento della formazione continua, e come polo d'innovazione dove testare le tecnologie di Industria 4.0. e sviluppare nuove applicazioni a sostegno dei processi aziendali.



Seguici su LinkedIn