

NUOVI CANALI DISTRIBUTIVI PER LA COSMETICA IN ITALIA

FOCUS COSMETICI GREEN



Documento redatto per:

BOLOGNA, 17 Marzo 2018



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

Istituto Piepoli S.p.A.

20129 Milano Via Benvenuto Cellini, 2/A t. +39 02 5412 3098 f. +39 02 5455 493

00186 Roma Via di Ripetta, 39 t. +39 06 3211 0003 f. +39 06 3600 0917

www.istitutopiepoli.it istituto@istitutopiepoli.it P.IVA: 03779980964 REA 1701566



OBIETTIVI DELLA RICERCA

Cosmetica Italiana ha commissionato a Istituto Piepoli un'indagine di mercato volta a comprendere l'evoluzione dei canali distributivi dei cosmetici in Italia. Più in dettaglio si prevede l'esplorazione delle seguenti aree:

Ricostruzione dello scenario attuale in termini di comportamenti e abitudini di acquisto di cosmetici

Scenario evolutivo dei canali distributivi nei prodotti cosmetici

L'e-commerce nel settore cosmetico

e inoltre:

Focus sulle abitudini di acquisto dei cosmetici green

L'indagine è stata realizzata attraverso



**2.010 interviste CATI/CAWI a campione
rappresentativo della popolazione italiana**

L'indagine è stata svolta nel mese di febbraio 2018.

GENERE



MASCHI

47%



FEMMINE

53%

ETÁ



15-24 anni

12%



25-44 anni

31%



45-64 anni

32%



65 anni e oltre

25%

AREA GEOGRAFICA



NORD OVEST

27%



NORD EST

19%



CENTRO

20%



SUD E ISOLE

34%

AMPIEZZA CENTRI

Fino a 30.000 abitanti



55%

30.000-100.000 abitanti



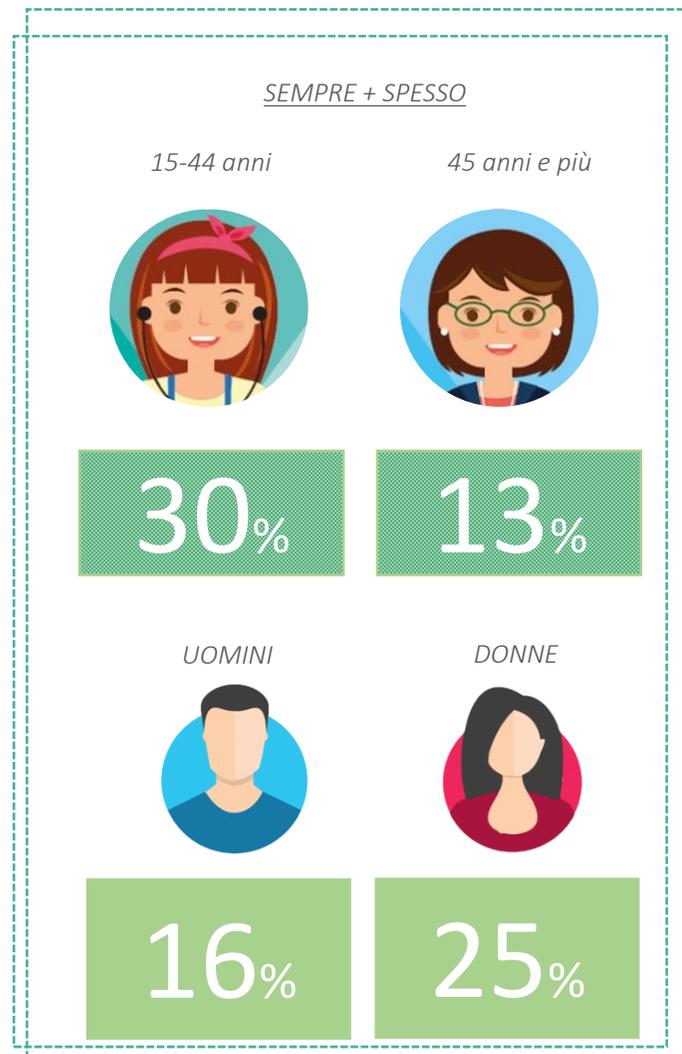
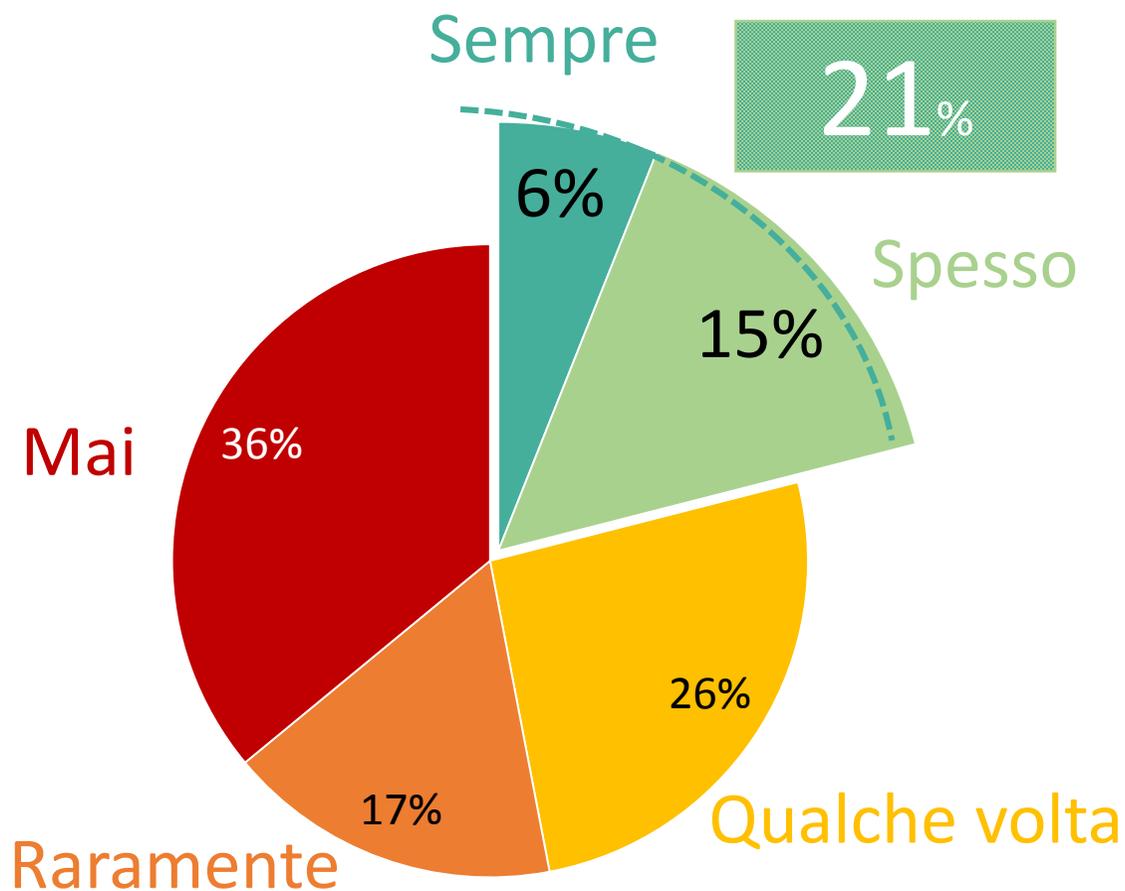
21%

Oltre 100.000 abitanti



24%

FREQUENZA DI ACQUISTO

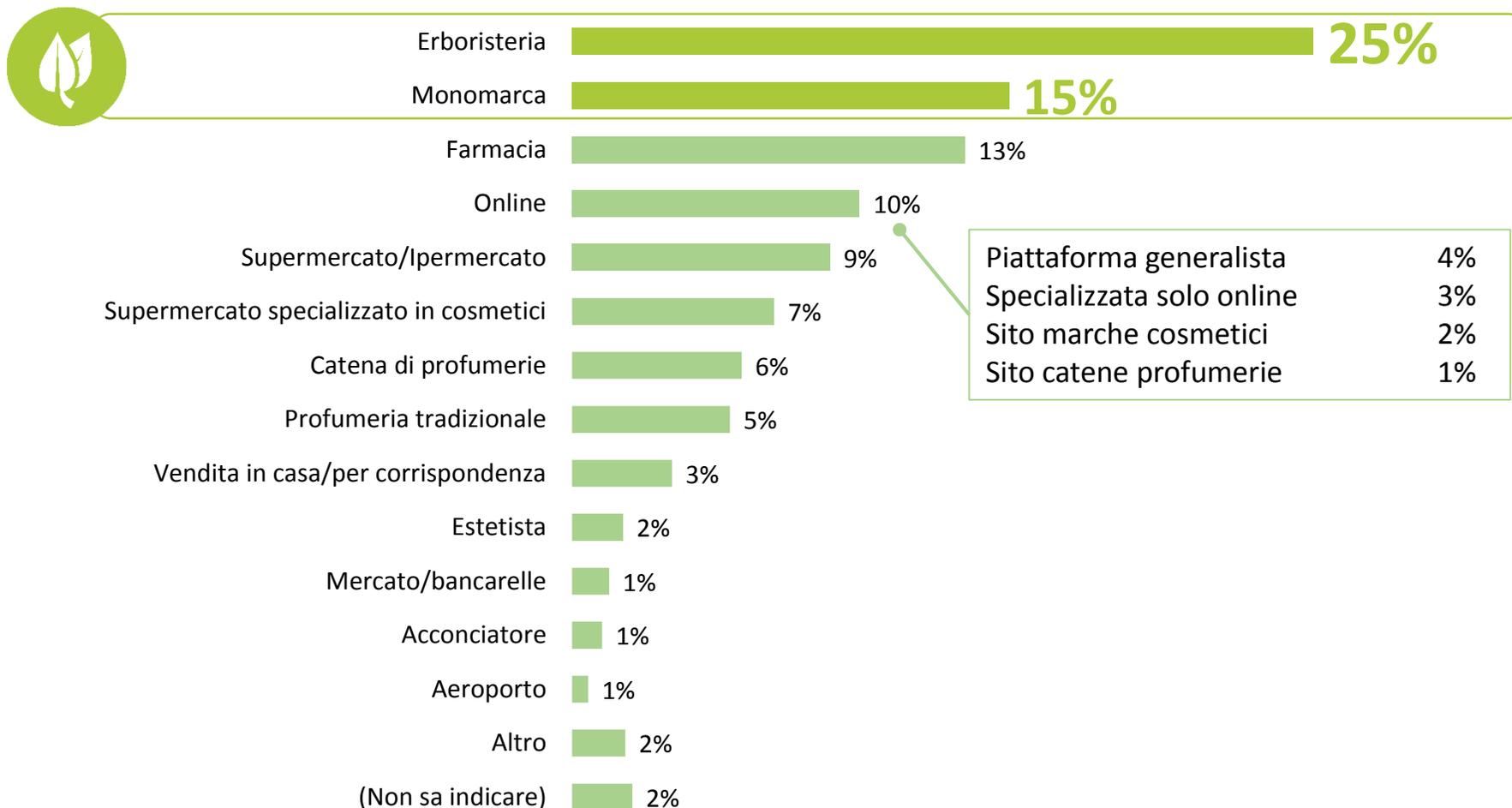


• Con quale frequenza le capita di acquistare cosmetici naturali, ossia cosmetici a base di sostanze vegetali?

Base dati: totale campione (n=2010)

PRINCIPALI CANALI DI ACQUISTO

- 1° indicazione -

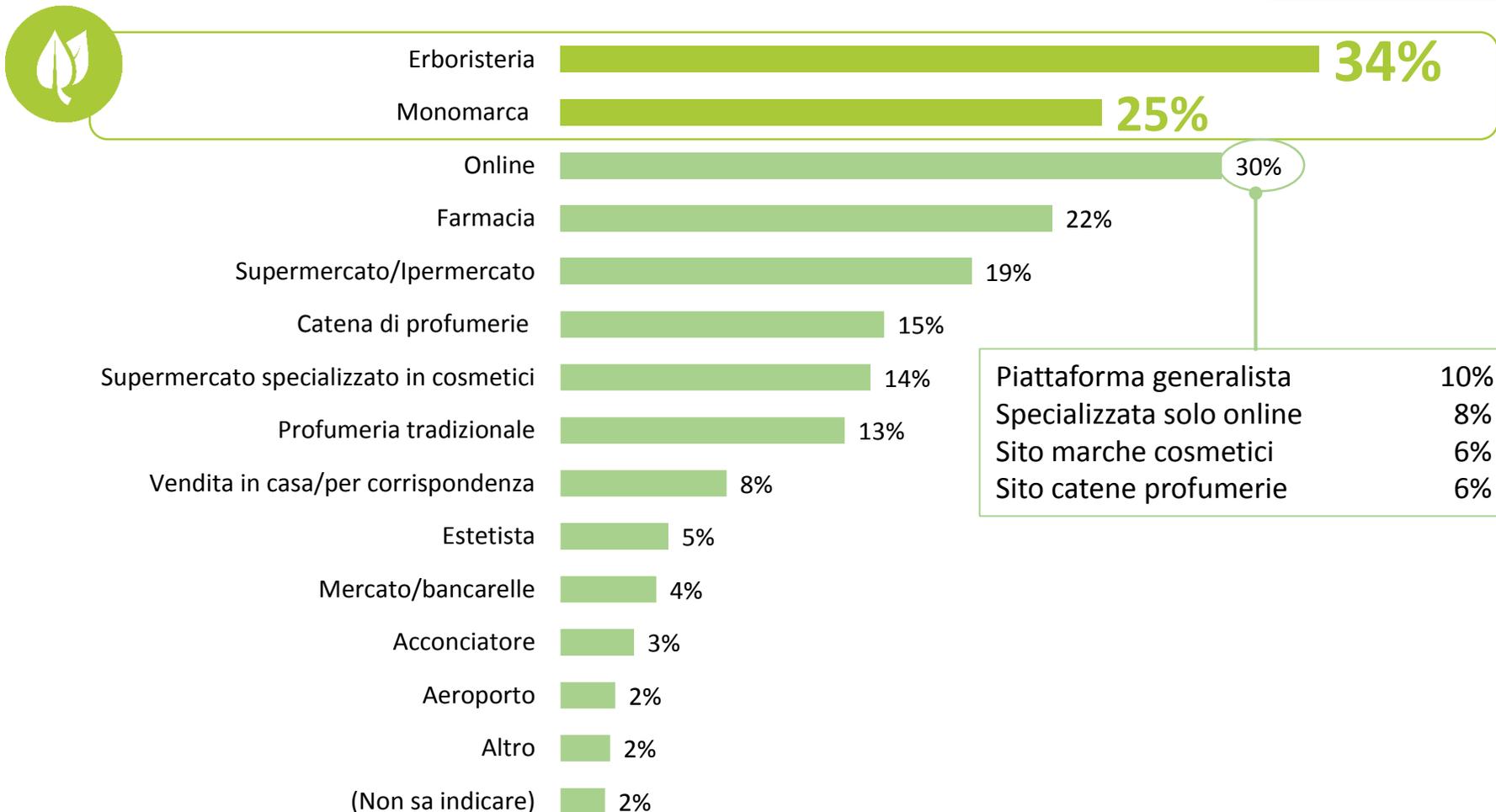


• Dove acquisti di solito cosmetici naturali?

Base dati: acquirenti di prodotti green (n=1289)

PRINCIPALI CANALI DI ACQUISTO

- totale citazioni -



• Dove acquista di solito cosmetici naturali?

Base dati: acquirenti di prodotti green (n=1289)

IL PROFILO DELLA CLIENTELA

- per canale principale di acquisto -



	 UOMO	 DONNA	 15-24 ANNI	 25-44 ANNI	 45-64 ANNI	 65 ANNI e più
Erboristeria	21%	27%	17%	22%	28%	32%
Monomarca	13%	16%	18%	16%	14%	9%
Farmacia	12%	14%	13%	11%	15%	14%
Online	10%	9%	11%	17%	3%	4%
Supermercato specializzato in cosmetici	7%	7%	9%	7%	6%	5%
Supermercato/Ipermercato	13%	6%	9%	6%	10%	11%
Catena di profumerie	6%	5%	6%	6%	6%	5%
Profumerie	8%	4%	5%	4%	5%	8%
Altri canali	10%	12%	12%	11%	13%	12%

PRINCIPALI CANALI DI ACQUISTO: CONFRONTI

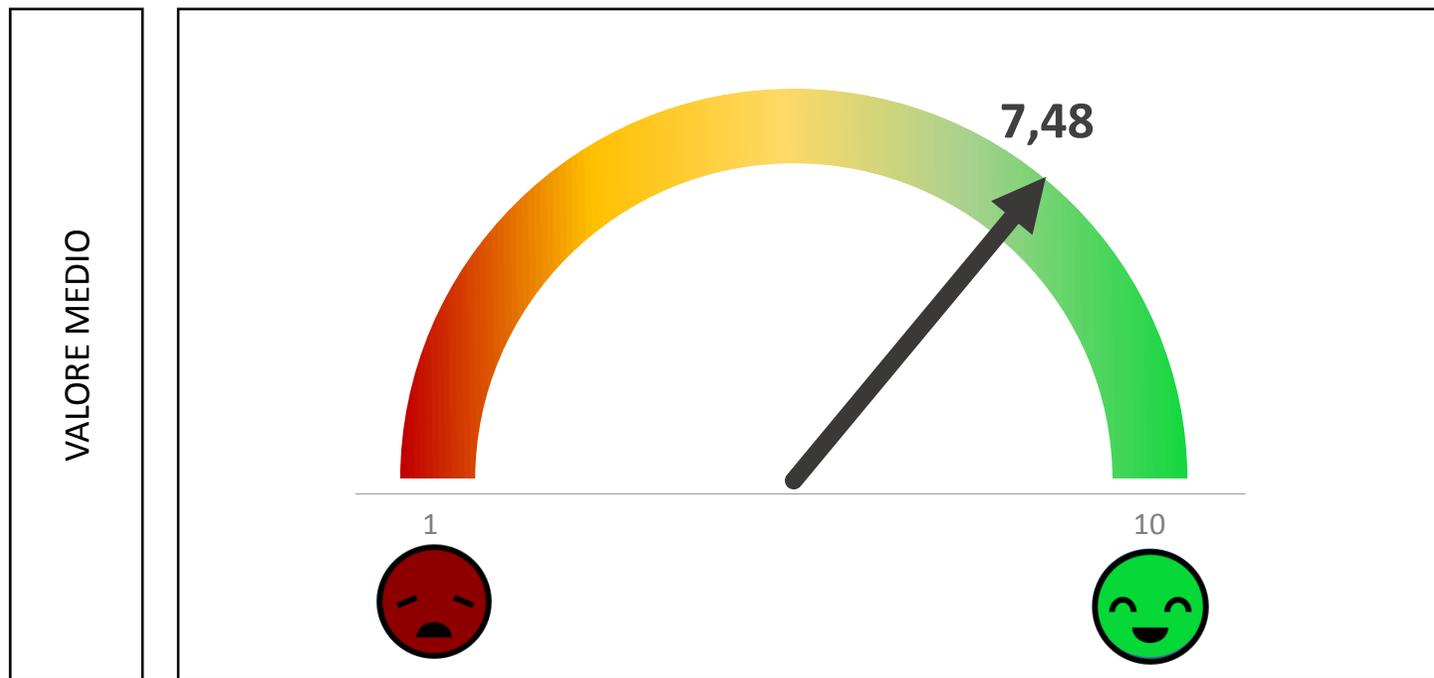
	COSMETICI NATURALI GREEN 	PRODOTTI PER LA DETERSIONE E LA CURA DELLA PELLE DEL VISO 	PRODOTTI PER L'IGIENE DEL CORPO 	PRODOTTI PER IL CORPO 	PRODOTTI COSMETICI VISO 	PRODOTTI COSMETICI DA UOMO 	PROFUMI E EAU DE TOILETTE 	PRODOTTI PER I CAPELLI 
Erboristeria	34%	14%	9%	9%	7%	7%	6%	7%
Online	30%	22%	10%	9%	18%	12%	14%	9%
Monomarca	25%	21%	10%	9%	32%	9%	10%	8%
Farmacia	22%	31%	19%	20%	17%	11%	6%	12%
Supermercato	19%	39%	66%	58%	20%	65%	17%	60%
Catene profumerie	15%	25%	13%	15%	32%	13%	34%	11%
Supermercato specializzato	14%	30%	33%	33%	31%	27%	17%	31%
Profumerie tradizionali	13%	24%	11%	16%	25%	18%	46%	11%

- Dove acquisti di solito cosmetici naturali?
- Negli ultimi 12 mesi dove ha acquistato...

Il totale non fa 100 perché sono possibili più risposte.

Base dati: acquirenti prodotti green (n=1289); acquirenti di prodotti per il viso (n=1563); igiene del corpo (n=1971) prodotti per il corpo (n=1761); cosmetici viso (n=858); cosmetici uomo (n=753); profumi e eau de toilette (n=1547) ; prodotti per i capelli (n=1873)

LIVELLO DI SODDISFAZIONE



Insufficiente:
1-5

12%

Sufficiente:
6-7

32%

Ottimo:
8-10

56%

• Quanto è soddisfatta/o nel complesso dei cosmetici naturali che acquista?

Non sa indicare: 4%

Base dati: acquirenti di prodotti green (n=1289)

LIVELLO DI SODDISFAZIONE

- per canale principale di acquisto -



	<i>Insufficiente: 1-5</i>	<i>Sufficiente: 6-7</i>	<i>Ottimo: 8-10</i>	Media
Erboristeria	8%	31%	61%	7,71
Monomarca	13%	32%	55%	7,56
Farmacia	12%	34%	54%	7,59
Online	11%	29%	60%	7,68
Supermercato/Ipermercato	14%	37%	49%	7,59
Supermercato specializzato in cosmetici	13%	32%	55%	7,34
Catena di profumerie	12%	41%	47%	7,22
Totale acquirenti	12%	32%	56%	7,48

• Quanto è soddisfatta/o nel complesso dei cosmetici naturali che acquista?

Non sa indicare: 4%

FOCUS ERBORISTERIA TRADIZIONALE

COSMETICI NATURALI
GREEN



PUNTI DI FORZA

**Maggior assortimento di
cosmetici naturali (48%)**

**Personale competente
per prodotti naturali
(39%)**

**Marche diverse, che non
trovo altrove (23%)**

**Rapporto amicale/di
fiducia (22%)**



PUNTI DI DEBOLEZZA

Poche marche (18%)

**Scarsità di profumi/profumi
poco gradevoli (15%)**

**Scarso assortimento di altri
tipi di cosmetici (11%)**

**Personale poco competente
(5%)**

• Quali sono i punti di forza dell'erboristeria tradizionale rispetto agli altri punti vendita? – Non sa indicare 5%

• E Quali sono i punti di debolezza? – Non sa indicare 44%

GRAZIE DELL'ATTENZIONE!



UFFICIO DI MILANO

20129 Milano Via Benvenuto Cellini, 2/A t. +39 02 5412 3098 f. +39 02 5455 493



UFFICIO DI ROMA

00186 Roma Via di Ripetta, 39 t. +39 06 3211 0003 f. +39 06 3600 0917



ISTITUTO PIEPOLI

www.istitutopiepoli.it | istituto@istitutopiepoli.it | P.IVA: 03779980964 | REA 1701566

