

IL FUTURO
DELLE FRAGRANZE
2024
prima parte



IL FUTURO DELLE FRAGRANZE 2024

Prima parte

Nel mondo delle fragranze è in corso un cambiamento rivoluzionario. Fragranze ispirate al cibo, aromi che funzionano in un mondo virtuale, profumieri riconosciuti come artisti e biotecnologie per la creazione di prodotti più sostenibili stanno rimodellando il panorama dei profumi. **La fragranza, intesa come semplice accessorio della nostra beauty routine, assumerà, da qui al 2024, un nuovo ruolo con molteplici obiettivi. Il primo importante cambiamento è il passaggio del profumo da "accessorio" a prodotto essenziale per il proprio well-being.** Le fragranze, infatti, si apprestano ad avere un ruolo determinante sul nostro vissuto quotidiano, fornendo un valido apporto al nostro benessere personale e allo stato emotivo di tutti i giorni.

In un recente discorso della UK Fragrance Foundation, Judith Gross, Global Director di IFF, ha dichiarato: "La fragranza è un fattore abilitante per una vita positiva". Judith Gross ha spiegato che, durante la crisi, i profumieri dell'IFF hanno messo a punto una strategia del profumo intesa come prodotto "essenziale" per i consumatori, per aiutare il loro benessere mentale e fisico.

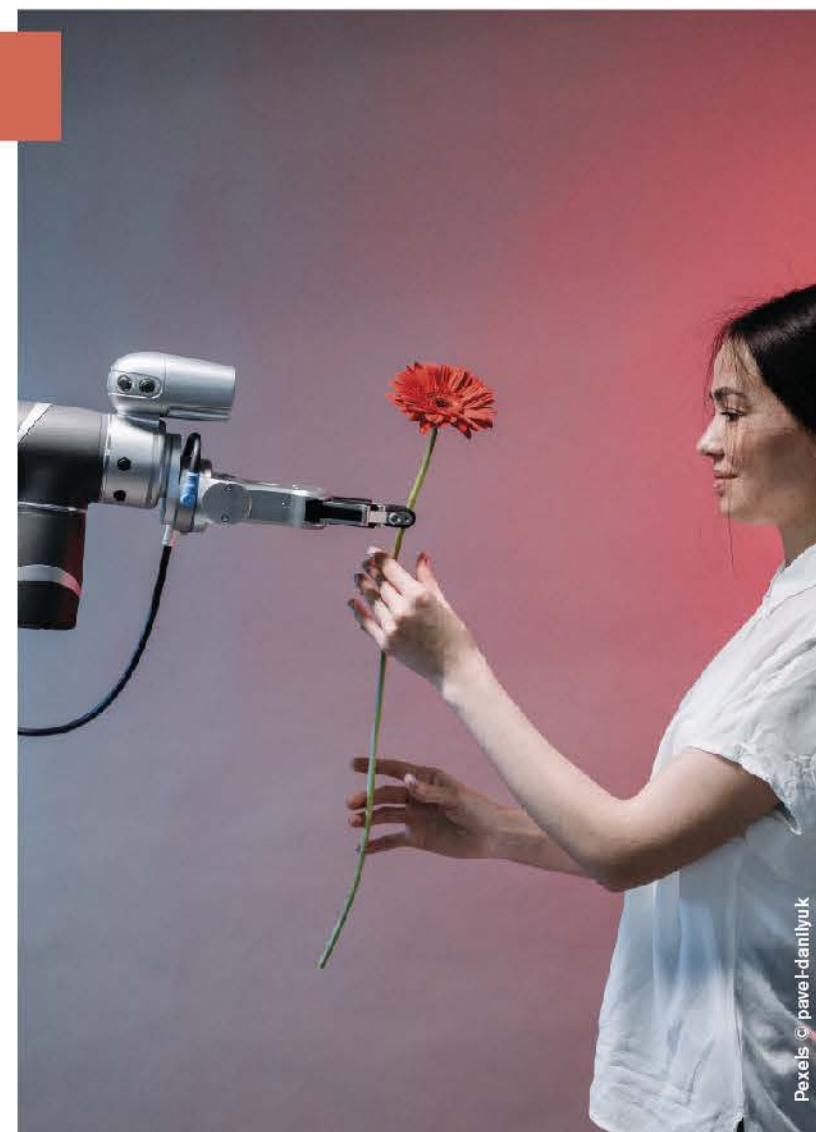
PROFUMARE IL PANORAMA VIRTUALE

Gli ambienti online sono il luogo in cui oggi c'è un crescente coinvolgimento per l'acquisto delle fragranze

Il Global Lifestyle Tracker di IFF ha rilevato che il 54% dei consumatori fa spesso e volentieri uso del profumo a casa, dimostrando che sempre più il profumo viene utilizzato per il piacere personale e la cura di sé.

Un nuovo atteggiamento questo, che si è via via evidenziato dopo che i consumatori sono emersi dall'isolamento dovuto alla pandemia, avendo sopportato per ben due anni una forma di contatto umano limitato. Nella sostanza, attraverso questa esperienza forzata, **il mondo del profumo ha contribuito a influenzare la vita delle persone**, portandole verso un nuovo interesse, anche per gli ambienti sensoriali e in particolare per quelli profumati appunto, **estendendo l'utilizzo delle fragranze in tutti gli aspetti dello stile di vita delle persone: dall'aumento del benessere fisico fino all'umanizzazione della tecnologia, spingendo così le aziende e i marchi a esplorare il desiderio di "profumare" anche il panorama online.**

Di fatto assisteremo all'avvento di nuovi intrattenimenti, dai giochi profumati alle sessioni di aromaterapia online; il mondo virtuale, dunque, utilizzerà le fragranze per facilitare una connessione emotiva con la tecnologia e i nuovi metodi di diffusione digitale consentiranno ai consumatori di annusare il loro panorama online. Euromonitor International, azienda di market intelligence con sede a Londra, ha previsto che l'e-commerce avrà un'espansione del CAGR del 9% entro il 2025. Gli ambienti online sono il luogo in cui oggi avviene il maggiore coinvolgimento anche per l'acquisto di fragranze; di conseguenza i brands dovranno evolversi per eccellere anche in questo nuovo spazio.



Pexels © pavel-danilyuk



Pexels © Olya Prutskova

Euromonitor ha anche riscontrato che il 46% dei consumatori apprezza le esperienze virtuali online, in particolare la facilità di accessibilità ai servizi 24 ore su 24; **le aziende dovranno sfruttare questa opportunità per costruire una strategia esperienziale per il mondo delle fragranze digitali**, in modo da poter offrire ai consumatori una scoperta olfattiva di profumi online interessante e coordinata ai loro bisogni.

Cosa dobbiamo aspettarci a breve?

I paesaggi aromatici online diventeranno sempre più importanti; il loro profumo verrà utilizzato per migliorare le prestazioni sensoriali, regalandoci dei veri e propri supporti emotivi. Secondo una recente ricerca di Ericsson, **il 56% dei consumatori si aspetta di essere in grado di sperimentare digitalmente tutti gli odori dei film entro il 2030 e il 47%, invece, desidera che i data base sugli odori possano diventare disponibili per tutte le aziende**, in modo da poter divulgare nuovi e interessanti aromi dal punto di vista commerciale.

Casswell-Massey, storica azienda americana di profumi e prodotti per la persona, ha affermato che è intenzionata ad offrire un elenco open source delle sue formule di profumo, mettendole pubblicamente a disposizione. **Questo ci fa capire quanto stia diventando importante allineare il profumo all'innovazione tecnologica in ogni settore commerciale e quanto questo aspetto si stia rivelando un'area strategica di crescita globale.**



Unsplash © Drew Dizzy Graham

Unsplash © Jc-media

AMBIENTI MULTISENSORIALI

Il profumo come strumento
terapeutico e didattico



BAIUNITED.COM

© BAI UNITED 2023



© Bravemind VR Exposure Therapy



Pexels © Matthew Schwartz



Pexels © AndreaP Iacquadro

L'umanizzazione della robotica attraverso un odore familiare potrà arrivare a rendere più agevole l'accettazione di alcuni processi tecnologici all'interno della nostra società. Alla conferenza del Web Tech Summit, il CEO di Zoom Eric Yuan, ha affermato di aspettarsi che le riunioni video diventino presto abilitate per l'intelligenza artificiale, con lo scopo di creare ambienti multisensoriali, che consentano agli utenti di annusare l'odore di caffè che si sta consumando durante una Call o addirittura di respirare la fragranza indossata in quel preciso momento da uno dei partecipanti; incredibile ma possibile.

Passando concretamente all'aspetto terapeutico dei profumi, il software Bravemind VR Exposure Therapy aiuta i militari americani a superare lo stress post traumatico. I pazienti vengono immersi gradualmente in ambienti virtuali anche attraverso profili olfattivi, come la polvere da sparo, l'odore corporeo e la vegetazione localizzata; questo permette di affrontare in maniera controllata e realistica i ricordi traumatici, per essere meglio assistiti nel processo di riabilitazione.

Il profumo, inoltre, sta diventando un punto focale anche per l'istruzione, con scuole che lo usano per migliorare l'apprendimento degli studenti. Natalia Kucirkova, specialista in educazione dei bambini in Norvegia e nel Regno Unito, utilizza libri olfattivi con una speciale applicazione per grattare e annusare, che consente agli studenti di utilizzare l'aroma per imparare meglio nuove parole. L'introduzione del profumo come strumento utile all'interno dell'istruzione

aumenterà le connessioni dei giovani consumatori con il profumo, elevandone ulteriormente l'importanza. Il profumo, quindi, si troverà ad interagire con aree della nostra vita inaspettate come l'istruzione e la cultura personale. A questo proposito non possiamo non citare il progetto Odeuropa; guidato da un gruppo multidisciplinare di studiosi provenienti da 6 paesi europei, ha lo scopo di ricercare e ricostruire i profumi perduti della storia europea. Le informazioni saranno catalogate in una enciclopedia online, che racconterà la storia in un modo nuovo e cioè anche attraverso gli odori.

Il mondo delle fragranze, dunque, si sta fortemente evolvendo, modificandosi profondamente rispetto a come lo abbiamo conosciuto e vissuto fino ad oggi. La sua narrazione, tradizionalmente basata sul concetto di prodotto "accessorio", si appresta a varcare nuove frontiere, con prospettive inedite e interconnesse a nuove specializzazioni.

A breve pubblicheremo la **seconda parte** di questo report, che scenderà più nello specifico, per avere un quadro completo di questa importante trasformazione in atto.

Laura Bresciani
Trend Forecasting Manager

l.bresciani@baiunited.com

