

OFFERTA DI MERCATO • L'INDUSTRIA MOLTIPLICA LE PROPOSTE: CRESCONO LE SCELTE

Tinture per capelli: varianti à gogo

Dalle colorazioni permanenti che richiedono una certa manualità a quelle invece più facili da applicare ma che non durano

Anna Zinola

▶▶▶▶▶▶▶▶ PIÙ

- Ampiezza e segmentazione
- Ampia scala prezzi
- Facilità e rapidità d'uso

MENO ◀◀◀◀◀◀◀◀

- Numero limitato di brand

Di tutti i colori, per tutti i tipi di capelli. L'offerta delle tinture da realizzare a casa è oggi davvero molto vasta e riesce a coprire le più disparate esigenze. Si va dai prodotti che durano il tempo di pochi lavaggi alle versioni che consentono di ottenere un colore sfumato e multitono.

Il mercato

Il segmento appare in espansione. All'origine dell'incremento si pongono più fattori. Si pensi, per esempio, al desiderio di risparmiare tempo e denaro, evitando il parrucchiere professionale, oppure al piacere di cambiare frequentemente tinta alle chiome. In tal senso negli ultimi anni il colore dei capelli è diventato, soprattutto tra i soggetti più giovani, un elemento mutevole del proprio look, da cambiare o rinnovare al volgere delle stagioni o dell'umore.

Proprio in questa direzione si pone Color Pulse

di L'Oréal Paris. Si tratta di una mousse facile da applicare che dona ai capelli un colore acceso e brillante, ma dalla durata limitata. Resiste, infatti, per una decina di lavaggi. Ciò è reso possibile grazie alla formulazione, che non contiene ammoniaca oppure ossidanti.

Nella direzione opposta si collocano, invece, i prodotti che garantiscono una tenuta prolungata del colore. Il target è costituito in prevalenza da donne che vogliono coprire i capelli bianchi e desiderano, pertanto, un trattamento permanente. È il caso, per esempio di Excellence Crème di L'Oréal Paris che, mentre colora, protegge la fibra capillare, oppure della crema colorante Brillance di Testa Nera. Nella medesima a-

La mappa di posizionamento



▲ Nella mappa il posizionamento (secondo le coordinate di prezzo e di ampiezza della gamma) dei principali marchi operanti nel mercato delle tinture per capelli distribuiti attraverso il mass market.

Fonte: elaborazione dell'autore ©MARK UP

rea si pone Couleur Experte di L'Oréal Paris, che si propone come un vero e proprio sistema di colorazione a domicilio.

La texture

Un altro fattore di segmentazione è costituito dalla formula del prodotto e dalle modalità di applicazione. Accanto alle creme, che costituiscono la versione più tradizionale, si trovano molte altre varianti. Così, per esempio, Feria di L'Oréal Paris propone un colorante in gel per ottenere una tinta multifaccettata, mentre Natea di Laboratoires Garnier ha realizzato una maschera che,

di massima, verso varianti di utilizzo più semplice, quali gli shampoo. Coloro che hanno maggior dimestichezza con le tinture acquistano, invece, più frequentemente le creme, la cui applicazione richiede una certa manualità.

Il brand

In linea di massima emerge un'elevata fedeltà alla marca. Il brand (in quanto noto, diffuso, specializzato) è garante sia dell'efficacia del risultato (una tonalità di colore analoga a quella indicata sulla confezione) sia della qualità del prodotto (una formulazione che non sfibra o aggredisce i capelli). Di fatto quasi il 60% delle consumatrici abituali di tinture domestiche dichiara di avere una marca di fiducia, contro una media di fedeltà al brand che, nell'area igiene e cosmetica, si attesta intorno al 30%, come risulta da un'indagine Cermes (Università Bocconi).

Il prezzo

Il posizionamento di prezzo tende a variare in rapporto alla tipologia della tintura. I prodotti dalla formulazione più complessa e in grado di garantire una durata prolungata costano mediamente di più delle varianti con una copertura temporale ridotta. In concreto si spazia da un minimo di 5-6 euro (shampoo coloranti) a un massimo di 17-18 euro (sistemi di colorazione in crema).

Più economiche risultano, nel confronto, le tinture specificamente dedicate all'uomo, il cui prezzo supera raramente i 7-8 euro. Si tratta tuttavia di un segmento dal peso marginale, una nicchia. ★

I trend

- **Il mercato delle colorazioni domestiche** cresce e si segmenta, proponendo prodotti sempre più mirati e specifici.
- **Accanto ai prodotti tradizionali** (tinture a lunga tenuta) si sviluppano prodotti dalla connotazione più easy, che scompaiono dopo qualche lavaggio.
- **A prescindere dalla tipologia di tintura**, emerge comunque una buona fedeltà alla marca, che si fa garante dell'efficacia e della qualità del prodotto.

Colorato

225,4 mio di €
le vendite di coloranti e tinture per capelli

20,4%
la quota dei coloranti sul totale capelli

(fonte Unipro)

mentre li nutre, colora i capelli. Non mancano gli shampoo, commercializzati, tra gli altri, da Testa Nera con la linea Country. Naturalmente le modalità di somministrazione incidono in modo significativo sulla scelta del prodotto. Le donne meno esperte con la colorazione casalinga si orientano, in linea