

NYLOCAL

SAMPLE BEAUTY REPORT

F | W 2013



SAMPLE BEAUTY REPORT

F | W 2013

Nossa inspiraçaõ vem sempre das ruas de NY com base no que vivemos no nosso dia a dia.

Para o outono/inverno escolhemos as ruas do bairro de Chelsea conhecido pelas suas galerias de arte.

A vibe urbana industrial do bairro com suas ruas de paralelepípedos e concreto aparente se misturam com o verde e o ferro dos trilhos de trem do parque suspenso High Line. Os new yorkers que frequentam o bairro tem uma estética clean, moderna e sofisticada representada por tons neutros, pele sem cor, mas com lábios e unhas em cores dramáticas. Estas cores servem de base para nossa cartela neste Sample Report com destaque para o tom de vinho (*oxblood*) nos batons e esmaltes.

Enjoy!



INSPIRATION

1. MOOD

2. COLOR

3. KEY ITEMS



MOOD

CHELSEA WAY OF LIFE

OXBLOOD

URBANO ; STREET LIFE

GALERIAS DE ARTE

INVERNO SOCIAL E CULTURAL

MINIMAL



COLORS

OXBLOOD

CINZA QUENTE

TONS FECHADOS

CITY COLORS

CONCRETE @ GALLERY

PARALELEPÍPEDO @ CHELSEA

DRAMA NAS CORES E NOS DETALHES



KEY ITEMS

SMOKEY EYES

PALE COMPLEXION

VERTIGO; UNHAS E BOCAS FORTES

ESMALTE E BATOM NA MESMA COR



Tokaïdo Express
NARS



Beauty Silvered Topaz
TOM FORD



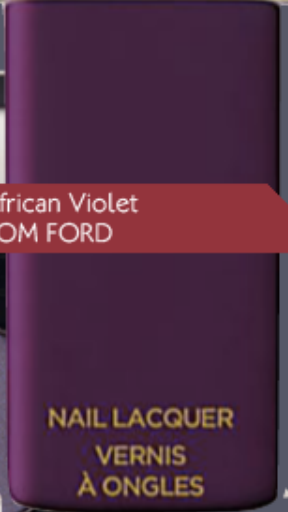
Train Bleu
NARS LIP PENCIL



Taste Temption
MAC



African Violet
TOM FORD

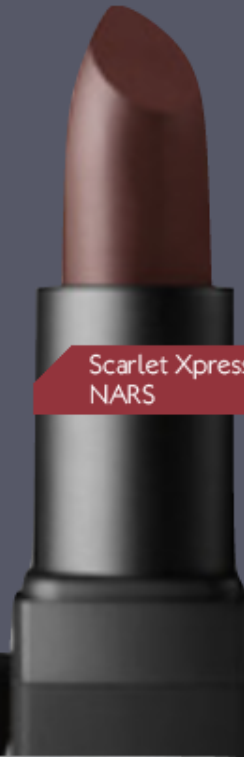


NAIL LACQUER
VERNIS
À ONGLES

Vertigo
CHANEL



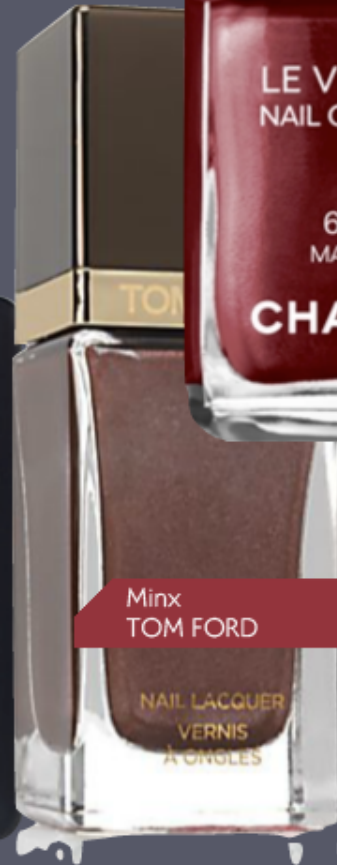
Scarlet Xpress
NARS



Malice
CHANEL



Minx
TOM FORD



Mandchourie
NARS



WHAT'S IN THE STORES

VISUAL MERCHANDISE

PACKAGING

STORE ENVIRONMENT

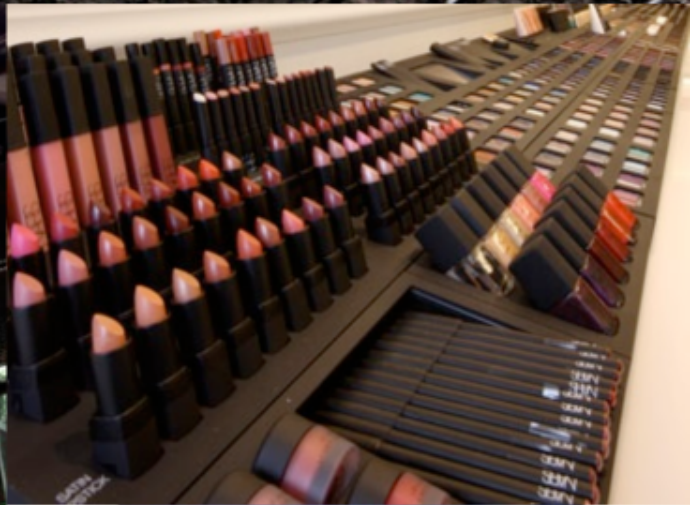




TRYING ON THE GO

BEAUTY BARS

SERVIÇOS DEPARTAMENTALIZADOS



PACKAGING

PACKAGE AS A GIFT

BACK TO THE OLD APOTHECARY LOOK

KEEP IT ALWAYS WITH ME

MINI IS THE NEW BLACK



TRENDS

O CONSUMIDOR HOJE EM DIA NÃO TEM TEMPO PARA PERDER. PRATICIDADE E EFICIÊNCIA SÃO INDISPENSÁVEIS NA HORA DE ESCOLHER UM PRODUTO OU SERVIÇO.

ALÉM DISSO, COM TANTA COMPETIÇÃO NO MERCADO, MIMAR O CLIENTE PASSA A SER FUNDAMENTAL. SEJA PELA AMOSTRA GRÁTIS OU BISCOITINHOS E CHAMPAGNE NA HORA DE EFETUAR O PAGAMENTO, A DIFERENÇA ESTÁ NOS DETALHES. O QUE VALE É ELE SE SENTIR ESPECIAL.

A SEGUIR, NOSSAS 5 APOSTAS DE TENDÊNCIA DE CONSUMO PARA O MERCADO DE BELEZA:

- FUN SIZES
- DRY BAR
- HIGH-TECH BEAUTY
- ART INSPIRED BEAUTY
- BEAUTY TRUCKS

FUN SIZES

THE TRAVEL KIT IS NOT JUST FOR TRAVELING ANYMORE



BELLABOX,
BIRCHBOX,
LACQUEROUS

Degustação de produtos de beleza, fácil e gostoso, por meio dos bite sizes que se tornaram a nova tendência nesse mercado.

Uma proposta inovadora de venda para as mulheres, não apenas pela facilidade de poder ter dentro da bolsa sua maquiagem, mas também seus cremes de rosto, mãos, perfumes, spray de cabelo e muito mais.

Além disso, a consumidora tem o desejo de experimentar os produtos objeto de seu desejo antes de comprá-los.

Websites como Birchbox e Bellabox oferecem um beauty membership e programa de fidelidade onde o consumidor experimenta antes de comprar.



DRY BAR

Dry bars são uma espécie de pequenos salões de beleza que oferecem apenas lavagem e escova. Não existem cortes nem tinturas.

Eles são rápidos, práticos e espalhados por localidades perto de centros comerciais e financeiros. Ideal para aquele intervalo entre uma reunião e outra, horário do almoço ou mesmo antes de sair á noite. Comum servirem champagne e cookies para essas clientes em um ambiente descontraído, mas ao mesmo tempo moderno e sofisticado.

Seguindo essa mesma tendência, começam a aparecer por NY os "braid bars" e os "ponytail bars" que oferecem exclusivamente variações de tranças e rabo de cavalo respectivamente.



DRY BAR
BUMBLE & BUMBLE



HIGH TECH BEAUTY

Traga o consultório do dermatologista à sua casa.

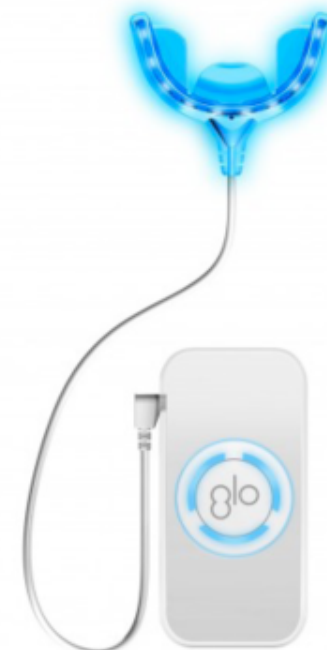
Tratamentos para rugas, depilação a laser e limpeza profunda da pele estão entre os mais populares.

Maquininhas leves, fáceis de manusear e que recarregam na tomada.

Os preços podem chegar até US\$1,000 por aparelho, mas ainda assim são mais em conta que a maioria dos tratamentos estéticos oferecidos.



CLARISONIC
GLO TEETH WHITENING
QUASAR MD
TRIA LASER HAIR REMOVAL



ART INSPIRED BEAUTY

Arte, beleza e moda se misturam criando uma série de produtos que se tornam verdadeiros objetos de desejo.

François Nars criou uma linha de maquiagem inspirada em Andy Warhol. A MAC é uma das pioneiras nestas colaborações com artistas e celebridades se inspirou no look da toda poderosa Carine Roitfeld, ex editora da Vogue francesa. Seus olhos esfumados e batons neutros são sua marca registrada e refletem a mensagem de provocante e sexy pela qual a MAC é conhecida.

Até mesmo a Kiehl's, tradicional marca de cremes e conhecida por sua estética simples e neutra, se rendeu à tendência e pescou o artista Kenny Sharf para criar suas embalagens de final de ano.



NARS X ANDY WARHOL
MAC X CARINE ROITFELD,
NARS X THAKOON



BEAUTY TRUCKS

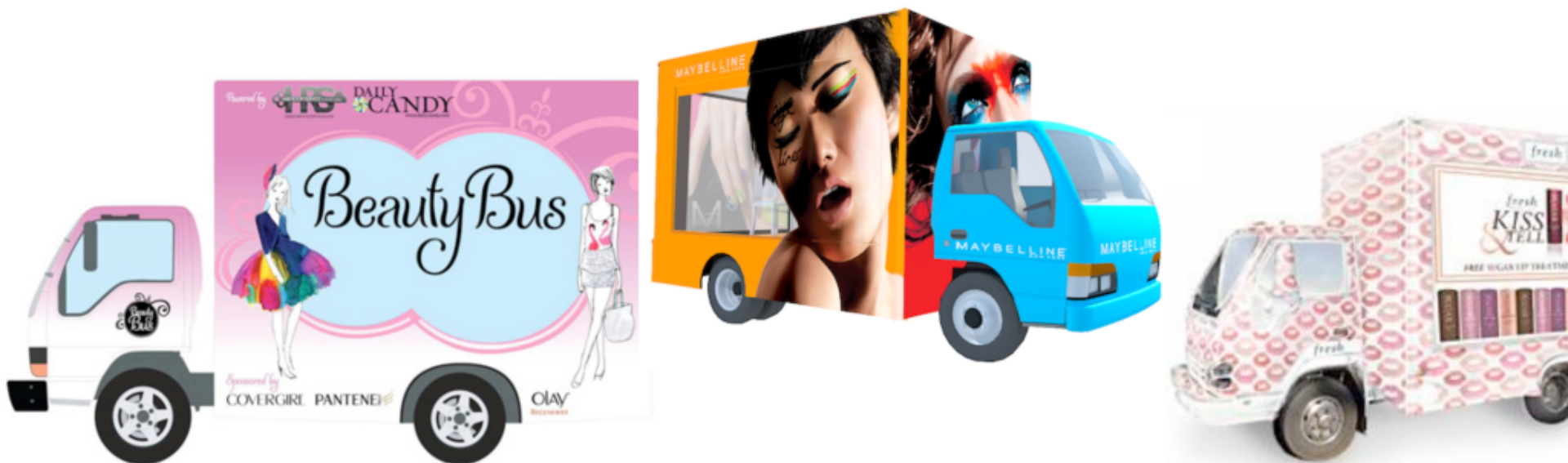
Da mesma forma que os food trucks se popularizaram em NY, os beauty trucks seguem esse caminho.

Seja para promover um novo produto, seja para oferecer depilação e maquiagem, a idéia é captar esse consumidor on the go.

Para saber sua localização, basta seguir sua marca favorita pelas mídias sociais com Twitter.



FRESH
LIVING PROOF
MAYBELLINE



An aerial night view of a city skyline, likely New York City, with illuminated buildings and streets. A red rectangular box is positioned in the upper left quadrant, containing the text 'NYL'.

NYL

NYLocal é uma agência de lifestyle em Nova York que oferece pesquisa de tendência e workshops nas áreas de moda, beleza, decoração, gastronomia e arquitetura com a finalidade de inovar, expandir ou desenvolver o seu negócio.

Nossos relatórios identificam a tendência da estação com mood & colors, sugestões de embalagens, display de mercadoria nas lojas, perfil do consumidor, vídeos exclusivos com profissionais da área e, principalmente, nossas apostas para produtos e serviços com as últimas novidades do mercado.



NYL TEAM

Cristiane Peixoto

Carioca, mora em NY desde 98, formada em Comunicação Visual pela PUC-RJ, seguiu o caminho da moda se especializando em desenvolvimento de produto, tecelagem e vitrines e pesquisa de tendências. Trabalhou em empresas como Blue Man, Multifábrica & Nova America Tecelagem, Richards, GAP e Whitaker. Atualmente faz consultoria para HStern Home e contribui para a revista online IS Fashion Mag.

Vanessa Fried

Curitibana, publicitária e em NY há mais de 20 anos onde estudou filme e produção na NYU. Trabalhou 7 anos na agência Grey Advertising em contas como Pantene e Cover Girl. Na Whitaker foi consultora de visual merchandising e implementou a segmentação do consumidor por lifestyle para empresas como Renner (Brasil), Wal-Mart (Australia) e Esprit (Europa). Escreve com Cristiane Peixoto e Paula Duailibi o blog sobre tendências em NY no jornal O Estado de São Paulo - blogs.estadao.com.br/ny-local/

Paula Duailibi

Paulista, formada em Direito pela Universidade Mackenzie e com mestrado pela London School of Economics and Political Science. Trabalhou 8 anos como advogada em São Paulo, Rio de Janeiro e Londres.

Mora em NY desde 2006, escreve o Blog NY With Kids, www.nywkids.com e colabora com as últimas novidades de NY para revistas como Vogue Kids e Harper's Bazaar.



NYLOCAL

WWW.NEW-YORK-LOCAL.COM

CONTATO@NEW-YORK-LOCAL.COM