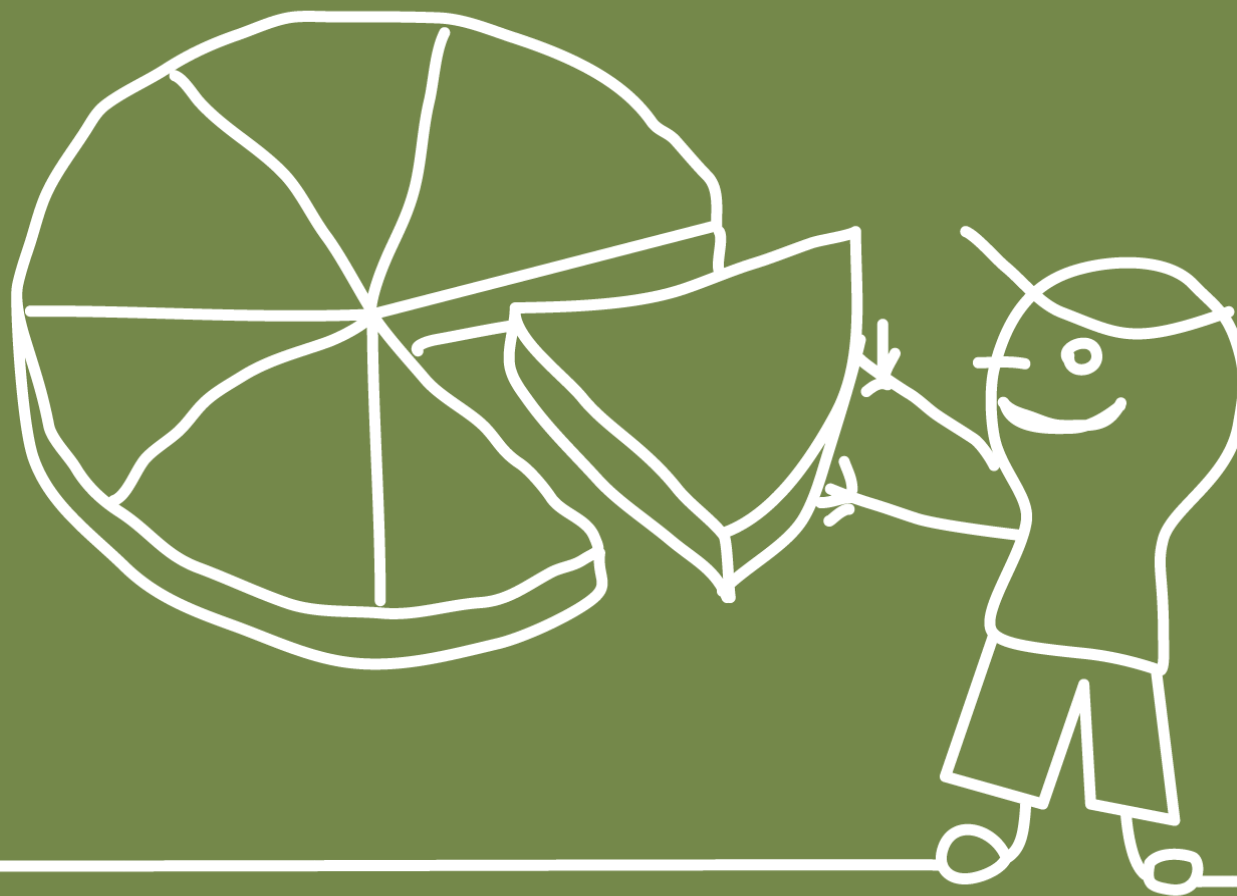


Ricerca su un campione di popolazione acquirente di Prodotti di Cosmetica «any-channel»

## ESTRATTO DELLA RICERCA

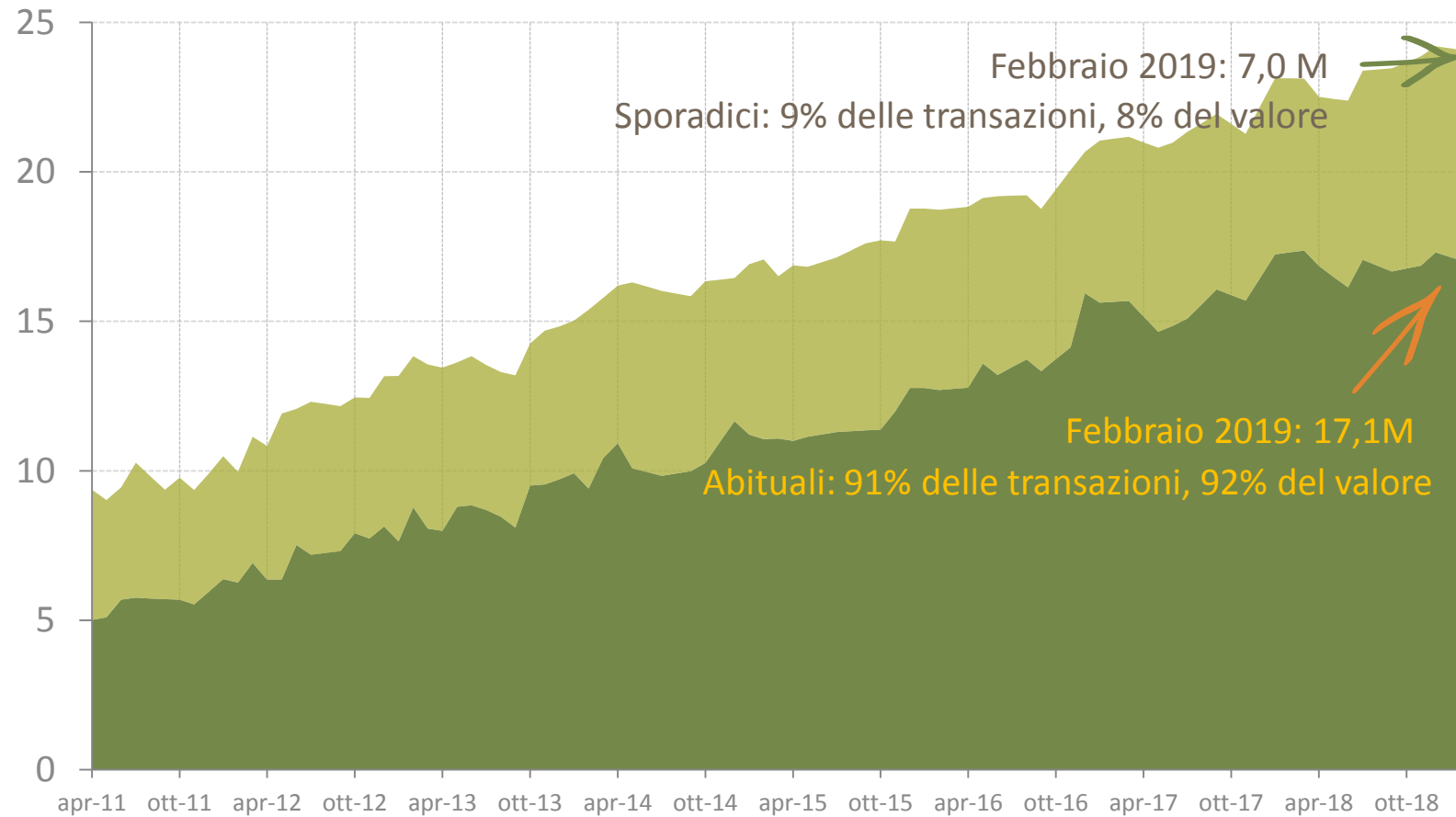
# Analisi degli acquisti online di prodotti di Cosmetica

Marzo 2019



# LE DIMENSIONI DEL FENOMENO

## La diffusione dell'esperienza di acquisto online in Italia



Milioni di acquirenti online nel trimestre, distinti tra sporadici e abituali: nell'ultimo anno gli acquirenti sporadici sono calati mentre sono cresciuti gli acquirenti abituali

### Acquirenti sporadici: 7,0M

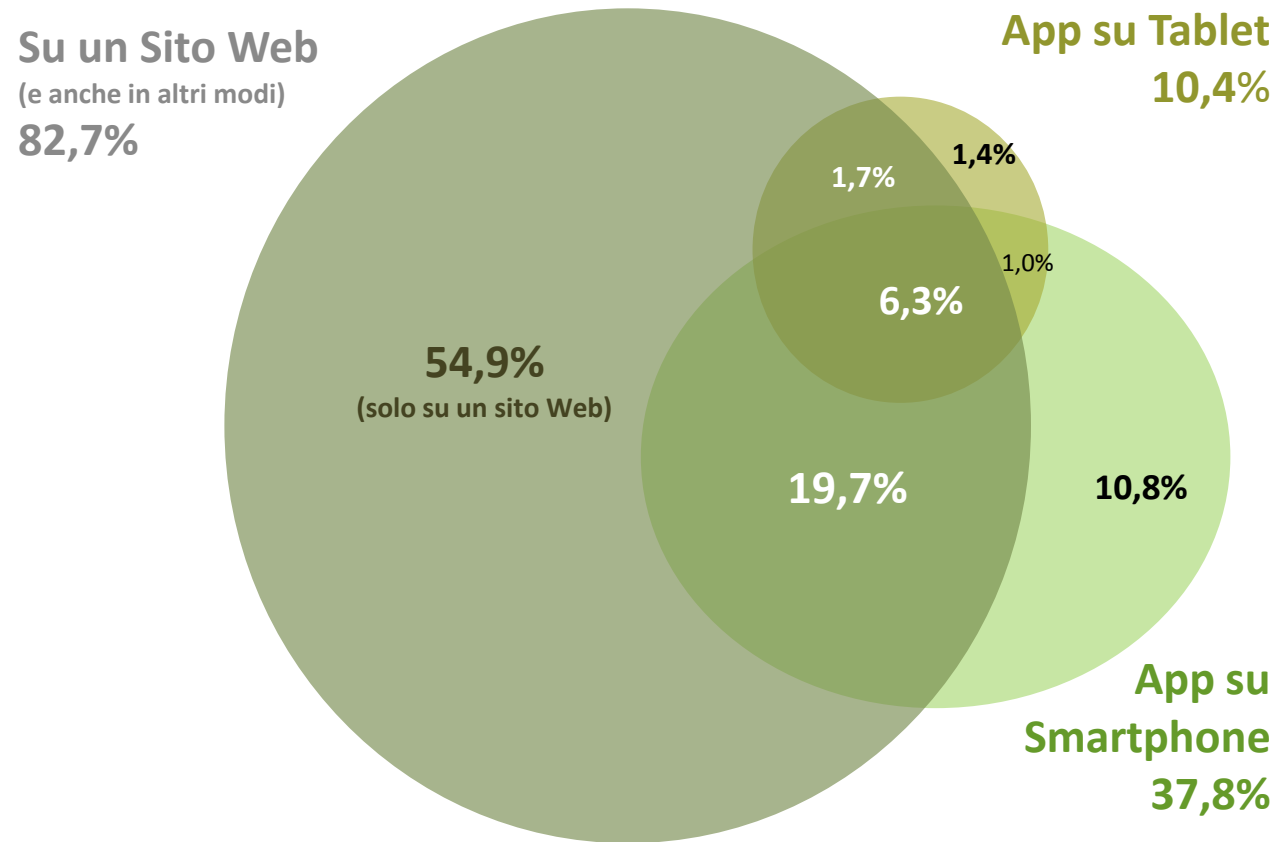
- uno o due acquisti nel trimestre
- effettuano il 9% delle transazioni del trimestre
- scontrino medio inferiore del 12% rispetto a quello degli acquirenti abituali
- generano l'8% del valore totale degli acquisti online

### Acquirenti abituali: 17,1M

- tre o più acquisti nel trimestre
- effettuano il 91% delle transazioni del trimestre
- scontrino medio superiore a del 13% rispetto a quello degli acquirenti sporadici
- generano il 92% del valore totale degli acquisti online

# TRE DEVICE E DUE MODALITÀ DI ACQUISTO

Modalità e dispositivi per l'acquisto online



## Acquirenti sul Web

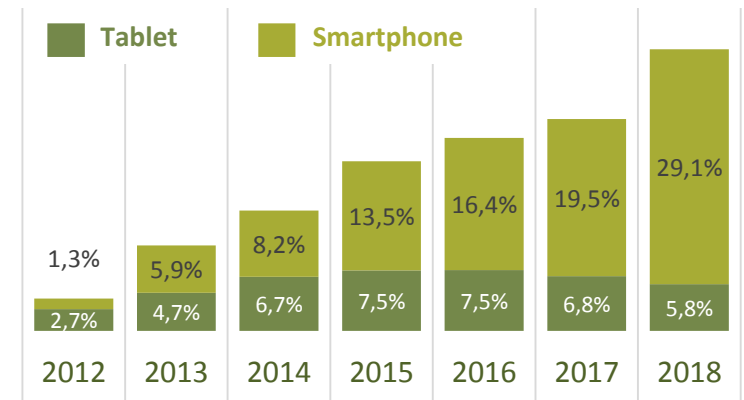
- 19,9 milioni di individui
- Web usato per acquisti di importi più elevati della media

## Acquirenti via App su Smartphone

- 9,1 milioni di individui, più giovani della media, concentrazione di uomini
- acquisti frequenti e frequenti riacquisti

## Acquirenti via App su Tablet

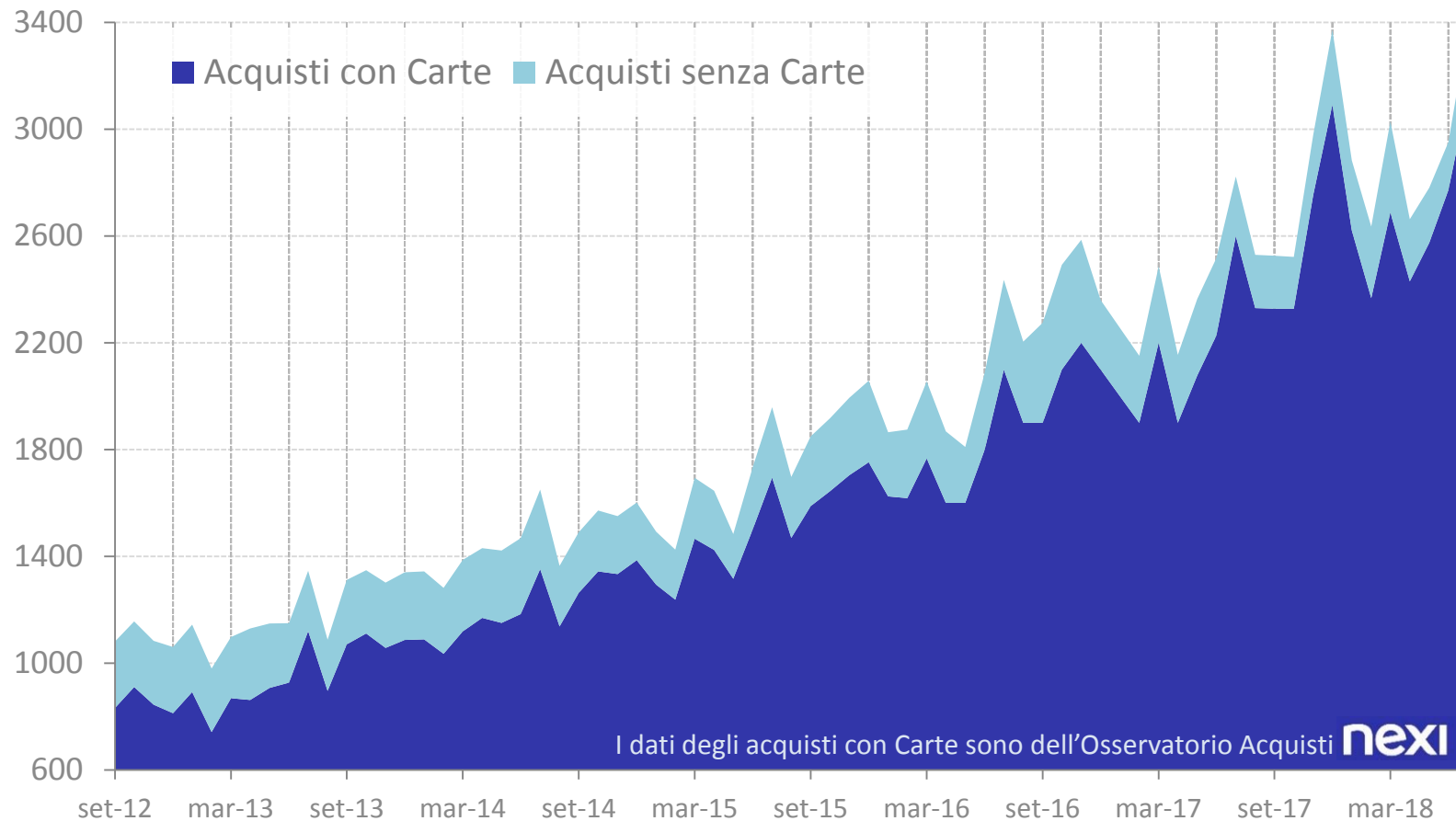
- 2,4 milioni di individui
- frequenza di acquisto inferiore alla media



Incidenza degli ordini effettuati da dispositivo mobile sul totale degli acquisti online

# IL VALORE DEL NET RETAIL

## Volumi delle transazioni originate dagli acquirenti online italiani



Valore mensile (M Euro) degli acquisti online generati dagli acquirenti italiani presso merchant italiani e stranieri

### I dati del 2018

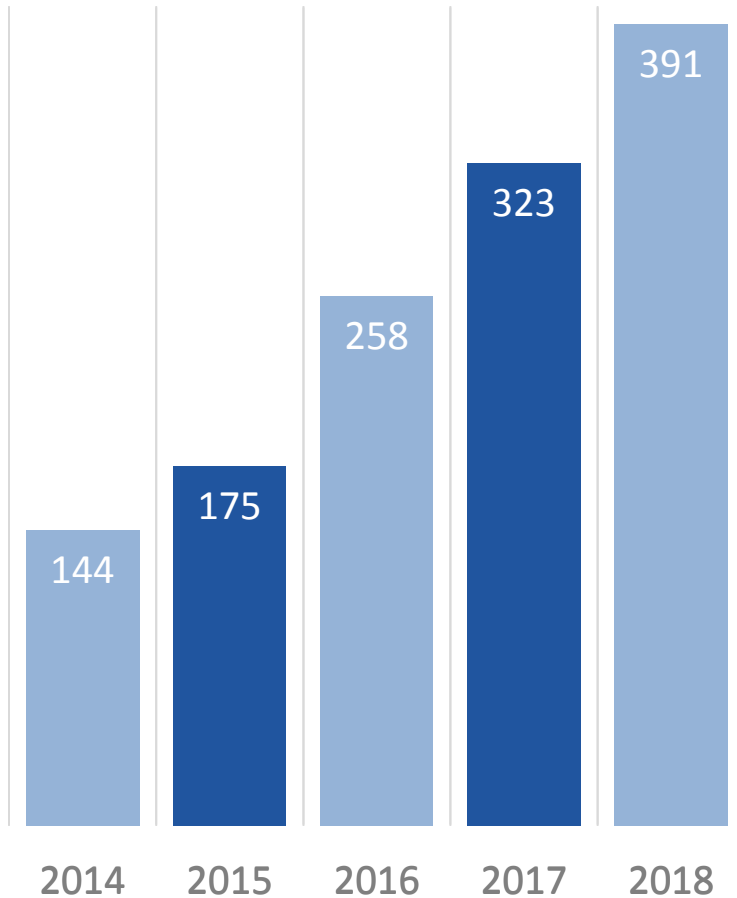
- Oltre 24 milioni di acquirenti online
- Valore 2018 superiore del 21% rispetto ai 30,6 miliardi di Euro del 2017
- Luglio 2018: 3,4 B€ di acquisti online, dei quali 92,4% saldati con Carte
- Gli acquisti di prodotti fisici crescono più di servizi e beni digitali
- Oltre 400 milioni di atti d'acquisto online
- 32% di acquisti da Smartphone

# Gli acquisti online di prodotti cosmetici

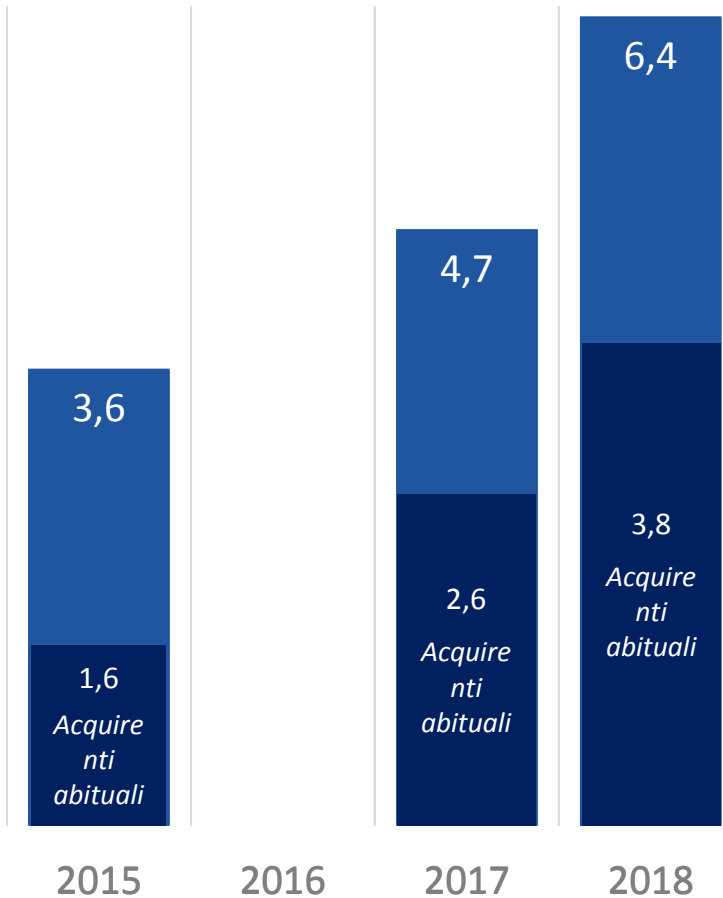
Le dimensioni del fenomeno

# TREND RECENTE DI ACQUIRENTI E ACQUISTI ONLINE DI PRODOTTI DI COSMETICA

Numero di acquirenti e valore degli acquisti online



Milioni di euro di acquisti online di prodotti di cosmetica



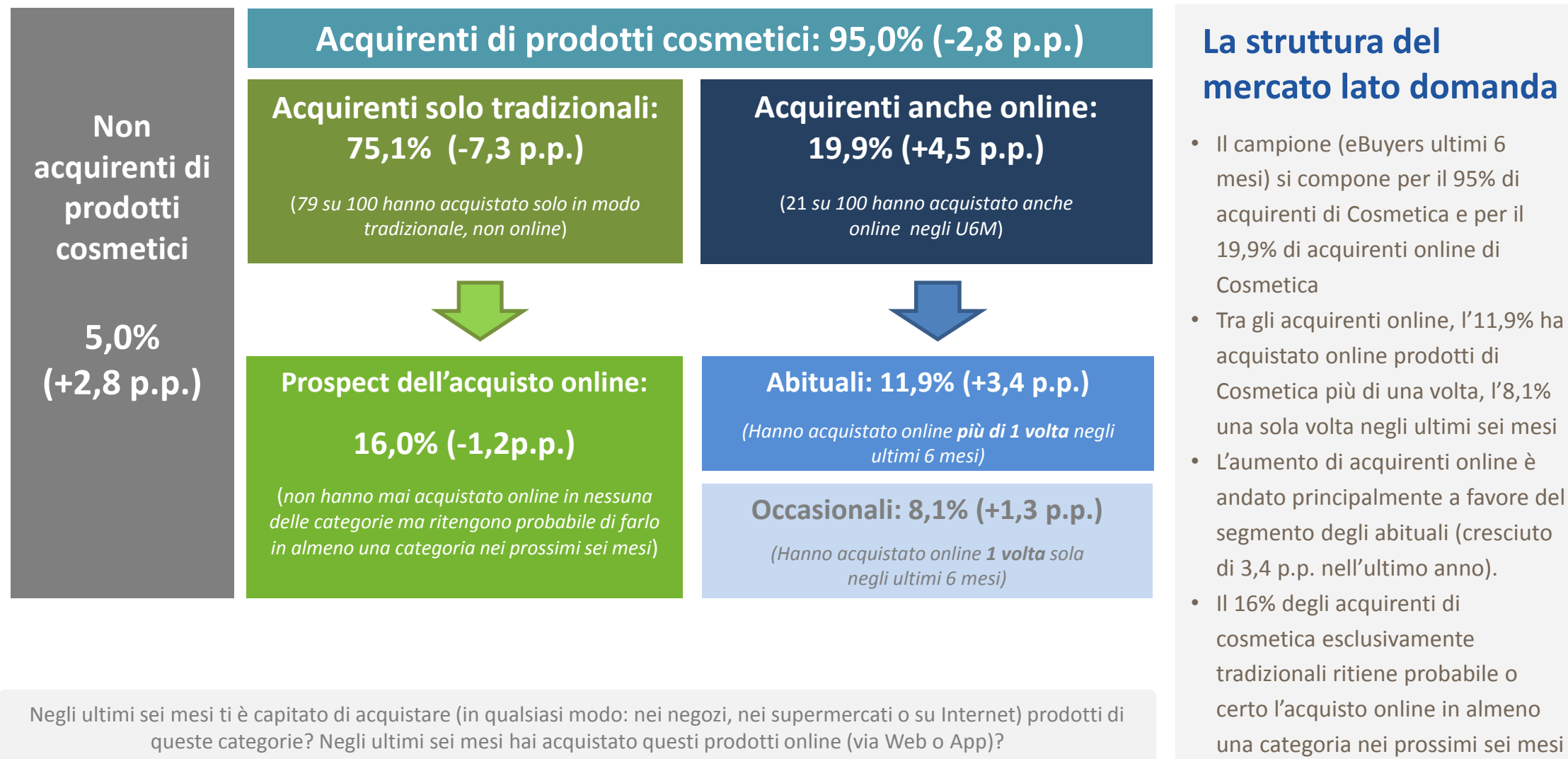
Milioni di acquirenti online di prodotti di cosmetica

## Acquirenti e acquisti

- Il valore degli acquisti online di prodotti di cosmetica cresce del 21% nel 2018 rispetto all'anno precedente, un ritmo superiore a quello dell'intero eCommerce italiano (+18,8% 2018/2017)
- Gli acquirenti online di prodotti di cosmetica sono cresciuti del 36% nell'ultimo anno, raggiungendo i 6,4 milioni di individui, 3,8 milioni dei quali sono acquirenti abituali (ovvero, hanno acquistato più di una volta un prodotto di cosmetica negli ultimi sei mesi)

# L'ACQUISTO DI PRODOTTI DI COSMETICA PER CANALE VS 2015

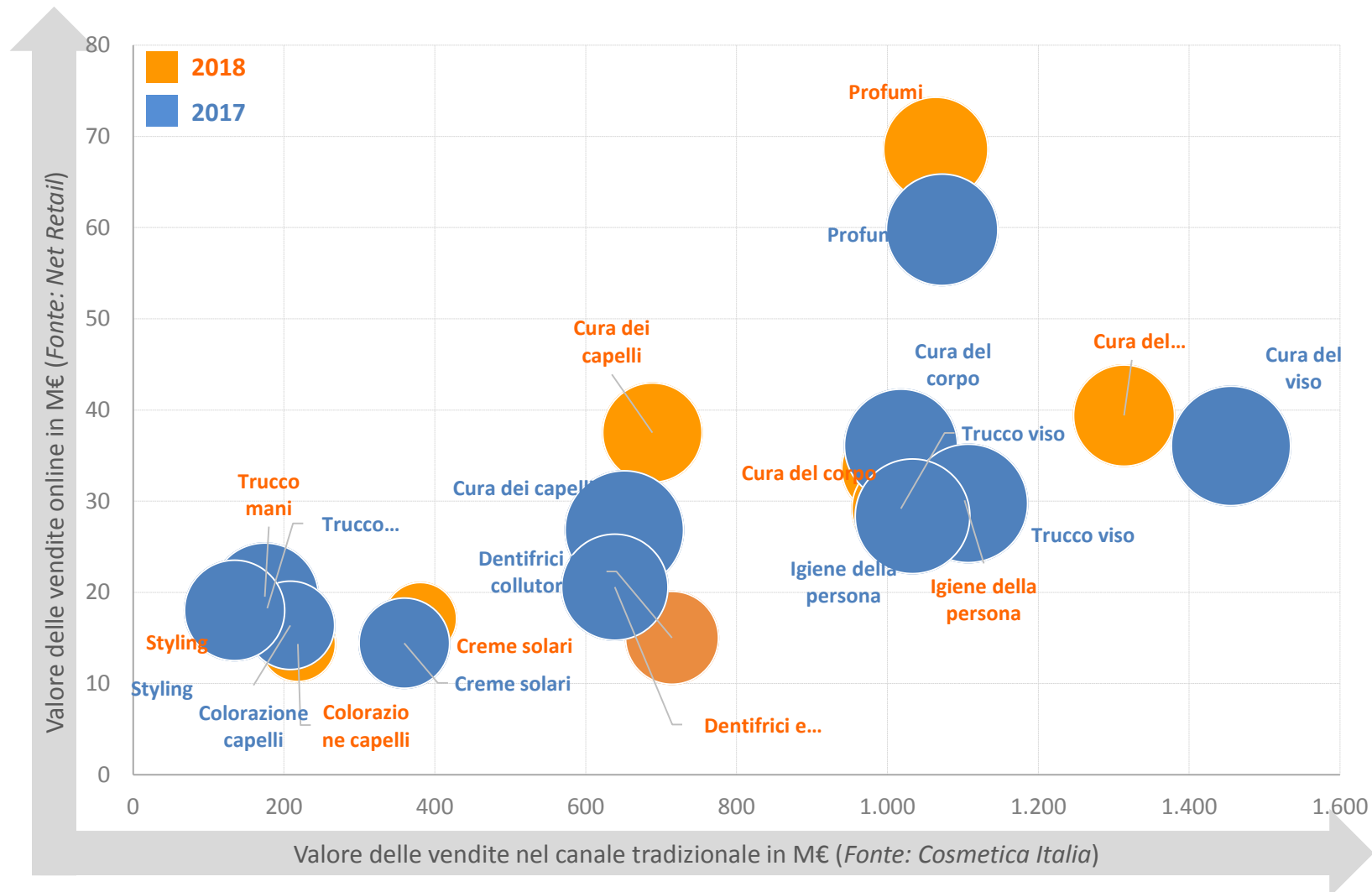
Consumatori e prospect per canale (Online vs. Tradizionale) e variazione in p.p. rispetto al 2015





# L'ACQUISTO DI PRODOTTI DI COSMETICA PER CANALE

Mappa delle categorie per valore delle vendite generato nel canale tradizionale e nell'online



## La multi-canalità dei prodotti di cosmetica

- La mappa rappresenta le undici categorie analizzate nella forma di bolla, la cui **dimensione** è **proporzionale al numero di acquirenti abituali online**
- La coordinata della bolla sull'asse delle **X** rappresenta il **valore delle vendite della categoria nel canale tradizionale**, in milioni di euro, come risulta dall'ultima edizione del Beauty Report di Cosmetica Italia (anno 2018)
- La coordinata della bolla sull'asse delle **Y** rappresenta il **valore delle vendite della categoria nell'online**, in milioni di euro, a seguito delle stime prodotte in questo studio

# LE CARATTERISTICHE DI UN SERVIZIO DI ACQUISTO ONLINE ECCELLENTE

## Risposte aperte classificate - Totale categoria cosmetica

Caratteristiche	var. vs 2017 +/- p.p.	
Prezzo conveniente	27,3%	↓ - 6,0
Ampio catalogo/ Assortimento	15,2%	= - 0,2
Prodotti di qualità	13,6%	= - 1,4
Velocità consegna	13,6%	↑ + 8,6
Chiarezza	6,1%	↓ - 2,9
Sicurezza/ affidabilità	6,1%	↓ - 2,0
Bio/ naturale	4,5%	
Efficienza del sito	4,5%	
Spese di spedizione/ Consegna gratis	4,5%	
Brand	1,5%	
Modalità di pagamento	1,5%	
No test sugli animali	1,5%	

### Il servizio perfetto: convenienza, qualità e velocità

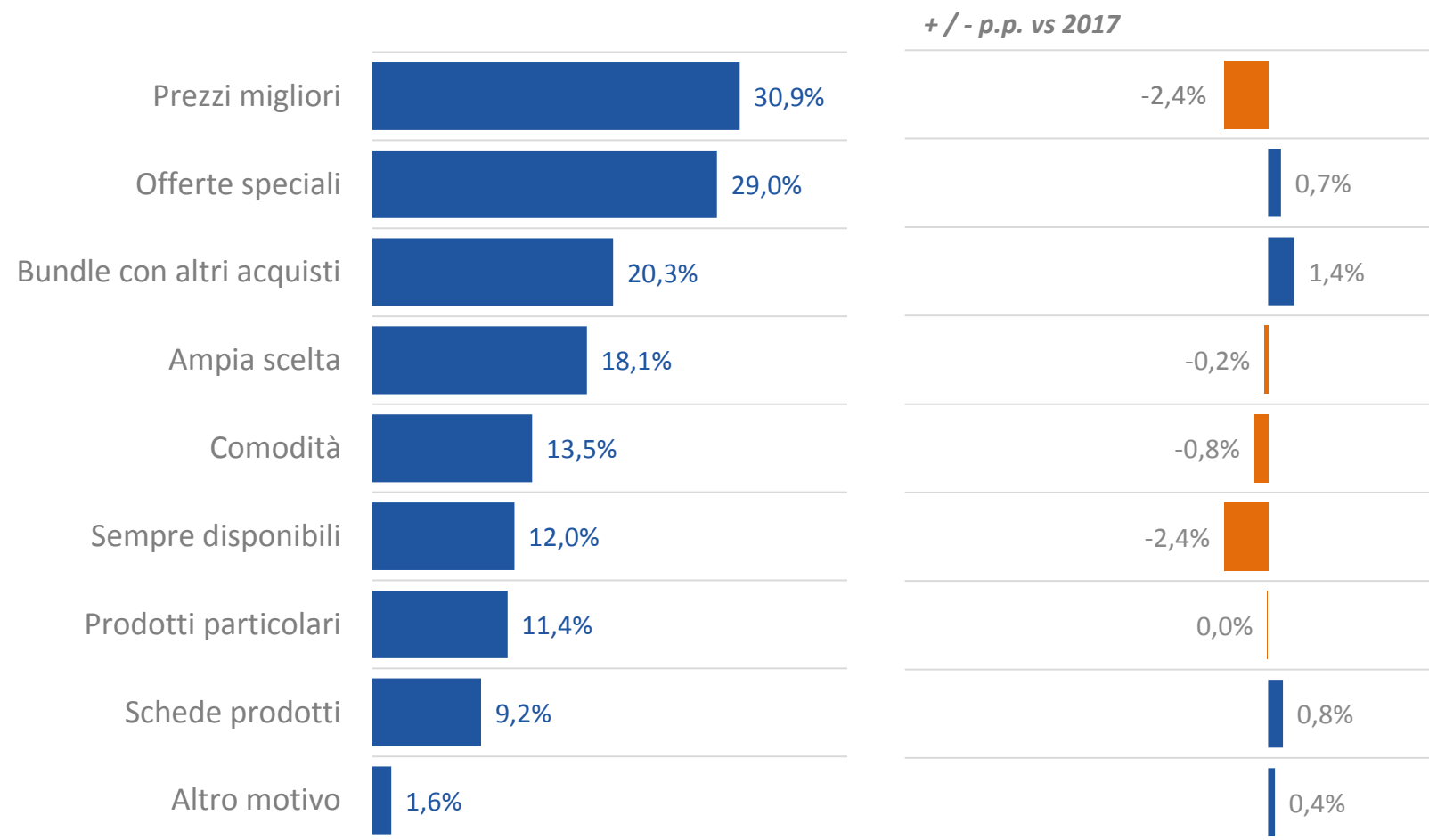
- Rispetto allo scorso anno è raddoppiata l'attenzione del consumatore per la **velocità di consegna** mentre la convenienza – pur rimanendo la prima caratteristica – è sempre meno distintiva dell'online.
- Sempre meno importanti anche caratteristiche legate alla sicurezza, affidabilità e chiarezza del sito.
- Come nella scorsa rilevazione, nella seconda metà del ranking si trovano requisiti **Bio e green** e legati all'efficienza del sito e dei servizi di delivery.

Base: acquirenti online di Cosmetica

Quali caratteristiche deve avere un servizio di acquisto online di prodotti di cosmetica per essere perfetto, il massimo che potresti ottenere?

# CONSIDERAZIONI SULL'ACQUISTO ONLINE DEI PRODOTTI DI COSMETICA

Perché, in generale, è meglio acquistare online piuttosto che in modo tradizionale



Quali sono le due ragioni principali per cui acquisti «Prodotti di Cosmetica» online anziché in modo tradizionale?  
[Seleziona almeno una ragione e un massimo di due]

## I driver di acquisto

L'atteggiamento generale degli acquirenti online di prodotti cosmetici verso l'esperienza di acquisto online è guidato da considerazioni di convenienza (risparmio, offerte) e comodità (bundle con altri acquisti online). La disponibilità di prodotti (prodotti difficili da trovare, ampio catalogo disponibile), che nel 2015 era il secondo driver di acquisto, ha perso il suo ruolo centrale: la rete non è più il luogo dove acquisto prodotti che non si trovano in negozio ma è il luogo degli acquisti quotidiani.

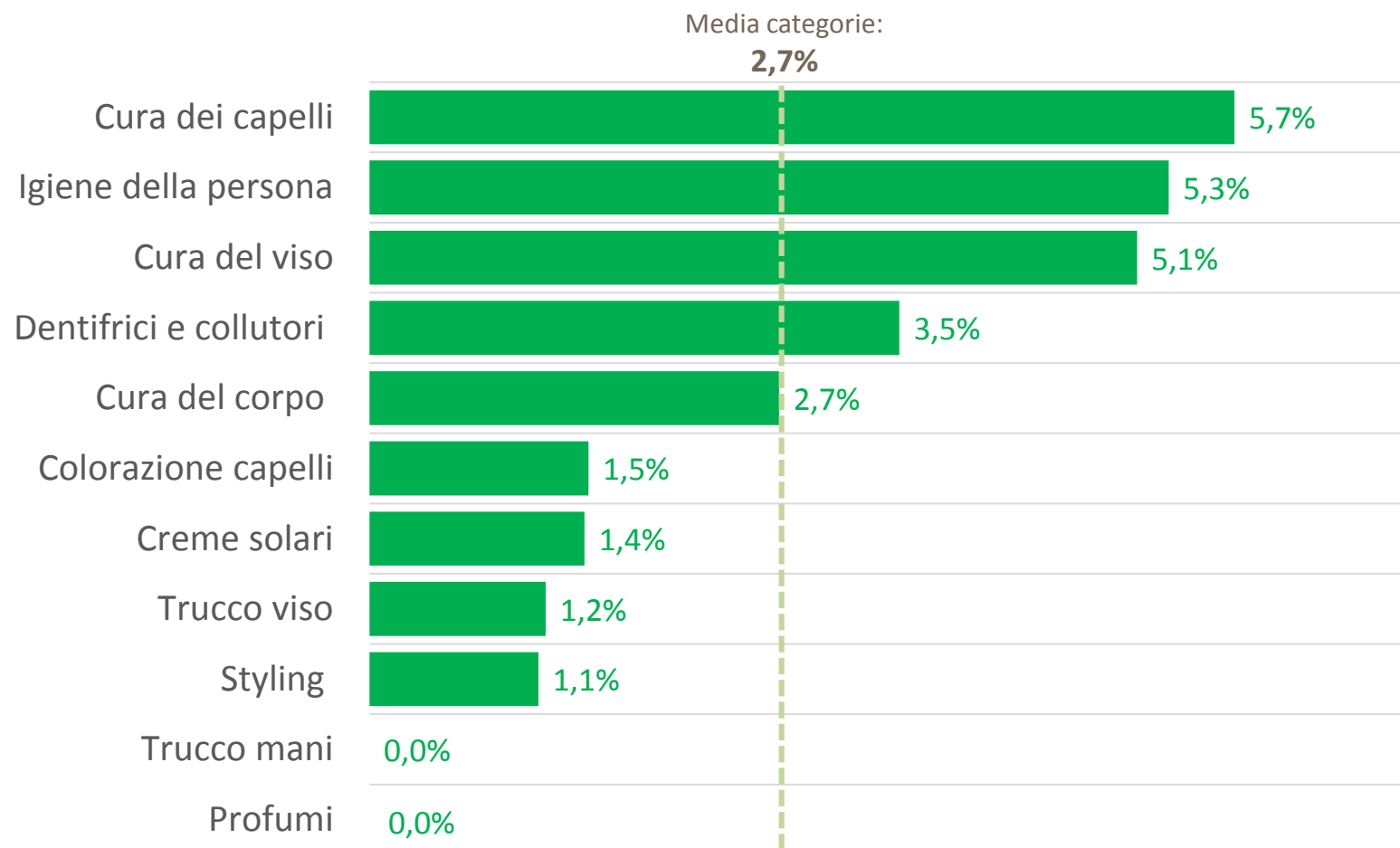
Base: acquirenti online di Cosmetica

# **Gli acquisti online di prodotti cosmetici «green»**

**Le peculiarità del fenomeno**

# LA QUOTA DI ACQUISTI PRESSO I MERCHANT DELLA COSMETICA *GREEN*

Share of Check Out – Merchant specializzati in vendita di prodotti cosmetici green e di erboristeria



## Siti green ed erboristici

Il 2,7% degli acquisti della categoria di cosmetica viene finalizzato presso un sito specializzato in soli prodotti di cosmetica green, il dato è in leggera crescita rispetto a quanto rilevato nel 2017 (era il 2,3%).

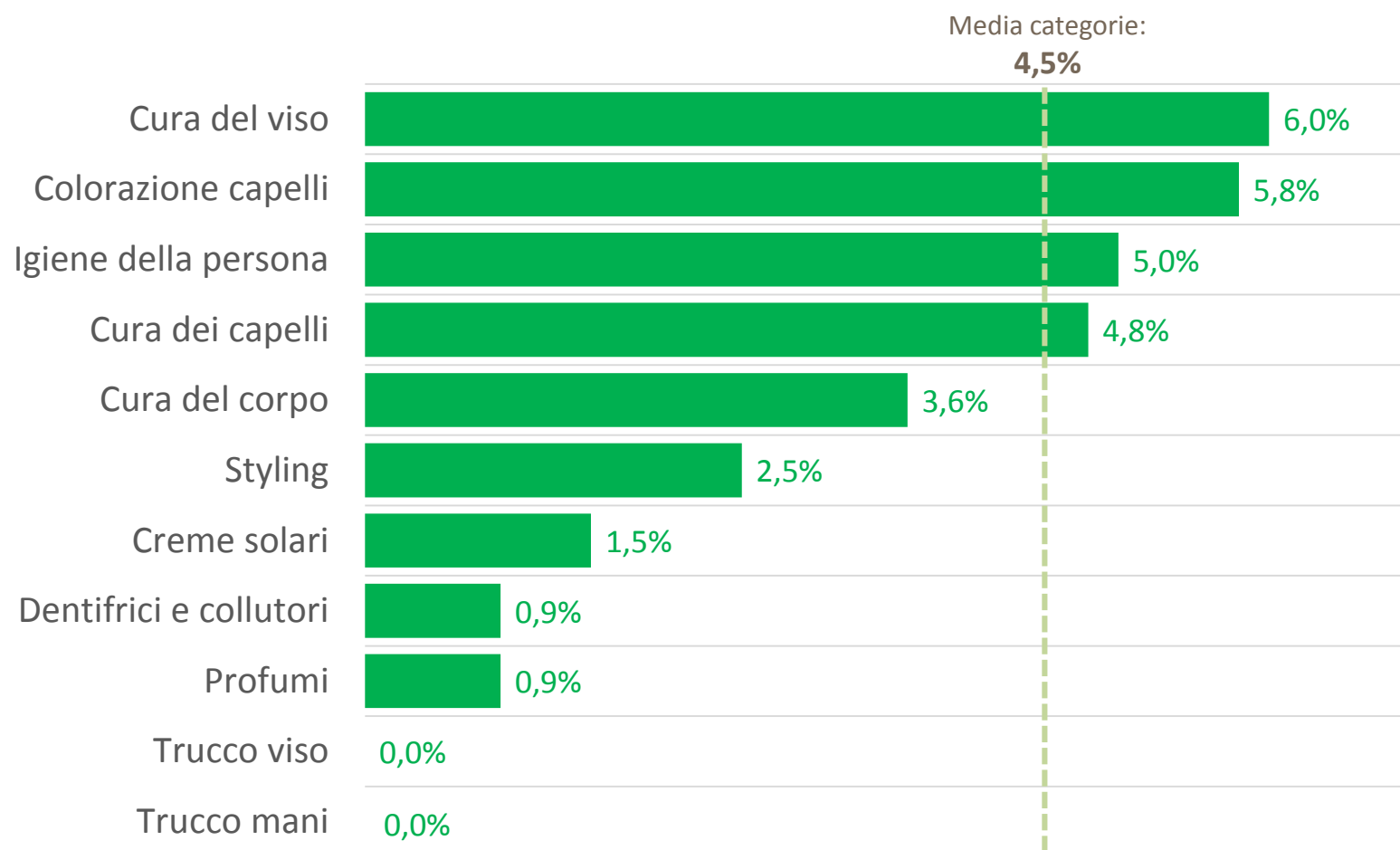
Si nota una affinità tra categoria merceologica e acquisto presso un sito di questa tipologia e in particolare i prodotti per la cura dei capelli, del viso e per l'igiene della persona sono più acquistati presso siti specializzati in cosmetica green.

Base: acquirenti online di prodotti della categoria

E ricordi su quale sito Web o con quale App hai compiuto il tuo ultimo acquisto di categoria?

# LE CARATTERISTICHE DI UN SERVIZIO DI ACQUISTO ONLINE ECCELLENTE

## Risposte aperte classificate - Bio/ Naturale



### Il servizio perfetto: bio e naturale

Per il 4,5% degli acquirenti online, il sito di cosmetica perfetto deve vendere prodotti bio e naturali.

Questo vale soprattutto per alcune categorie di prodotto come prodotti per la cura del viso, per la colorazione e la cura dei capelli e per l'igiene della persona.

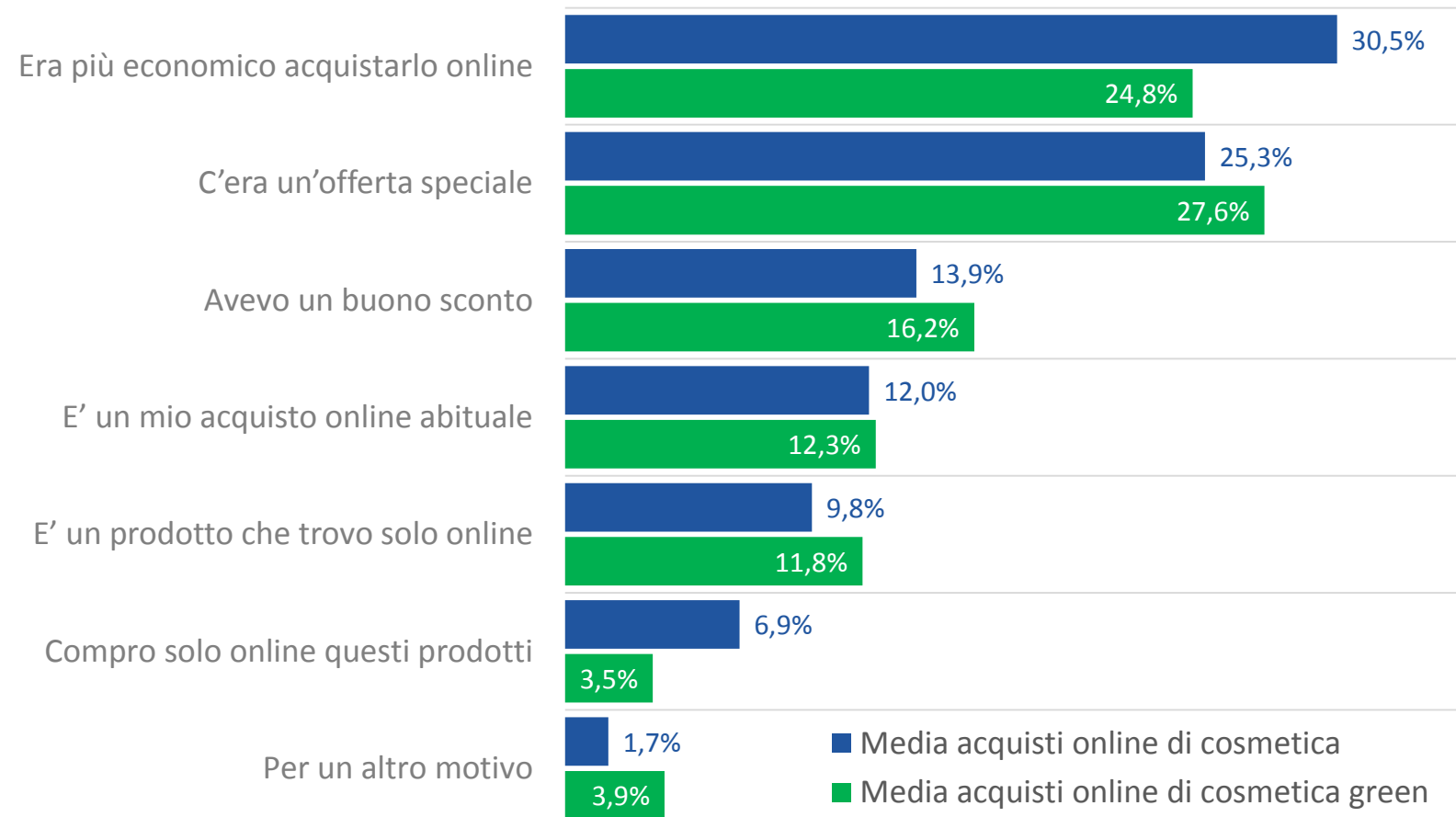
Il green invece è un aspetto meno rilevante e distintivo quando si parla di trucco, profumi e dentifrici e collutori.

Base: acquirenti online di Cosmetica

Quali caratteristiche deve avere un servizio di acquisto online di prodotti di cosmetica per essere perfetto, il massimo che potresti ottenere?

# LE RAGIONI DELL'ACQUISTO ONLINE DELL'ULTIMO PRODOTTO ACQUISTATO ONLINE

Confronto tra tutti gli acquirenti online di **cosmetica** e di **cosmetica green**



## I driver dell'ultimo acquisto

L'analisi delle ragioni che hanno portato all'ultimo acquisto green analizzato nei dettagli rivela più attenzione alla convenienza del momento (sconto e offerte speciali) piuttosto che alla convenienza attribuita al canale online.

Rispetto alla media degli acquisti online di Cosmetica, gli acquisti «green» sono più influenzati dalla consapevolezza che certi prodotti si trovano solo online.

Parliamo del tuo acquisto più recente: quali sono le due ragioni principali per cui hai deciso di acquistare questo prodotto online anziché in un negozio? *[Seleziona almeno una ragione e un massimo di due]*



[www.humanhighway.it](http://www.humanhighway.it)

Human Highway srl  
Via Tortona 37, 20144 Milano