



Trendy w kosmetykach do pielęgnacji włosów

ADARA

Wyłączny dystrybutor EVONIK Nutrition & Care



W obserwowanym w skali makro rynku kosmetyków pielęgnacyjnych można zauważyć tendencje, które określa się mianem „trendu naturalności”, „trendu prozdrowotności”, „trendu leczniczego” i „trendu doświadczania przyjemności”. Zainspirowani tymi zjawiskami nabywcy kosmetyków do włosów również wyrażają większe oczekiwania wobec oferty segmentu szamponów i odżywek. Zanim jednak przystąpimy do realizacji nowych projektów, dowiedzmy się nieco więcej na temat aktualnych potrzeb odbiorców kosmetyków do włosów i możliwości ich realizacji.

Trend naturalności

- Naturalność to zaufanie, że stosowanie produktu przyniesie spodziewane korzyści bez długofalowych strat.
- Naturalność to wykorzystywanie naturalnych rozwiązań o potwierdzonej skuteczności.
- Naturalność to wspieranie aktywności innych w obszarze ekologii i zrównoważonego rozwoju.

Konsumenci są coraz silniej zmotywowani do zakupu naturalnych produktów do pielęgnacji włosów. Jak wynika z badań Mintel, przykładowo w Stanach Zjednoczonych 37% kobiet w wieku 35-54 lat planuje w ciągu najbliższych 2 lat kupić więcej „zielonych” produktów kosmetycznych. „Naturalne” może jednak mieć odmienne znaczenie dla różnych grup nabywców, a dostarczenie produktu spełniającego tak wiele oczekiwań może się okazać dużym wyzwaniem.

Evonik proponuje rozwiązanie w postaci produktu RHE-ANCE® One. Profil ekologiczny tego naturalnego środka powierzchniowo-czynnego oraz jego sprawdzona w wielu aplikacjach skuteczność daje konsumentom możliwość satysfakcjonującej pielęgnacji włosów w oparciu o w pełni ekologiczne składniki.

Trend prozdrowotności

- Prozdrowotność to stawianie długowieczności i dobrego wyglądu ponad dobra materialne.
- Prozdrowotność to poczucie bezpieczeństwa, że chronię swoje włosy przed szkodliwymi czynnikami, które mogłyby wpływać na ich kondycję.
- Prozdrowotność to aktywne przeciwdziałanie i zwalczanie oznak starzenia się włosów.

Konsumenci, a w szczególności młodsze pokolenia, takie jak milenialsi, coraz większą wagę przykładają do zdrowego stylu życia i zachowania równowagi pomiędzy pracą a od-

poczynkiem. Są również bardziej aktywni w poszukiwaniu w kosmetykach wartości dodanych, mogących im pomóc np. w zachowaniu zdrowia. W ich opinii, jednym z prozdrowotnych zachowań jest minimalizowanie wpływu, jakie zanieczyszczenie środowiska może mieć na nasze piękno. Ochrona przed szkodliwym oddziaływaniem środowiska zewnętrznego stała się de facto nowym obszarem działania kosmetyków.

Evonik proponuje zarówno zaawansowane składniki aktywne, takie jak antyoksydanty, jak i rozwiązania pomocne w skutecznym usuwaniu zanieczyszczeń ze skóry i włosów za pomocą różnego typu kosmetyków micelarnych.

Trend leczniczy

- Kuracja to poważne podejście do kondycji i potrzeb włosów.
- Kuracja to przywracanie włosom młodzieńczej witalności i wyglądu.
- Kuracja to dobry wygląd już od rana, zanim jeszcze rozpoczniemy nasze codzienne rytuały pielęgnacyjne.

Konsumenci chcą dobrze wyglądać, ale pragną również poczuć, że ich zabiegi dają trwały efekt. Oznacza to poszukiwanie produktów kosmetycznych, które pomagają leczyć, a nie tylko upiększać włosy. Przykładem tego trendu jest ciągle dość nowatorskie podejście do pielęgnacji skóry głowy. Postrzeganie skóry głowy jako „skóry” skutkuje przejściem do nowego etapu, tj. poszukiwania kosmetyków przeznaczonych do pielęgnacji włosów, a zarazem skóry głowy.

Evonik oferuje wiele składników aktywnych, które pomagają w osiągnięciu oczekiwanych długofalowych rezultatów. Są to składniki aktywne w postaci ceramidów zawartych w produktach Sphingony® i Hairflux® bądź ROVISOME® Biotin – kapsułkowanej kompozycji substancji aktywnych poprawiających warunki wzrostu włosów, a przez to również ich gęstość.

Trend empiryczny

- Doświadczając, znaczy żyć chwilą, kolekcjonować przeżycia i wspomnienia, które pozostaną z nami na zawsze.
- Doświadczając przyjemności to otaczać się luksusem, rozpieszczać się, dbać o siebie najlepiej jak to możliwe.
- Doświadczając to odczuwać radość z poszukiwania i odkrywania nowości.

Ostatnie dziesięciolecie przyniosło wyraźną zmianę nawyków konsumenckich – od prostego gromadzenia dóbr materialnych do wybierania tych produktów i usług, które w sposób szczególny zapewniają nam doświadczanie przyjemności. W obszarze kosmetyków manifestuje się to poprzez poszukiwanie nie tylko innowacyjnych składników, ale również zaskakujących postaci produktów.

Twórcy receptur kosmetyków do włosów mają możliwość na co dzień korzystać z rozległej wiedzy specjalistów Evonik w zakresie składników i technologii komponowania receptur. Dzięki temu mogą powstawać ciągle nowe, unikalne i frapujące produkty, które spełniać będą oczekiwania najbardziej wymagających odbiorców.

