

VERSIONE PUBBLICA



SSS DRUG

(Self Service Specialist Drug)

I comportamenti e le motivazioni di acquisto nei canali specializzati (casa e toeletta) nella vendita di cosmetici

Ottobre 2016

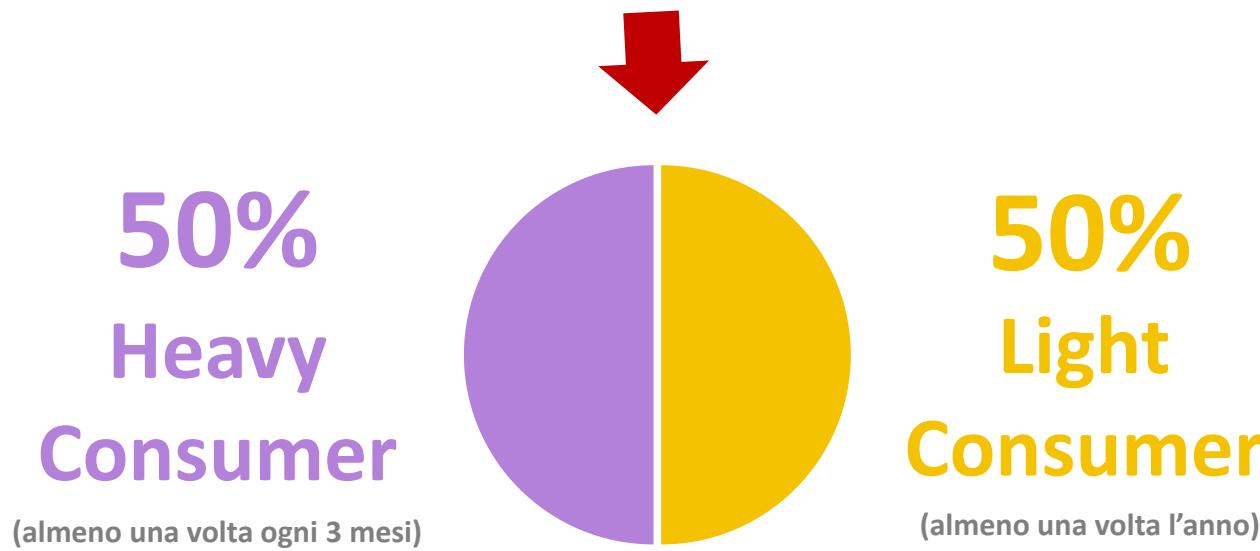


1. CARATTERISTICHE SOCIO-DEMOGRAFICHE

1.500

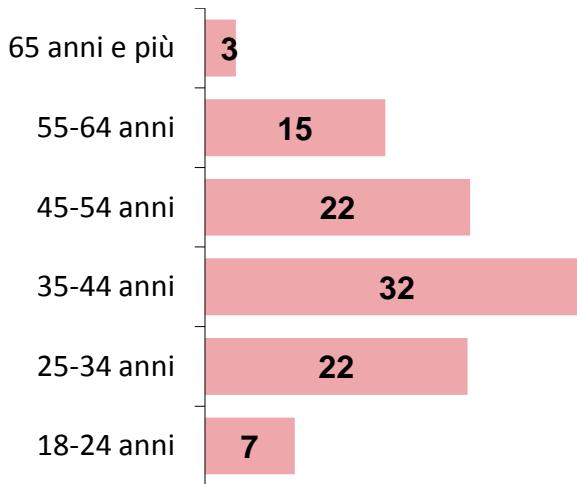
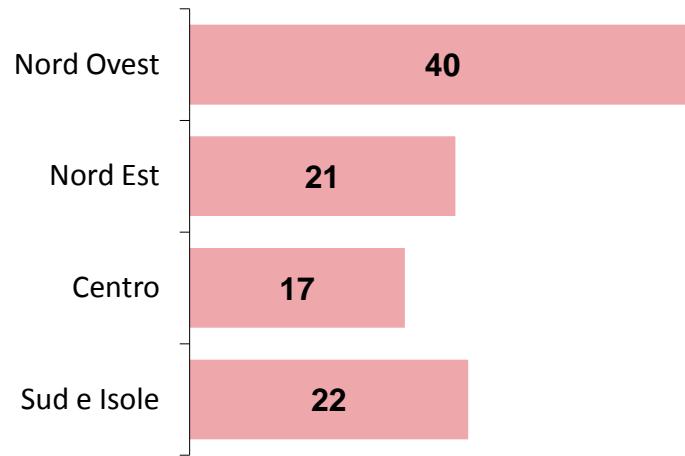
Donne intervistate

acquirenti di prodotti cosmetici presso i
canali specializzati (casa e toeletta)



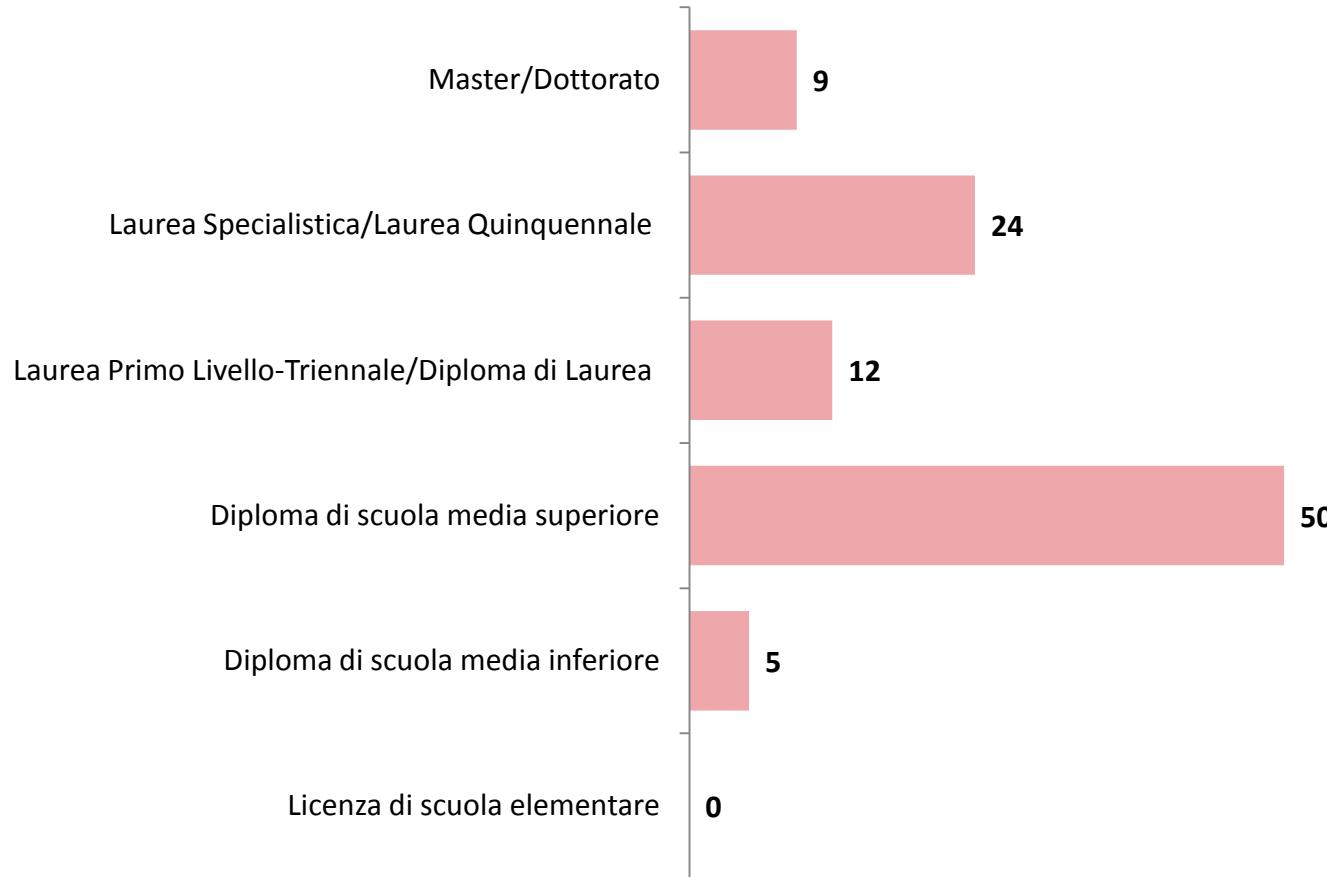
SESSO, AREA GEOGRAFICA ED ETA'

Valori in %



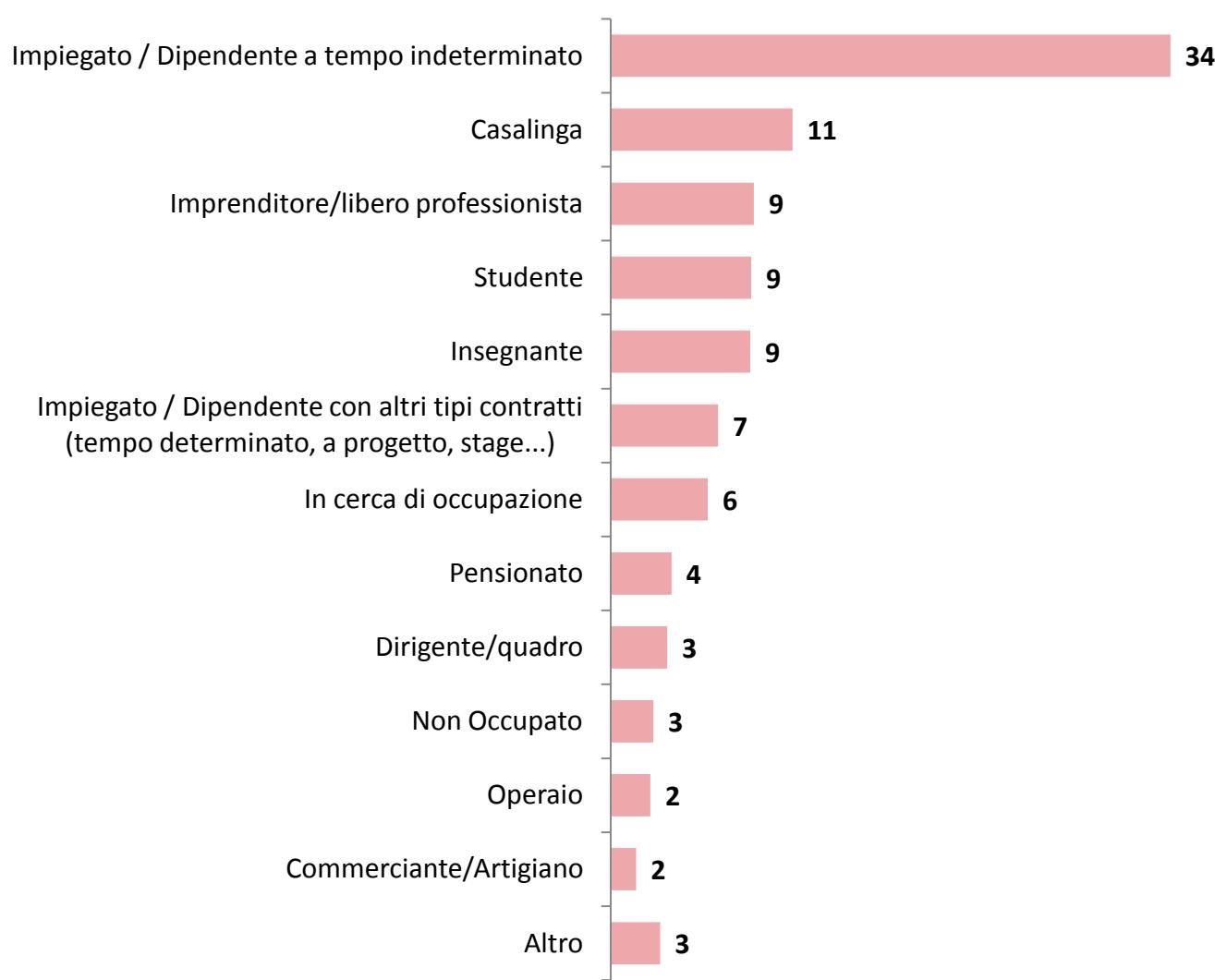
ULTIMO TITOLO DI STUDIO CONSEGUITO

Valori in %



PROFESSIONE

Valori in %



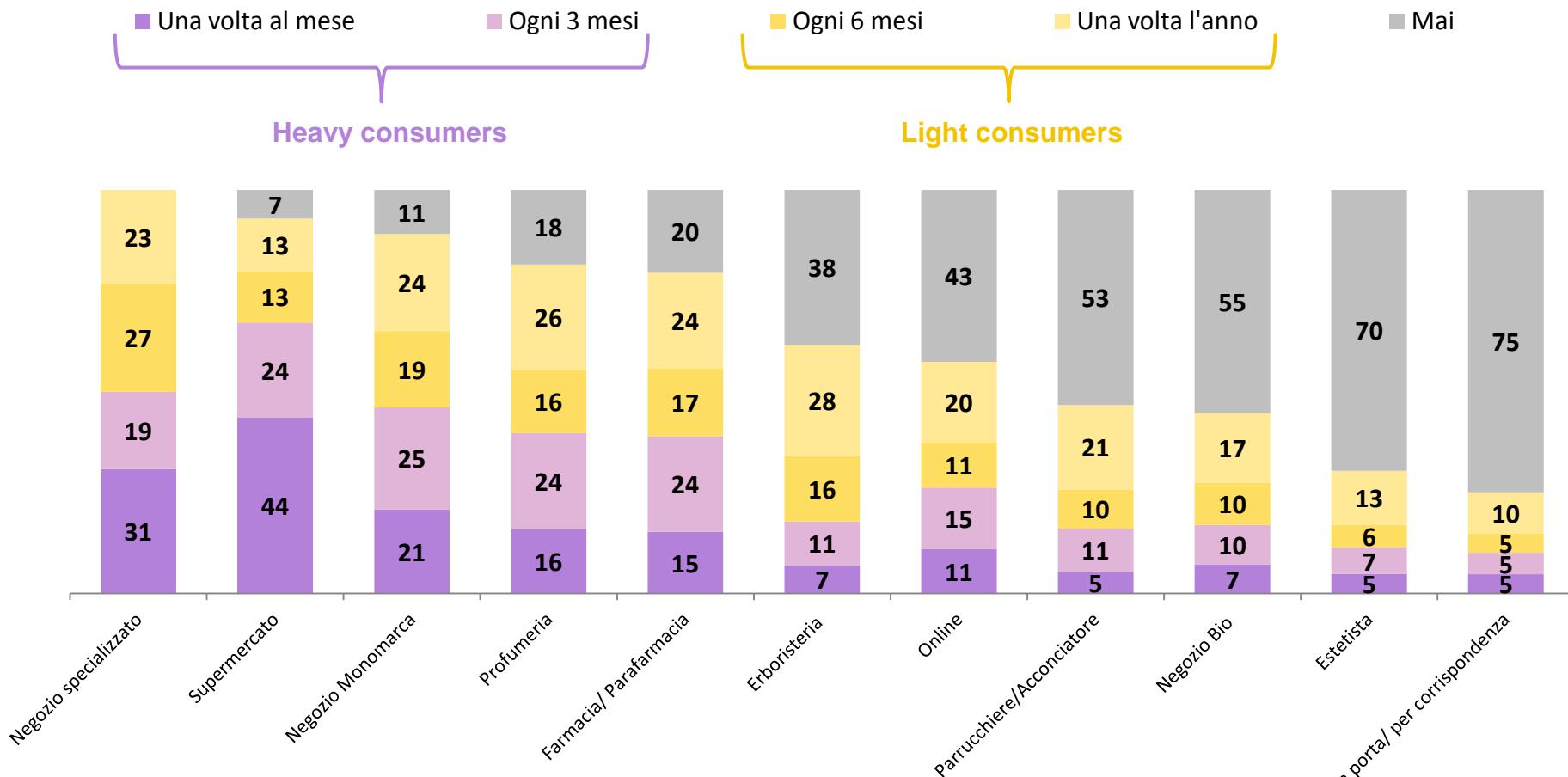


2. LUOGO D'ACQUISTO COSMETICI

LUOGO D'ACQUISTO COSMETICI

Valori in %

Q: Dove acquisti solitamente i prodotti cosmetici e per la cura del corpo?



Le heavy user acquistano soprattutto al supermercato; in seconda istanza al negozio specializzato. le light user comprano pochissimo al supermercato, mentre acquistano nel negozio specializzato, nel monomarca, in erboristeria, in profumeria, in farmacia

MOTIVAZIONI ACQUISTO SPORADICO NEGOZI SPECIALIZZATI

Valori in %

Q: Per quale motivo non acquisti più spesso cosmetici e prodotti di makeup nei negozi specializzati?
BASE: Light Consumers

