

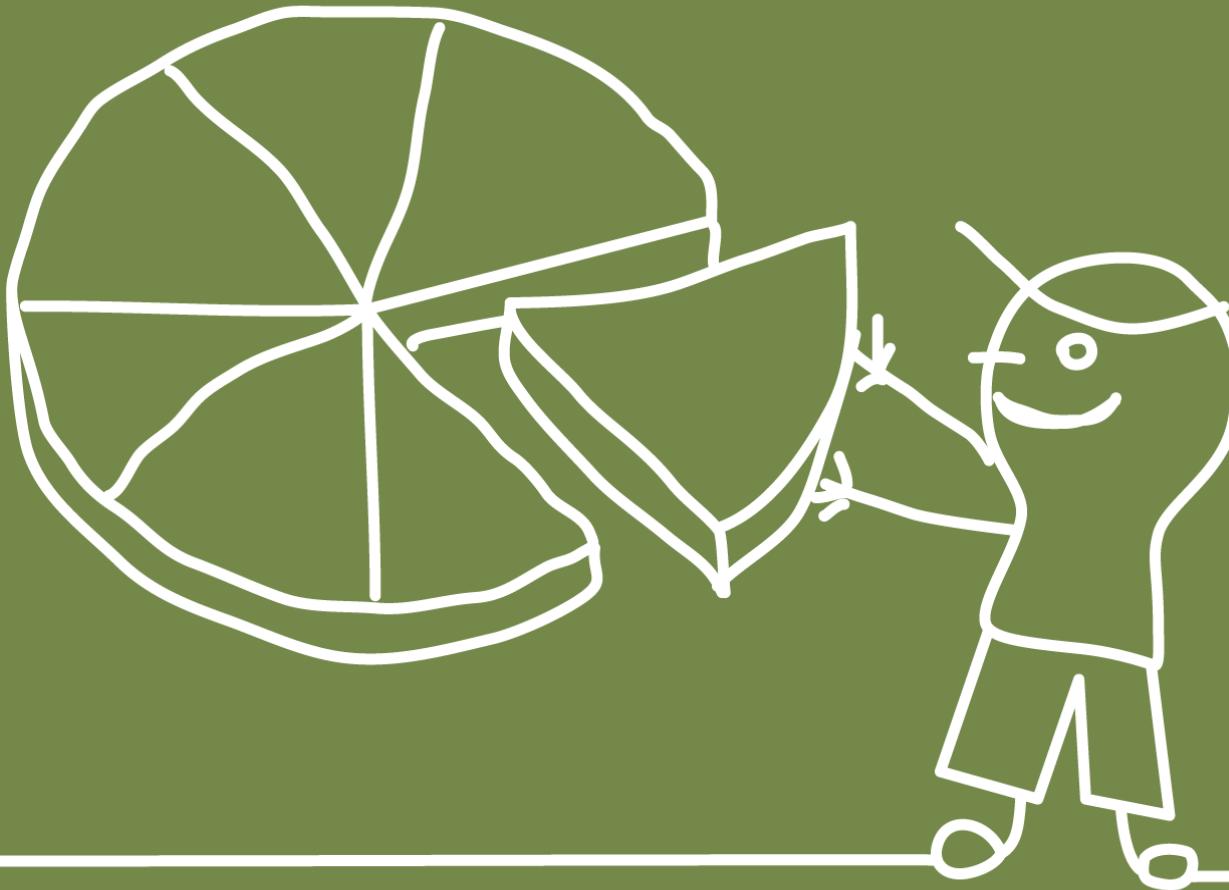
Ricerca su un campione di popolazione acquirente di Prodotti di Cosmetica «any-channel»

ESTRATTO DELLA RICERCA

Analisi degli acquisti online di prodotti di Cosmetica

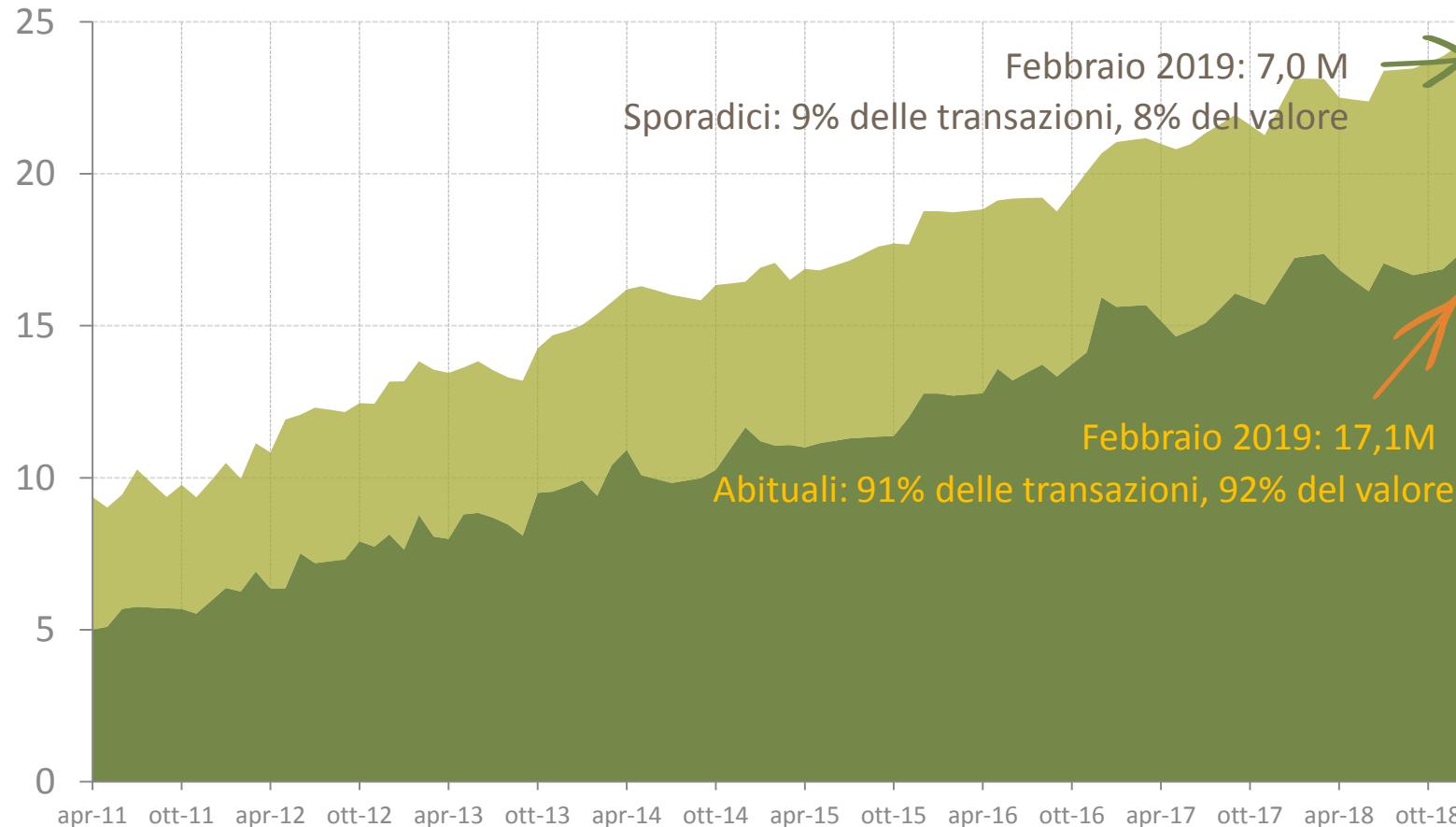
Marzo 2019

LE DIMENSIONE DEL NET RETAIL IN ITALIA



LE DIMENSIONI DEL FENOMENO

La diffusione dell'esperienza di acquisto online in Italia



Acquirenti sporadici: 7,0M

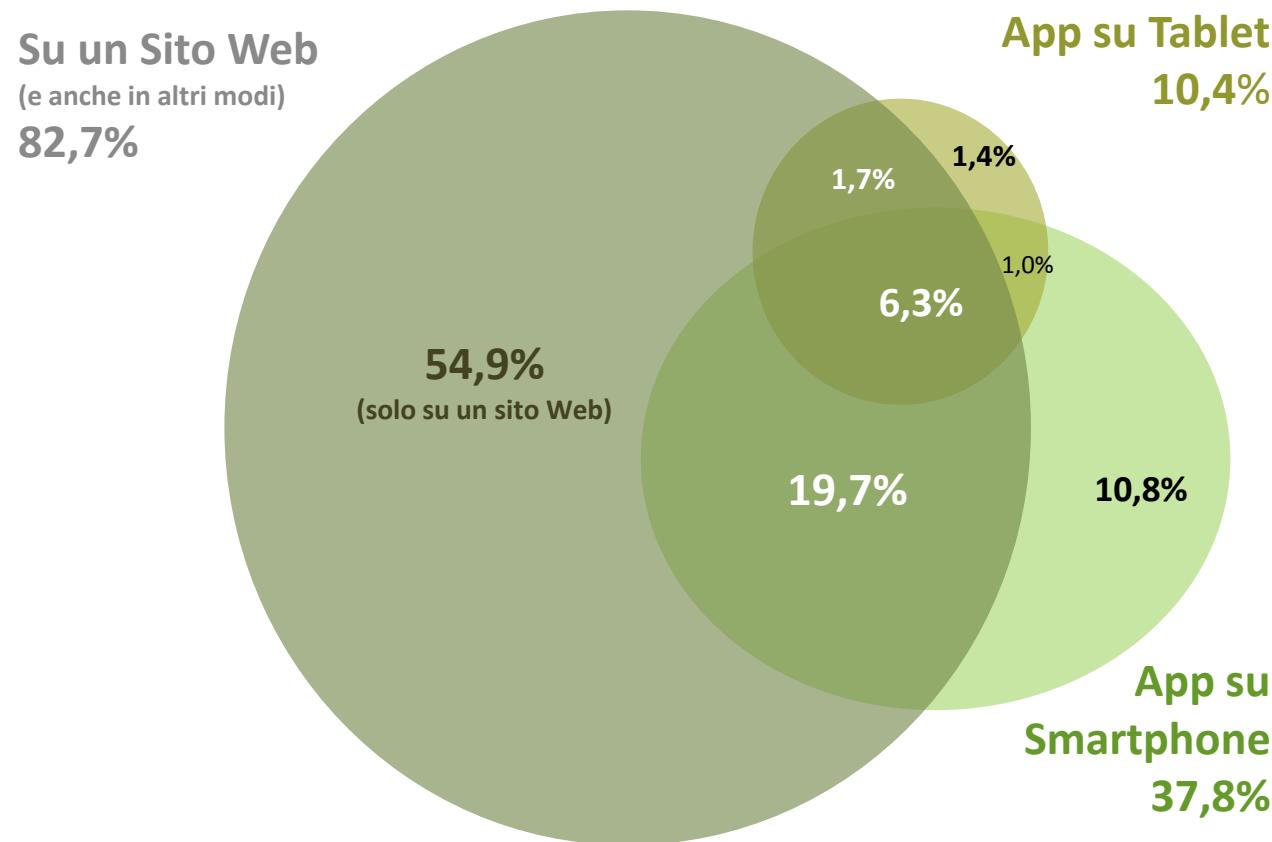
- uno o due acquisti nel trimestre
- effettuano il 9% delle transazioni del trimestre
- scontrino medio inferiore del 12% rispetto a quello degli acquirenti abituali
- generano l'8% del valore totale degli acquisti online

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

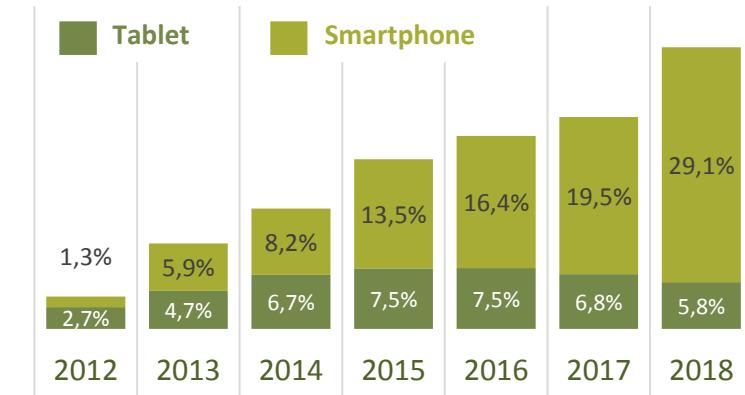
- 19,9 milioni di individui
- Web usato per acquisti di importi più elevati della media

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

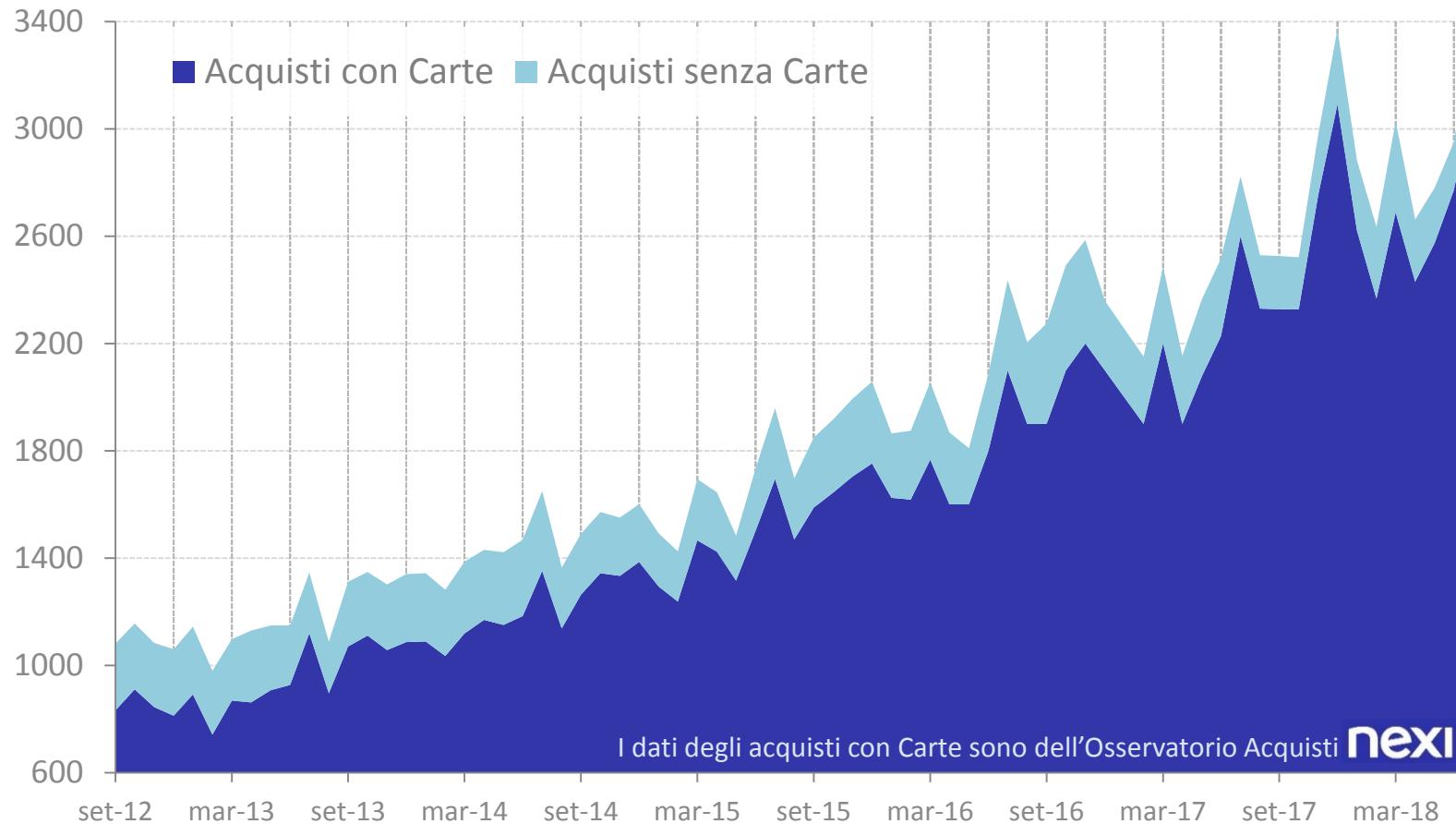
- 2,4 milioni di individui
- frequenza di acquisto inferiore alla media



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



I dati del 2018

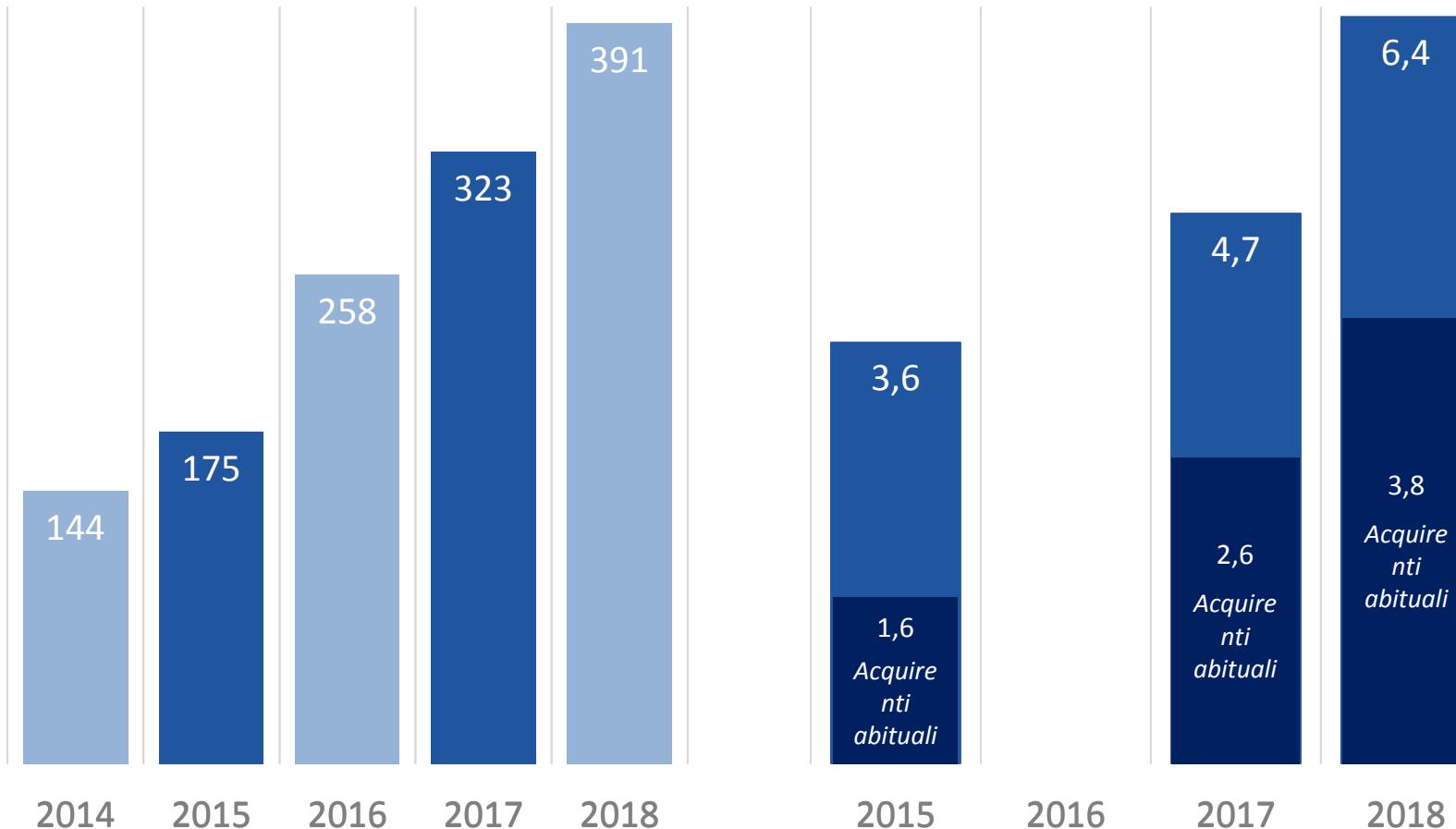
- Oltre 24 milioni di acquirenti online
- Valore 2018 superiore del 21% rispetto ai 30,6 miliardi di Euro del 2017
- Luglio 2018: 3,4 B€ di acquisti online, dei quali 92,4% saldati con Carte
- Gli acquisti di prodotti fisici crescono più di servizi e beni digitali
- Oltre 400 milioni di atti d'acquisto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

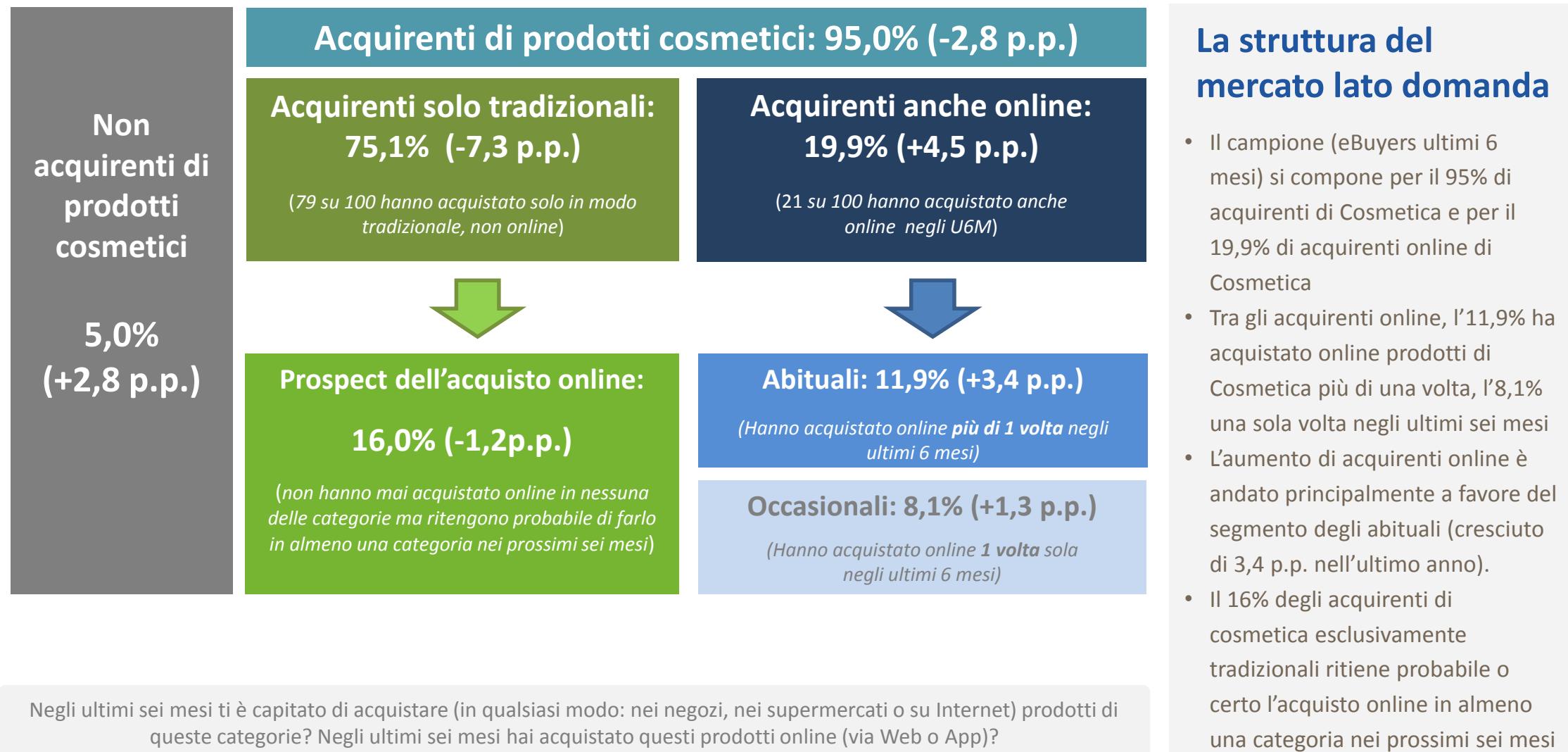


Acquirenti e acquisti

- 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)

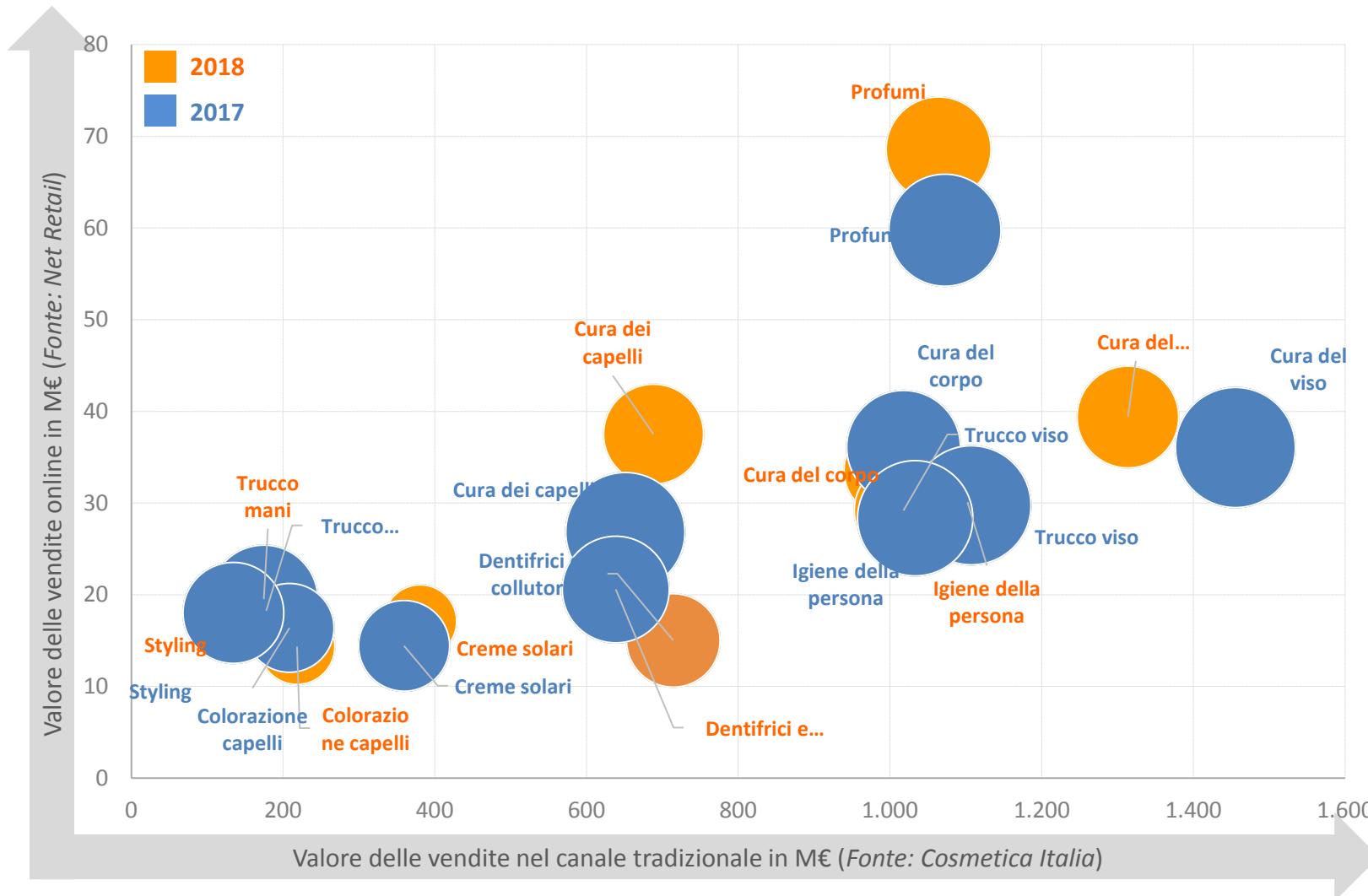
L'ACQUISTO DI PRODOTTI DI COSMETICA PER CANALE VS 2015

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 generate nel canale tradizionale e nell'online

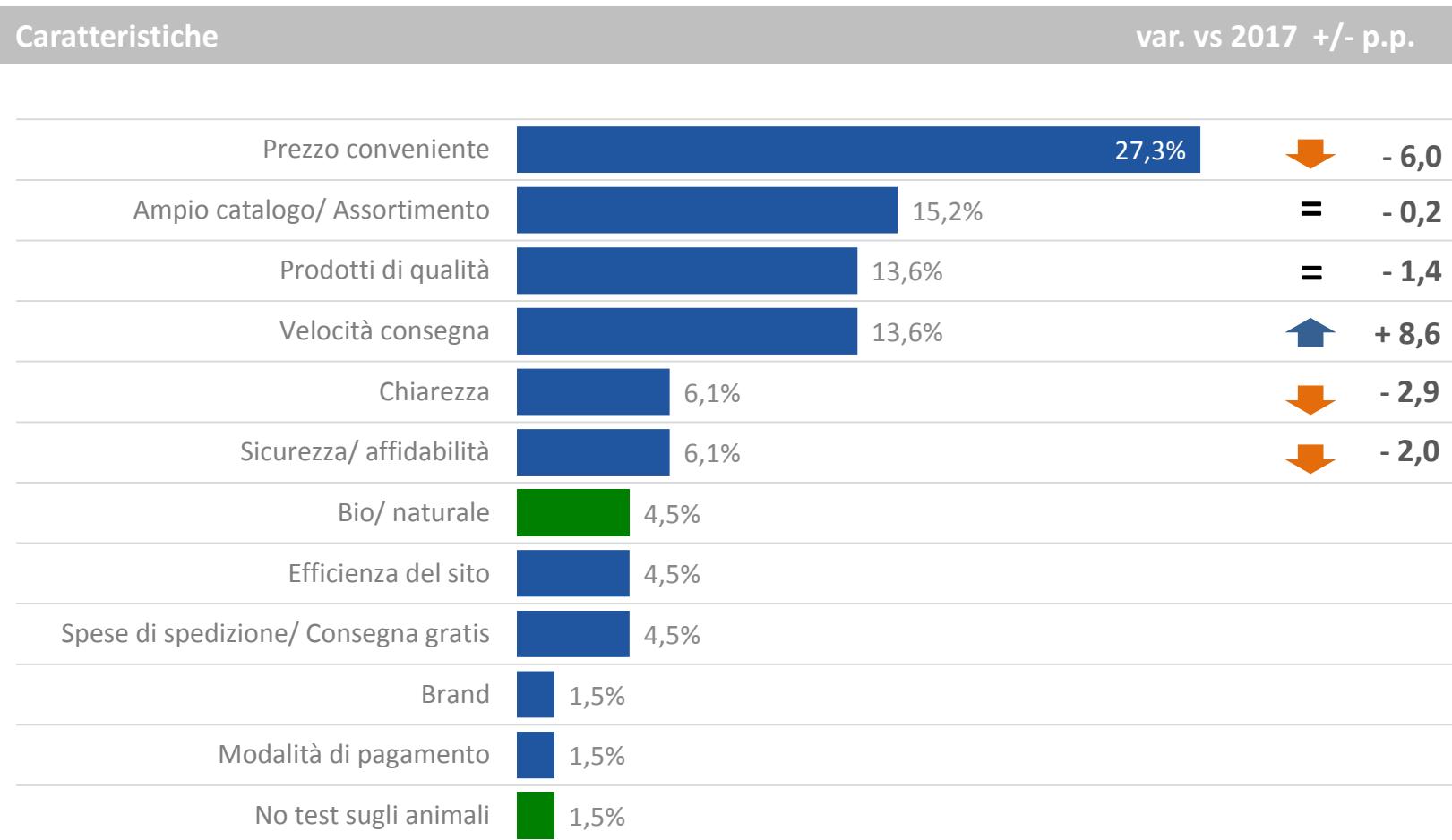


La multi-canalità dei prodotti di cosmetica

- 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



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

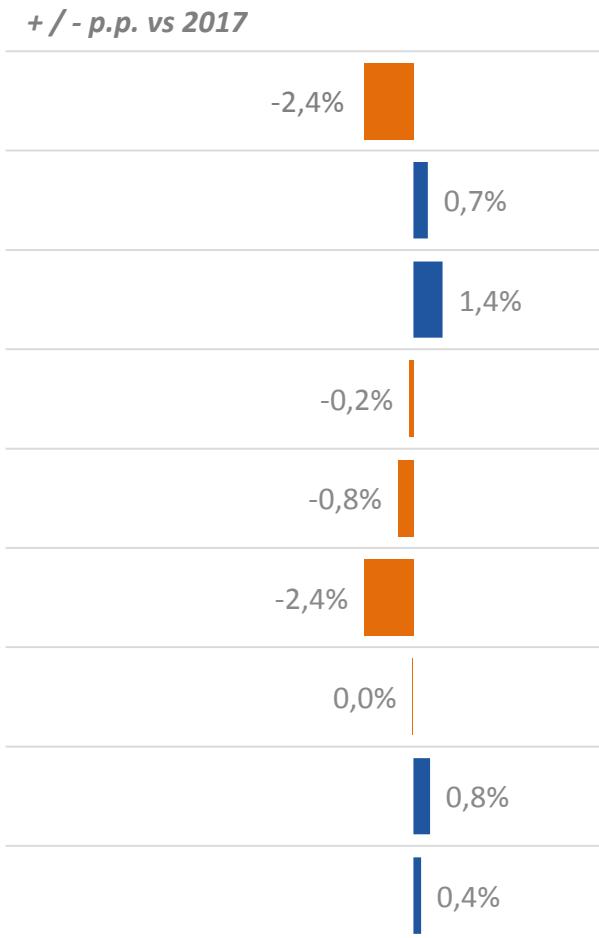
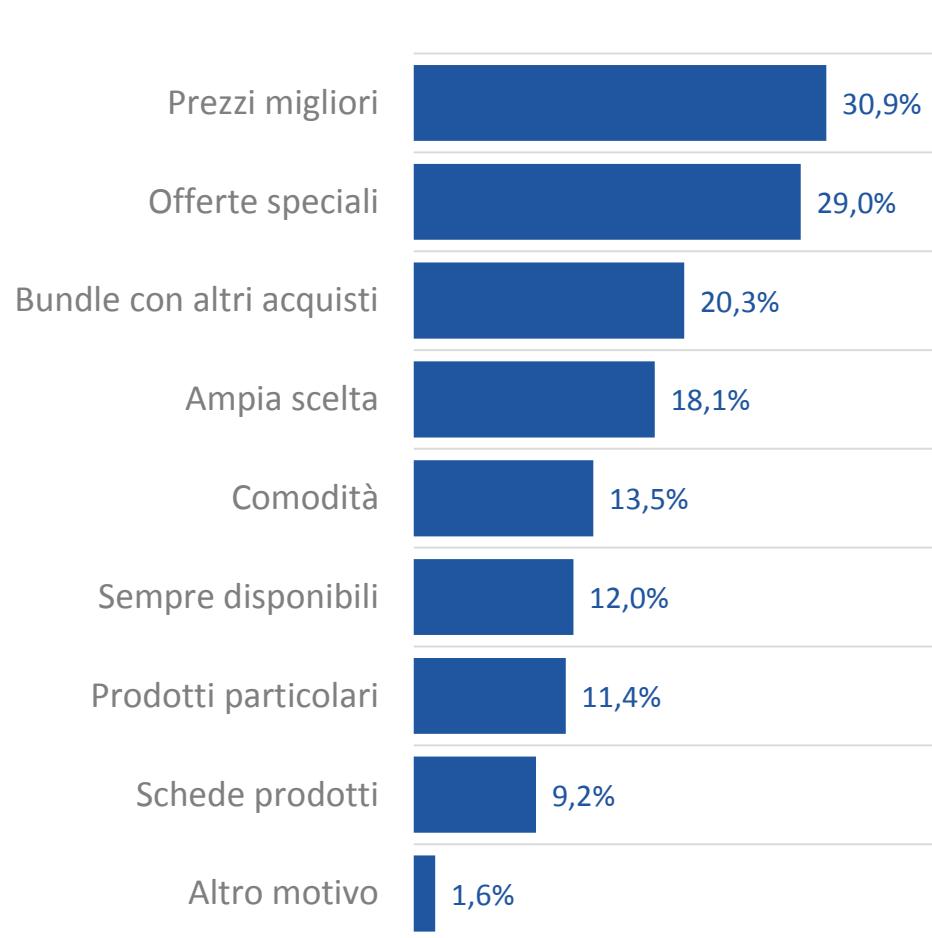
Il servizio perfetto: convenienza, qualità e velocità

- 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

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

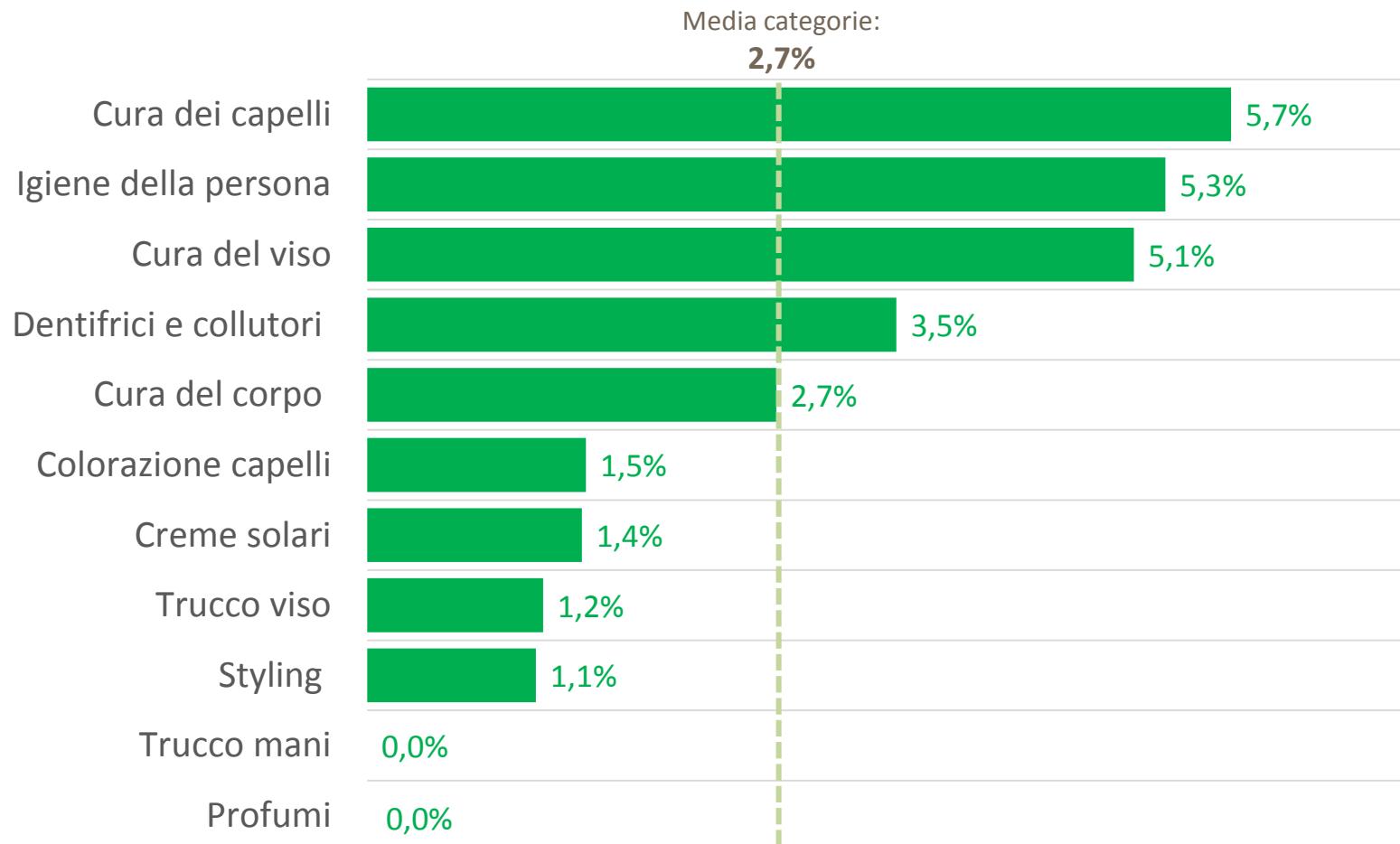
Risultati della ricerca campionaria

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



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

Siti green ed erboristici

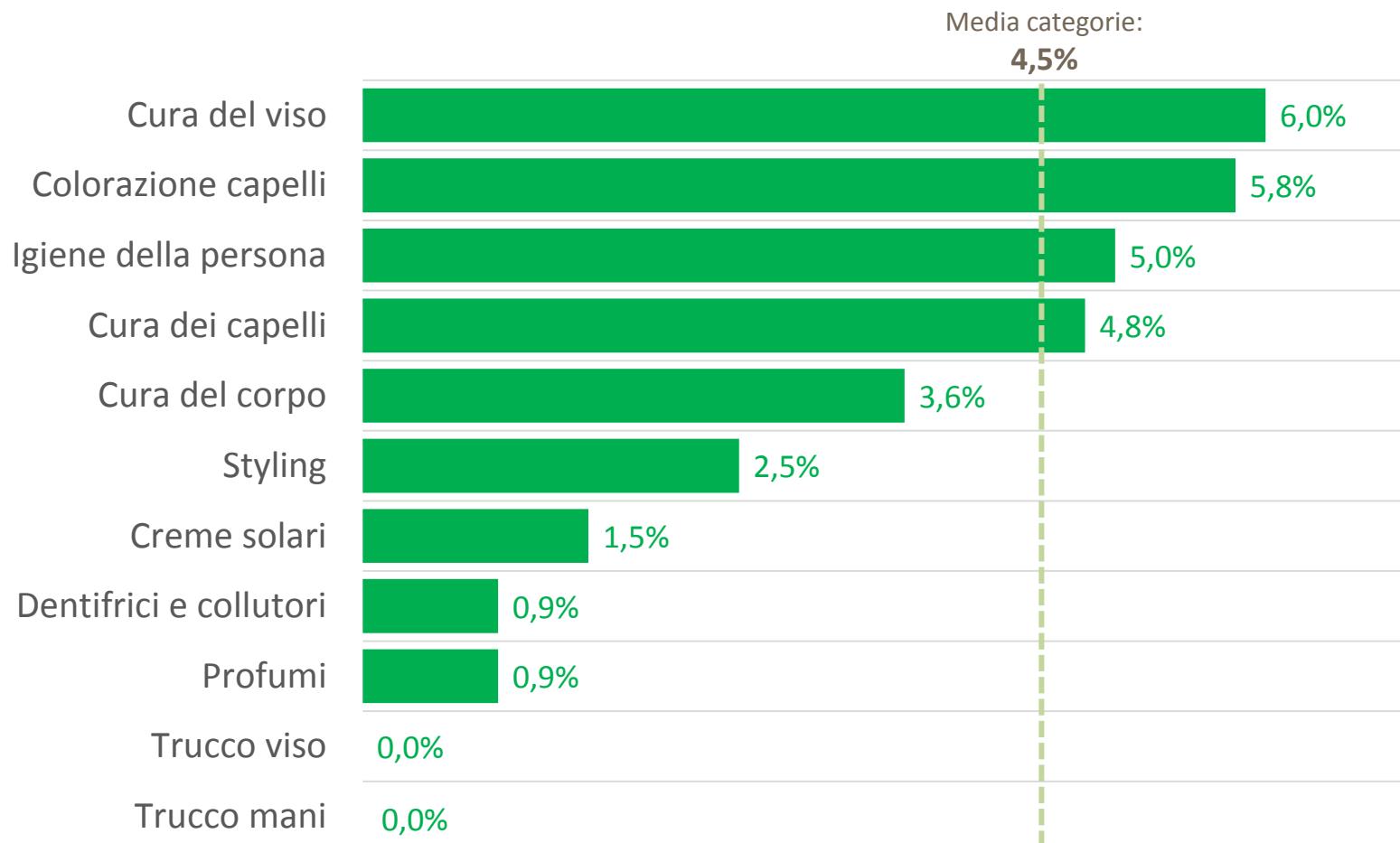
Il 2,7% degli acquisti delle categorie di cosmetica viene finalizzato presso un sito specializzato in soli prodotti di cosmetica green, il dato è in leggera crescita rispetto a quanto rilevato nel 2017 (era il 2,3%).

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

LE CARATTERISTICHE DI UN SERVIZIO DI ACQUISTO ONLINE ECCELLENTE

Risposte aperte classificate - Bio/ Naturale



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

Il servizio perfetto: bio e naturale

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

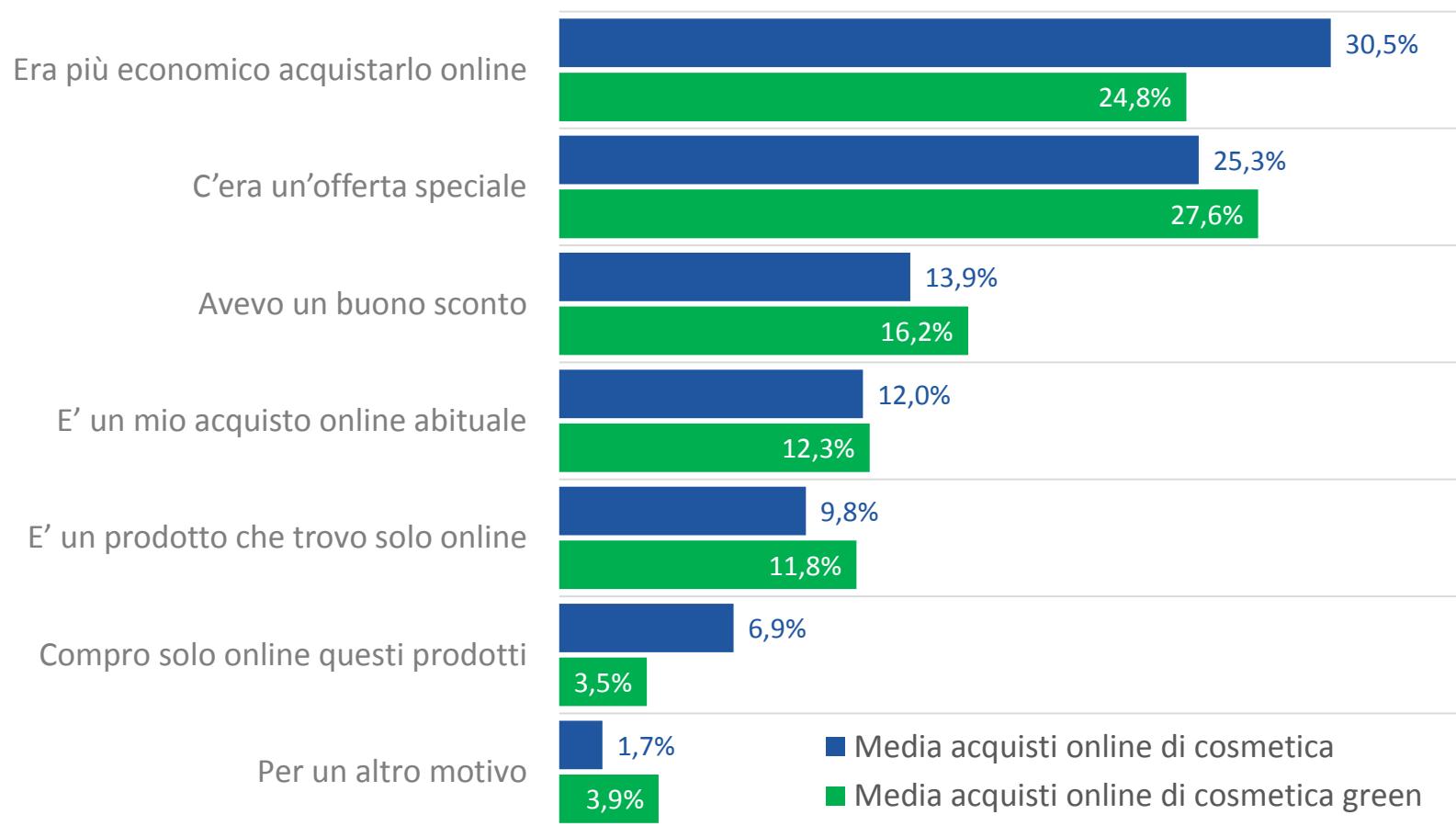
Questo vale soprattutto per alcune categorie di prodotto come prodotti per la cura del viso, per la colorazione e la cura dei capelli e per l'igiene della persona.

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

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

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



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]

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.



www.humanhighway.it

Human Highway srl
Via Tortona 37, 20144 Milano