Mer 18 Mag, 2016

GIAPPONE: IN CRESCITA IL MERCATO DEI “COSMECEUTICI”

I consumatori giapponesi appaiono essere sempre più interessati ad acquistare prodotti cosmetici che permettono loro di **risparmiare tempo**, sono più efficaci e che non servono solamente a migliorare l’aspetto.

I ‘’cosmeceutici”, ossia i cosmetici con proprietà farmaceutiche, costituiscono **un mercato in crescita a livello globale**. La loro promozione si basa sul fatto che essi offrono ai consumatori la possibilità di ottenere contemporaneamente dei benefici sia dal punto di vista della salute che della bellezza.

I funzionari della FDA (Food and Drug Administration) statunitense, tuttavia, affermano che mentre i farmaci sono soggetti ad un processo di revisione e approvazione da parte della FDA, i cosmetici non sono da essa approvati prima della vendita. Se un prodotto ha proprietà farmacologiche, deve essere approvato come farmaco.

Tra i principali protagonisti di tale mercato in Giappone possiamo menzionare i brand Dr.Ci:Labo, che nell'anno finanziario 2013 ha coperto **il 38% del mercato dei cosmeceutici del Paese** e si concentra sulla cura della pelle tramite un gel al collagene, e Shiseido, una delle principali case cosmetiche a livello mondiale, che propone anche una linea di cosmeceutici commercializzata esclusivamente in Giappone col marchio "**Navision**".

Anche se può sembrare un paradosso, se da un lato in Giappone si nota una crescita della domanda di prodotti cosmetici "naturali", dall'altro si verifica anche un aumento di prodotti la cui commercializzazione punta agli **aspetti medici o scientifici e basati quindi sulla tecnologia**.

Fonte: ufficio ICE TOKYO

Stampa in PDF

PDF

Ultima modifica

Mer 21 Dic, 2022

Condividi

Reti Sociali