

PASSARE PIACEVOLMENTE LA STAGIONE PIÙ AMATA RICHIEDE INVESTIMENTI E PIANIFICAZIONI IN &amp; OUTDOOR

# Gli italiani e la protezione estiva: un mercato vs sole, caldo e insetti

Elena Giordano

Ci sono gli ipertecnologici a ogni costo, i naturalisti, i tradizionalisti e quelli che poco si interessano di pianificare il proprio destino. Trascorre una piacevole stagione estiva significa mediamente incrociare - e dominare - tre elementi di sfida: l'esposizione al sole, la

**1. L'indole personale determina uno stile di protezione trasversale a categorie e momenti di consumo**

**2. La lontananza dal proprio territorio incrementa il livello d'improvvisazione negli acquisti**

calura e l'afa, la presenza degli insetti aggressivi. Al di là delle suggestioni di mercato, le persone decidono in autonomia come affrontare questi tre potenziali problemi. Ciascuno segue l'indole, che porta a essere focalizzati e ben disposti nei confronti dei rimedi chimici; soddisfatti dei blandi rimedi che si tramandano generazionalmente; più propensi a soluzioni tecnologiche; oppure chiamati in causa solo per superare l'impasse quando si presenta. Se si osservano, tuttavia, i comportamenti a seconda della situazione - in casa, in vacanza, mentre

si pratica uno sport - si scopre che certe variabili si ripetono, mentre altre rispondono al momento, o all'occasione. La tabella espone compiutamente come gli italiani, tra ombrelloni, condizionatori e spray alla citronella combattono a loro modo sole, canicola e formiche e zanzare. Qui di seguito si espongono i nuovi trend legati alla tipologia dei prodotti, alle occasioni d'acquisto, che aiutano a far luce sul consumatore in versione estiva.

## IL LUOGO INFLUISCE

Mentre gli acquisti per prodotti che proteggono soprattutto da caldo e sole vengono compiuti in modo ragionato nei giusti negozi fintanto che si è a casa, l'impulso domina quando si è in vacanza, mentre la programmazione è il più delle volte ridontante quando si è in vista dell'attività sportiva. La scelta di una crema solare, per esempio, eseguita in città porta via tempo e attenzione: si discrimina la marca, si allarga la multicanalità di riferimento (farmacia, erboristeria, profumeria, supermercato), non si perdono di vista fototipo, prezzo, formato, fattore di protezione e così via. Al di fuori del contesto di riferimento, l'acquisto si fa quasi improvvisato, e può avvenire dal giornalaio, nella superette del paesino, nel chiosco o alla bancarella che vende ciabatte e salvagenti. Dunque il luogo condiziona una scelta che da oculata può farsi quasi casuale, di emergenza. Piuttosto che scottarmi, acquisto subito (pazienza se magari il prodotto è più caro, o se c'è meno assortimento). Lo stesso discorso vale



- Consapevolezza
- Programmazione



- Improvvisazione (fuoricasa)
- Ridondanza (nello sport)

in certa misura per chi pratica movimento: ci si attrezza presso i migliori specialisti, ma poi si tamponano falle, dimenticanze, imprevisti al primo sportello disponibile.

## SPERIMENTAZIONE

### A SCAPITO DELLA MARCA

Nuovi prodotti si affacciano costantemente nel mercato, sia per uso personale (oli, spray, salviette, lozioni) sia per ambienti domestici e open air (repellenti, condizionatori, zanzariere a ultrasuoni). Finiscono per soddisfare l'alta propensione alla sperimentazione che i con-

sumatori mostrano di possedere. A fronte di un prodotto che attraverso il passaparola o semplice curiosità - si ritiene efficace, si è disposti ad abbandonare la marca tradizionale e conosciuta per tentare questa nuova strada.

## SENSO PRATICO, IN PRIMIS

Stando alle osservazioni intraprese, i responsabili d'acquisto paiono dotati ancora di un certo livello di buon senso, che utilizzano per compiere scelte oculate, anche costose (ne sono un esempio gli impianti di condizionamento), in grado di proteggerli nel lungo periodo contemporaneamente da sole, caldo estivo e dai tanto odiati insetti (zanzare e mosche, su tutti). Non dimenticano i classici e consolidati rimedi, ma li integrano con le soluzioni dei nuovi sistemi. Ovviamente non tutte le azioni compiute risultano realmente efficaci: la pa-

lettina uccide gli esemplari uno a uno e non è "programmabile", lo zampirone è barriera solo leggera, la ventola portatile per farsi aria è poco più che un



## Ingegno e creatività fra rimedi della nonna e innovazioni di prodotto

Target	Protezione	SITUAZIONE "NORMALE"		SITUAZIONE "VACANZA"		SITUAZIONE "SPORTIVA"	
		Cosa compra	Dove	Cosa compra	Dove	Cosa compra	Dove
		<b>FIDUCIOSI</b> (nei confronti dei prodotti chimici)	<i>Dal sole</i>	Creme solari diverse per ogni fototipo (olio, crema, pasta, eau), autoabbronzanti	Supermercato, farmacia, profumeria	Solari (waterproof), latti abbronzanti, idratanti, doposole, filtri capelli	Superette, farmacia, negozi di prossimità, profumeria, chioschi
	<i>Dal caldo</i>	Bevande autorefrigeranti, integratori di sali minerali	Supermercato, farmacia	Energizzanti, ready to drink e bevande aromatizzate	Superette, spiaggia, bar	Gel energetici, fiale di sali e vitamine, aminoacidi	Centri sportivi, specializzati, farmacie
	<i>Dagli insetti</i>	Piastrine, insetticida a rilascio lungo, spray contro insetti striscianti e volanti, repellenti per il corpo, trappole per insetti, carta moschicida	Supermercato	Piastrine e zampironi per esterno, citronella, salviette imbevute, spray per il corpo	Supermercato, negozi di prossimità	Spray e lozioni resistenti al sudore, salviette umidificate	Supermercati, negozi sportivi, profumerie
<b>TRADIZIONALISTI</b> (votati agli antichi rimedi)	<i>Dal sole</i>	Imposte in legno, copri-parabrezza per auto, tendoni, unguenti naturali, panama, uscite tardo-pomeridiane	Erboristerie, negozi di abbigliamento e specializzati, mercatini	Zone ombrose, ombrelloni, abbigliamento in tessuto leggero (parei, t-shirt, prendisole), tendine di protezione per vetri auto	Negozi turistici, convenienze store, chioschi	Cappellini con visiera, proteggi-nuca, bandane, fazzoletti per il collo, fasce tergi-sudore, occhiali a lenti polarizzate, burroccaco	Gss, negozi di abbigliamento e sportivi
	<i>Dal caldo</i>	Abbigliamento in lino e cotone di colore chiaro, infusi freschi alle erbe, ventaglio	Negozi di abbigliamento, supermercati, farmacia	Tessuti leggeri e traspiranti, acqua e bevande fresche, frutta e verdura, bagni	Negozi di abbigliamento, supermercati, bar	Bevande fresche, integratori vitaminici, bagni e docce, salviette umidificate profumate	Supermercati, bar, centri sportivi
	<i>Dagli insetti</i>	Zanzariere da finestra, lozioni, citronella, copriviande, gerani, basilico	Gss, brico e garden centre, mercatoni	Zampironi, zanzariere a tenda, lozioni repellenti, pomate, ammoniacca, acqua ossigenata	Farmacia, erboristeria, negozio generico	Salviette e lozioni repellenti, abbigliamento adeguato (colori chiari, tessuti in cotone, protettivi per la montagna)	Negozi specializzati
<b>STRUTTURALI</b> (aperti alle soluzioni meccaniche)	<i>Dal sole</i>	Tendaggi anche automatici per la casa e il terrazzo, piscine	Gss e installatori specializzati	Abbronzatura preventiva (i.e. lampade solari)	Centri specializzati	Discipline indoor in ambienti condizionati	Strutture specifiche, club esclusivi
	<i>Dal caldo</i>	Ventilatore da soffitto, impianto di condizionamento	Negozi e installatori specializzati	Ventilatore mobile, condizionatore portatile, ombrellone, gazebo	Ipermercato, brico e mercatoni	Ambienti condizionati, ventilatori che vaporizzano acqua	Iscrizioni annuali
	<i>Dagli insetti</i>	Zanzariera elettrica, a ultrasuoni, spray a rilascio automatico	Negozi specializzati, supermercato	Lampada cattura-insetti	Negozi specializzati	Bracciali repellenti, tessuti trattati, dissuasori	Specialisti sport, anche contesti estremi
<b>IMPROVVISATI</b> (senza un progetto)	<i>Dal sole</i>	Occhiali, t-shirt, cappellini	Grande magazzino	Prendisole, pareo, visiere	Chioschi, negozi turistici	Zaino con copertura per la testa, fazzoletto che si trasforma in copricapo	-
	<i>Dal caldo</i>	Ventilatorino da tavolo, gelato, bevande fresche	Vicinato, bar, visita alla galleria (condizionata)	Alimenti freschi, fontanella, abbigliamento ridotto al minimo	On-the-go	Bevande di ogni genere, asciugamani	Bar, chioschi
	<i>Dagli insetti</i>	Abbigliamento coprente, paletta ammazzainsetti, insetticida generico	Supermercato	Zampirone e repellente generico	Supermercato	Ghiaccio e acqua fredda	-

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

gadget. Nel complesso a risultare più soddisfatti sono coloro che riescono a programmare, a seconda della situazione in cui sono, gli incroci più funzionali, senza preclusioni nei confronti di tecnologia, nuovi ritrovati chimici o integratori farmaceutici.

**CHIMICI O NATURALI?**

Da portare in casa, spalmare,

indossare, assimilare o utilizzare: chi oggi deve scegliere un prodotto contro o a favore/protezione di, da destinare a sé stesso e ai propri familiari non sceglie primariamente la classica referenza secondo i parametri di funzionalità e specificità peculiare. Prima di procedere all'acquisto sa di poter vagliare una diversa macro-opzione, divenuta prioritaria: quella fra li-

nea naturale e chimica di ultima generazione; fra prodotto di erboristeria e rimedio di laboratorio. Con il cambiamento delle abitudini, e la maggiore consapevolezza dei consumatori, i prodotti naturali che si acquistano nei punti di vendita selettivi stanno acquistando valore in termini di rassicurazione, maggior sicurezza garantita, affidabilità. Eventualmente

mettendo in conto un impoverimento prestazionale. Un nuovo atteggiamento, questo, che se ben analizzato porta a dicotomizzare i comportamenti: da una parte le scelte pro-chimica, dall'altre quelle pro-natura. La conseguenza? Anche le multinazionali di marca impegnate a competere nel mercato a colpi di prestazioni sempre più puntuali stanno proponendo nuove so-