

Brytyjki rezygnują z rytuałów K-Beauty

data aktualizacji: 2019.08.22



Dni szafek łazienkowych wypełnionych szeregiem produktów do pielęgnacji skóry mogą się skończyć, ponieważ kobiety zmęczyły się skomplikowanymi procedurami pielęgnacji twarzy - wynika z najnowszego badania zrealizowanego w Wielkiej Brytanii przez firmę Mintel na temat pielęgnacji skóry twarzy kobiet.

W ciągu ostatniego roku (12 miesięcy do maja 2019 r.) prawie trzy na dziesięć (28 proc.) Brytyjek zmniejszyły liczbę produktów do pielęgnacji skóry twarzy, a młode pokolenie w wieku 20-29 lat (54 proc.) uprościło swoje rytuały pielęgnacyjne.

Odsetek kobiet używających tylko jednego produktu do oczyszczenia twarzy wzrósł z 25 proc. w 2018 r. do 28 proc. w 2019 r. Tymczasem liczba kobiet używających czterech lub więcej produktów do mycia twarzy spadła gwałtownie z 26 proc. w 2018 r. do 18 proc. w 2019 r. Największe straty w oczyszczaniu twarzy obejmują produkty do mycia twarzy wodą (od 55 proc. do 50 proc.), a także chusteczki do czyszczenia twarzy (od 54 proc. do 43 proc.) i toniki do twarzy (od 29 proc. do 25 proc.).

Badania Mintela wykazały też, że skurczył się rynek makijażu, co ma związek z trendem naturalnie promiennej skóry. Około 31 proc. Brytyjek, które się malują, kupuje teraz kosmetyki kolorowe rzadziej niż w ubiegłym roku, a 19 proc. wydało mniej na tę kategorię w ciągu ostatnich 12 miesięcy.

Stosowanie produktów do pielęgnacji twarzy również spadło w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Liczba kobiet stosujących krem na dzień spadła z 66 proc. do 60 proc., podczas gdy używanie kremu na noc spadło z 48 proc. do 44 proc. Zmniejszyło się też zapotrzebowanie na kremy BB, CC i DD - z 21 proc. w 2018 r. do 15 proc. w 2019 r.

Agencja Mintel prognozuje, że rynek kobiecych produktów do pielęgnacji skóry twarzy spadnie w Wielkiej Brytanii o prawie 1 proc. w 2019 r. do około 1,16 mld funtów szterlingów z 1,17 mld funtów szterlingów w 2018 r.

- Coraz więcej brytyjskich kobiet odchodzi od wielostopniowej rutyny K-Beauty, mając nadzieję na osiągnięcie tego samego promiennego efektu bez poświęcania czasu. Ta potrzeba prostoty popchnęła je w kierunku minimalistycznych produktów do pielęgnacji skóry o bardziej intensywnym działaniu, takich jak serum i oleje - skomentował Alex Fisher, globalny analityk ds. pielęgnacji skóry w Mintel.

Według analityka szczególnie mocno ucierpiał segment jednorazowych chusteczek do demakijażu. Z jednej strony ma to związek z tym, że konsumenci stają się bardziej świadomi negatywnego wpływu tego produktu na środowisko. Jednocześnie w związku z trendem naturalnie promiennej skóry, zmniejszyło się zapotrzebowanie na kosmetyki kolorowe, a więc równocześnie nastąpiło zmniejszenie się sprzedaży w segmencie produktów do demakijażu, do którego należą ściereczki do czyszczenia twarzy. *- Jest prawdopodobne, że kobiety coraz częściej będą rezygnować z chusteczek nawilżanych, chyba że produkty te będą w stanie zaspokoić rosnące zapotrzebowanie konsumentów na ekologiczne produkty. Inne kobiety całkowicie zrezygnują z chusteczek, zamieniając je na produkty wielokrotnego użytku, takie jak np. myjki do twarzy - twierdzi analityk Mintela.*

Jednym z jasnych punktów na rynku produktów do pielęgnacji skóry twarzy są olejki i serum do twarzy. Ich penetracja wśród kobiet utrzymywała się na poziomie 24 proc. w latach 2018-2019, podczas gdy stosowanie innych preparatów, takich jak kremy pod oczy, eksfoliatory, maseczki czy preparaty do stosowania na noc, spadło.

40 proc. kobiet stosujących produkty do pielęgnacji twarzy serum kojarzy z odżywianiem, a 20 proc. z blaskiem i rozjaśnianiem skóry.

Według globalnej bazy danych nowych produktów firmy Mintel (GNPD) rozjaśnianie/rozświetlanie jest jednym z najpopularniejszych produktów w kategorii pielęgnacja skóry kobiet w Wielkiej Brytanii. Segment ten powiększył się w tym roku o 22 proc. w porównaniu do lat 2017-2018.

- W ciągu ostatnich kilku lat kobiety przestawiły się z matowego makijażu na błyszczące rozświetlenie otrzymywane za pomocą produktów do pielęgnacji skóry, a nie makijażowych. Do tego celu wybrały serum i oleje. Ten pierwszy produkt postrzegany jest jako rozjaśniający i odżywczy. Jego pozycję dodatkowo wzmacnia obecność witamin i przeciwutleniaczy. Tymczasem olej jest uważany przez niektóre kobiety za tłusty, ale to nie zawsze jest przeszkodą, gdyż taka konsystencja również przyczynia się do bardziej lśniącej cery - podsumowuje Alex Fisher.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/brytyjki-rezygnuja-z-rytualow-k-beauty,56369>