

**WOM**  
**THE**

**NEXT GEN BEAUTY**

Lo specchio delle nuove generazioni





IL MEDIA BRAND LEADER  
NEI FEMMINILI ITALIANI

**+10 MILIONI**

FOLLOWER TOTALI

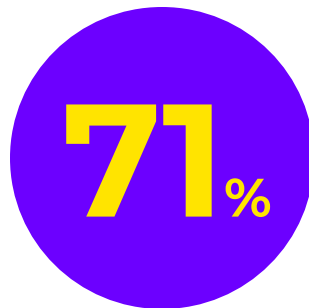
**+2 MILIONI**

DAILY REACH

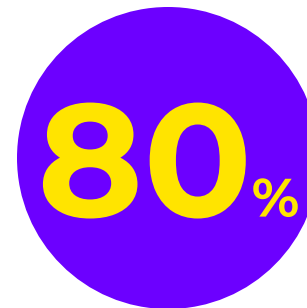
**+5 MILIONI**

INTERAZIONI MESE

**1 donna su 2**  
under 34 segue  
**The WOM** in Italia



< 35 anni



donne





# IL PRIMO OSSERVATORIO ITALIANO SULLE YOUNG BEAUTY LOVERS

Responsabile Scientifico Prof. Furio Camillo



# BEAUTY TREND REPORT

## METODOLOGIA D'INDAGINE

Il report analizza il rapporto tra **giovani, bellezza e mondo digital** mettendo a confronto le opinioni e le abitudini di 3 fasce di età che comprendono tutta la **Gen Z** e gli **Young Millennials**:

**14-18 anni**

La fascia 14-18 è stata intervistata attraverso **Webboh Lab**.

**19-24 anni**

Le fasce 19-24 e 25-35 provengono invece dalla **Community The Wom**.

**25-35 anni**

Nota metodologica - I due campioni sono eterogenei: "autoselezionato" quello di **The Wom** (partecipazione volontaria delle iscritte alla community) e "rappresentativo" (delle ragazze italiane in fascia di età 14-18 anni) quello di **Webboh Lab** perché porzione di panel statistico.





# BEAUTY TREND REPORT

**Oltre 1000**

**Questionari raccolti**

**Giovani con età  
compresa tra**

**14 e 35 anni**

# IL BEAUTY È DIGITAL

SOCIAL E WEB FONTI PRIMARIE DI INFORMAZIONE

**9 su 10**  
si informano  
sui **SOCIAL**

**85%**

Instagram  
al primo posto

19-35 anni

**73%**

TikTok  
al primo posto

14-18 anni

**1 su 2** si informa sul **WEB**

**RIVISTE CARTACEE marginali**

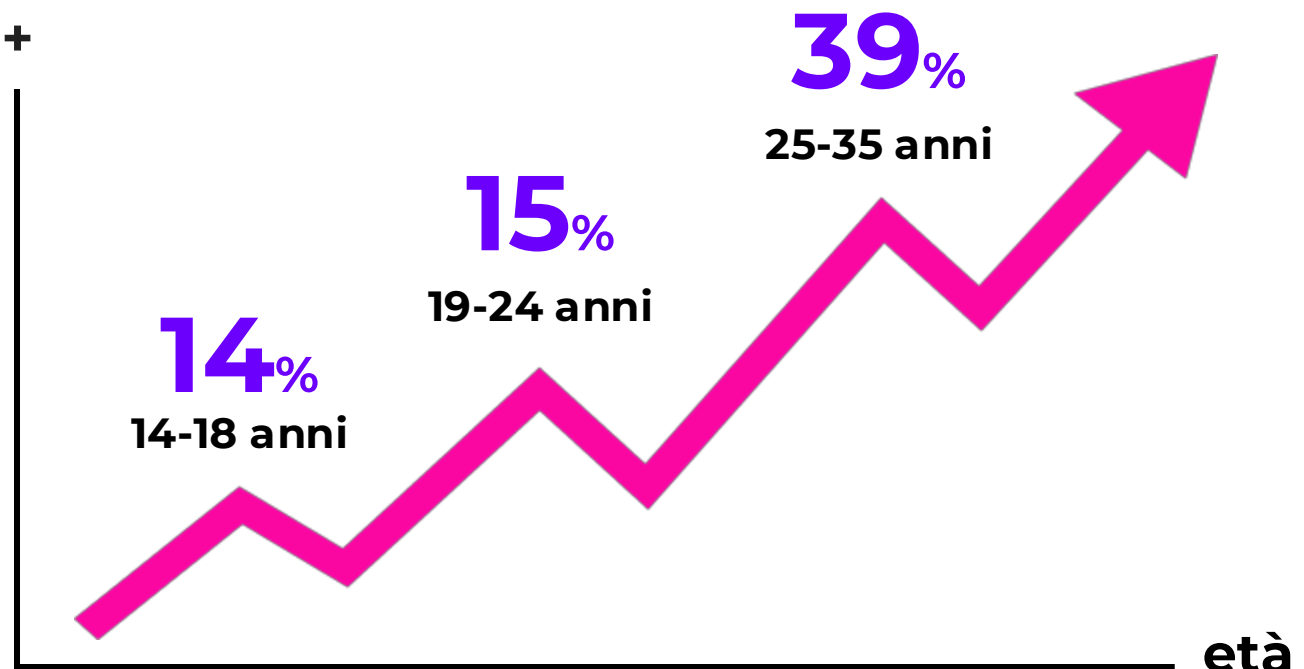




# BEAUTY SHOPPING ONLINE

PIÙ AUMENTA L'ETÀ PIÙ CRESCE L'E-COMMERCE

+



**I freni agli acquisti online?**

Prezzo, costi di spedizione e incognita sulla qualità

**Al primo posto le profumerie** per gli acquisti sia in store che online



# CHI GUIDA L'ACQUISTO

Oltre **85%** segue i consigli dei media editoriali, su social e web

I contenuti digitali contano di più degli **aspetti del prodotto**, come **colore e naming**

**7 su 10** si affidano alle **recensioni online**

# IL RUOLO DEL CREATOR

PIÙ DELL'80% DELLA COMMUNITY HA SPIRITO CRITICO

14-18 anni



Arienne  
Makeup

40%

19-24 anni



Loretta  
Grace

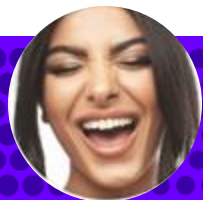
22%

25-35 anni



Estetista  
Cinica

29%



16%  
Elisa  
Maino



23%  
Clio  
MakeUp



18%  
Arienne  
Makeup



19%  
Clio  
MakeUp



22%  
Mr  
Daniel  
Makeup



29%  
Clio  
MakeUp

# IL BRAND PRIMA DI TUTTO

BRAND AWARENESS E TRASPARENZA FIRST

**1° - MARCA**

**LA MARCA PORTA  
ALL'ACQUISTO  
3 DONNE SU 4**

Per tutte le età

**2° - INCI**

**MENO RILEVANTI  
PER LE UNDER 18**

**3° - SOSTENIBILITÀ**





# INTELLIGENZA ARTIFICIALE

UN NUOVO ALLEATO  
NELL'ACQUISTO?

**1** su **4** crede che l'AI  
possa aiutare nella  
scelta dei prodotti beauty  
da acquistare

# I CONTENUTI CHE FUNZIONANO?

QUELLI **UTILI**: INFORMAZIONI E CONSIGLI PER GLI ACQUISTI



**FUN** <10%



**ISPIRAZIONE** <15%



**CONSIGLI PER L'ACQUISTO** 30%



**INFORMAZIONI** 40%

FROM LIGHT TO INSIGHT





# SKINCARE COME PRIORITÀ QUOTIDIANA

...PER TUTTE?

	14-18 anni	19-24 anni	25-35 anni
Fa skincare più volte al giorno	29%	51%	64%
Usa sempre la protezione solare	17%	40%	53%
Utilizza prodotti "anti-age"	8%	17%	64%



# LA BELLEZZA PASSA DALLA CURA DELLA PELLE

INGREDIENTI PIÙ RICERCATI CROSS  
GENERAZIONALI

	14-18 anni	19-24 anni	25-35 anni
ACIDO IALURONICO	42%	57%	79%
VITAMINA C	47%	51%	59%
RETINOLO	7%	13%	37%

Il **38%** delle giovanissime  
ammette di non conoscere i principi attivi



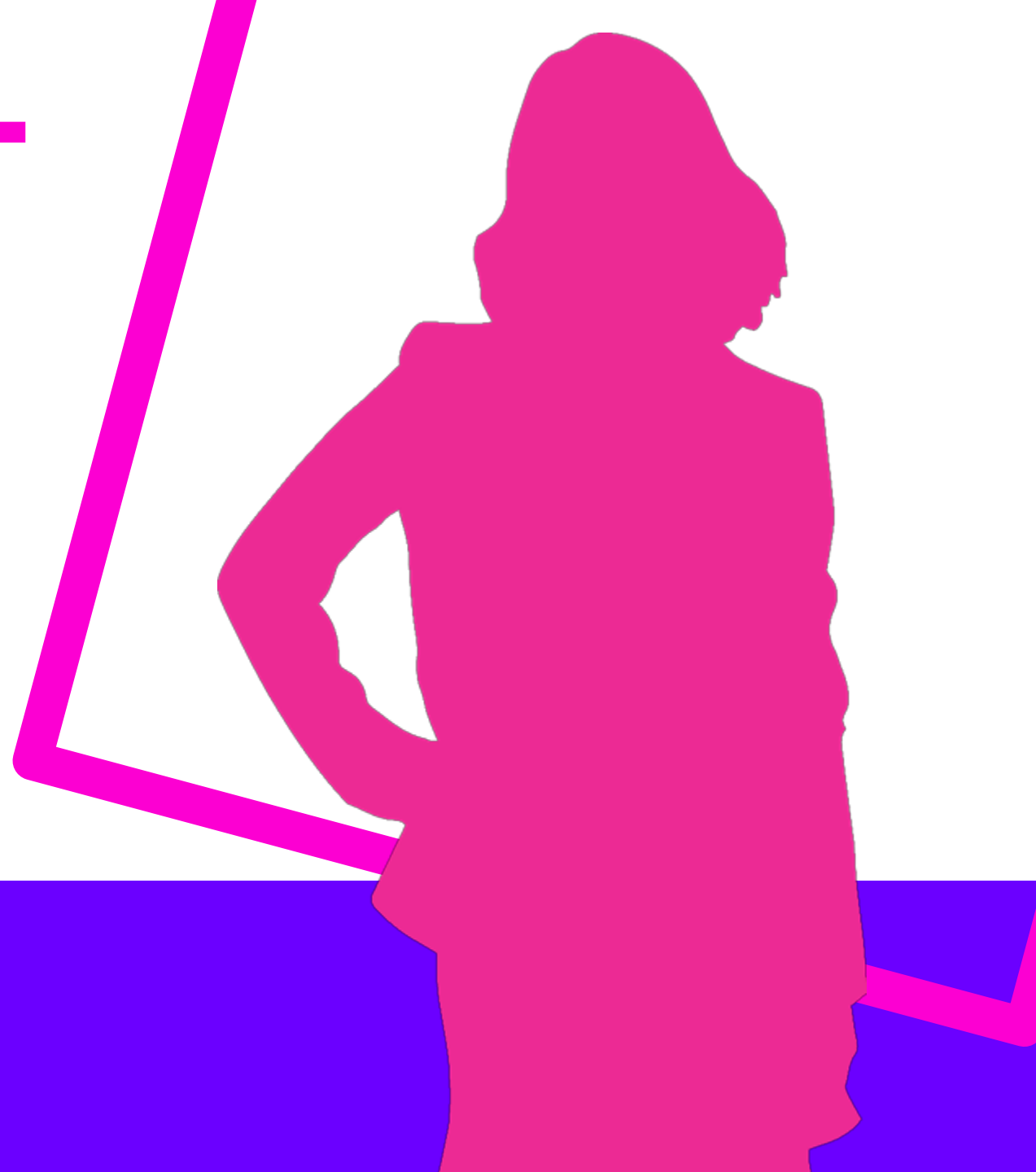
# BELLEZZA COME PIACERE

**NON SOLO  
APPARENZA**

	14-18 anni	19-24 anni	25-35 anni
Usa il makeup per piacersi	63%	74%	74%
Si trucca ogni giorno	34%	40%	55%
Percepisce la bellezza come pressione sociale	59%	59%	47%

La **pressione sociale** arriva soprattutto dai **social** secondo il **66%** delle giovanissime (14-18 anni) e l'**82%** di donne tra i 19 e 35 anni

# 4 IDENTIKIT DI BEAUTY LOVERS





## TRUE ONE

Real skin,  
real stories

14-18

10%

19-35

32%



## CONSCIOUS GLOW

Beauty with a purpose

14-18

7%

19-35

24%



## SHOW OFF

Every look  
is a statement

14-18

25%

19-35

25%



## SOCIAL PERFORMER

Scroll, shop, shine

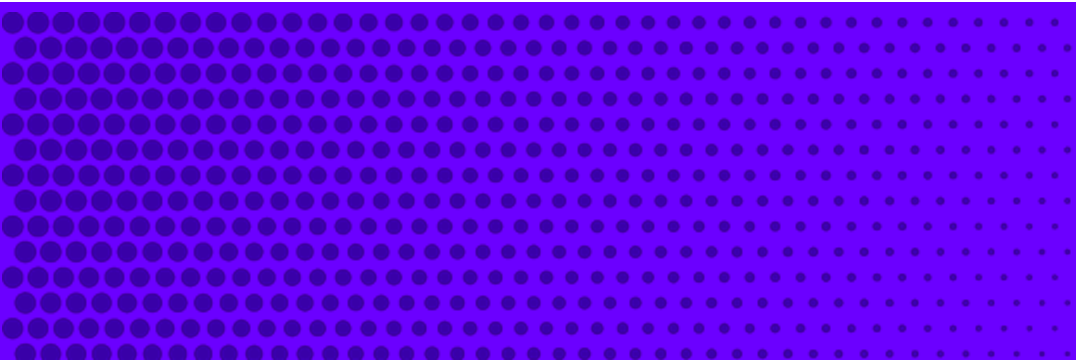
14-18

58%

19-35

19%

**COME  
CONQUISTARE  
LE NEW GEN**



# LE NUOVE COORDINATE BEAUTY



**RICONOSCIBILITÀ,**  
**AFFIDABILITÀ E**  
**ONLINE REPUTATION**



**DALLA SUPERFICIE**  
**ALLA SOSTANZA**  
**E TRASPARENZA**

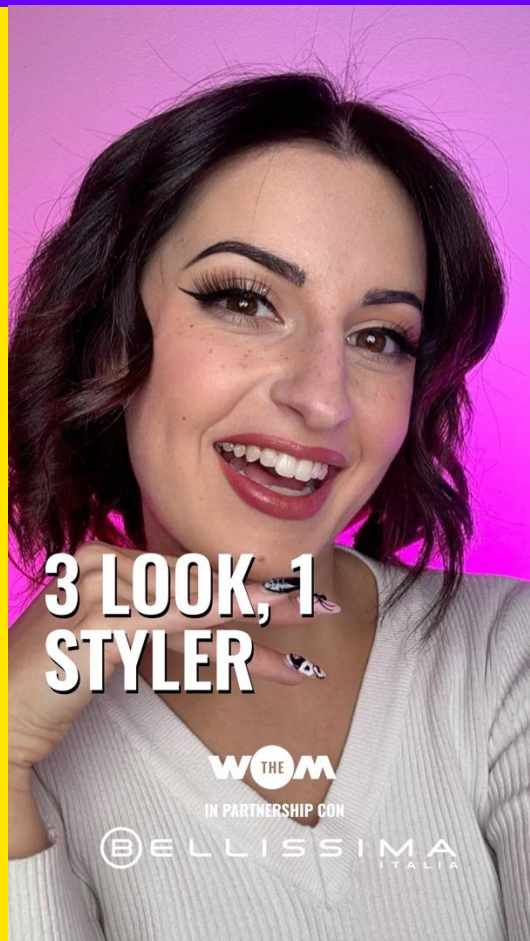


**BEAUTY**  
**= SELF LOVE**  
**= IDENTITÀ**

# LA BUSSOLA DELLA COMUNICAZIONE



EMOTIONAL  
CONNECTION



BEYOND ONE-  
SIZE-FITS-ALL



YOUR STORY,  
YOUR BEAUTY



CONTENT  
THAT MATTERS



*"Ὅρᾶν γὰρ  
δει̃ αὐτὸ τὸ καλόν."*

**"Bisogna vedere  
la Bellezza stessa."**

Platone - Simposio



## CONTACT US

[www.thewombeautylab.it](http://www.thewombeautylab.it)  
[thewom@mondadori.it](mailto:thewom@mondadori.it)



**SCARICA**

la presentazione