

FUNZIONALITÀ • L'OFFERTA SUL MASS MARKET E LE FORMULAZIONI SONO DIVERSIFICATE

Le lacche oggi offrono molto di più

Oltre a fissare, funzione classica, servono a proteggere i capelli dagli agenti atmosferici e ad aumentare il volume

Anna Zinola

Fissare la piega dei capelli non basta più. Le lacche e gli spray di nuova generazione svolgono, infatti, oltre al fissaggio, molteplici funzioni. Si va dalla protezione contro gli agenti atmosferici all'effetto anticrespo, sino alla rivitalizzazione delle chiome sottili.

Le lacche

Di fatto, oggi, la gamma dei prodotti distribuiti attraverso i canali e le tipologie di vendita del mass market è variegata. In linea di massima si possono individuare tre aree.

In primo luogo vi sono le referenze che stressano l'effetto fissante. Garanti-

PIÙ ▶▶▶▶▶▶▶▶▶▶

- **Varietà di formulazioni**
- **Fasce di prezzo**
- **Prodotti multifunzionali**

MENO ◀◀◀◀◀◀◀◀◀◀

- Segmento lacche statico

▶ I trend

- **Il segmento dei fissanti** offre oggi prodotti multifunzione che coniugano la performance di base con un'azione protettiva, volumizzante.
- **Al più tradizionale segmento lacche** si è aggiunto il comparto degli spray, rivolto a un target più giovane e dinamico.
- **I brand fanno leva non solo sulle performance** promesse ma anche sull'appeal e la capacità distintiva delle confezioni.

scono una tenuta della pettinatura durevole nel tempo, anche nel caso di acconciature particolarmente elaborate. In questo segmento si colloca, per esempio, la lacca Taft di Testa Nera che, grazie all'impiego di un fissante rinforzante, assicura sostegno e durata con ogni clima. La pioggia o l'umidità possono rovinare rapidamente la piega dei capelli. Analogamente Splend'Or, marchio storico del Gruppo Mirato, propone una versione a fissaggio forte.

In seconda battuta si trovano i prodotti protettivi. Il focus è sulla capacità di salvaguardare i capelli dagli agenti esterni, grazie all'impiego di provitamine e filtri. Cadonett di Garnier enfatizza sul pack l'azione protettiva contro il vento che spettna, l'umidità che appiattisce e appesantisce, il sole che inaridisce.

In terza istanza si pongono le lacche volumizzanti, adatte a capelli sottili e dritti. Cielo Alto propone una versione che

La mappa di posizionamento



▲ **Nella mappa è illustrato il posizionamento** (secondo le coordinate di prezzo e di brand awareness) dei principali marchi operanti nel mercato delle lacche e degli spray per capelli distribuiti attraverso il mass market.

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

aumenta il volume dei capelli fissandoli senza appesantirli.

Gli spray

Negli ultimi anni alle lacche si sono aggiunti i fissanti con erogazione spray, che consentono una microdiffusione del prodotto. È un segmento tendenzialmente rivolto a un pubblico più giovane, che vuole ottenere un effetto di fissaggio meno rigido, meno strutturato.

Naturalmente anche in questo caso le performance garantite dalle diverse referenze sono molteplici. Fructis Style di Garnier, per esempio, enfatizza la

naturalezza del risultato finale (non incolla i capelli, non appesantisce), mentre Xstyle di Malizia evidenzia la tenuta (look control) e la capacità protettiva. Invece Styling Spray di Studio Line, la linea L'Oréal che compie 20 anni, assicura un fissaggio a lunghissima durata che, però, non indurisce né secca le chiome.

Alcuni prodotti puntano, poi, sulla presenza di ingredienti naturali (le microcere di frutti o le multivitamine) per rassicurare indirettamente chi teme possibili danni alla pelle o agli occhi (irritazioni o allergie).

Il packaging

Anche la confezione rappresenta un interessante elemento di segmentazione. In particolare i colori sembrano differenziare in modo netto i brand. Alcune marche (Cielo Alto, Pantene) privilegiano l'impiego del bianco, che veicola un'immagine di pulizia, semplicità, assenza di artifici. Vero è, però, che non risulta particolarmente impattante sullo scaffale.

Probabilmente per questo altri brand ricorrono a tonalità accese, visivamente attrattive (giallo e verde per Malizia; bianco, giallo, rosso e blu per Studio Line). Distintiva e fortemente tradizionale, coerentemente con l'immagine del prodotto, è la scelta di Splend'or, che gioca sui toni del marrone.

Le cromie sono utilizzate anche per differenziare singole referenze di una stessa marca. Taft di Testa Nera presenta la versione lacca con il binomio grigio-blu e la variante spray con il grigio abbinato al verde.

Il prezzo

Il range di prezzo è abbastanza vasto. In linea di massima si va dai 2 agli oltre 4 euro.

A incidere sul posizionamento sono due fattori principali: da una parte la brand awareness e dall'altra la specificità delle performance promesse.

Frequenti sono le attività promozionali: dalle tradizionali operazioni di taglio prezzo ai coupon, agli omaggi. Spesso i campioni gratuiti sono allegati a referenze merceologiche affini: shampoo, gel, balsami.