

Pambianco Beauty Summit 2020

Nel corso della quarta edizione dell'evento organizzato da Pambianco e Pwc in collaborazione con Cosmetica Italia, sono stati presentati interessanti evoluzioni di approccio al carrello da parte dei consumatori nell'era post *lockdown*.

Tra le principali evidenze emerse, si registrano abitudini di acquisto più volatili e maggiore attenzione alla qualità e alla sicurezza dei prodotti. Infatti, se il concetto di *safe beauty*, nell'era pre-Covid, non era un elemento determinante, ora il tema della sicurezza rientra nell'esperienza di acquisto con forti leve emozionali.

L'evoluzione avviene non solo a livello di prodotto, ma anche di canale. L'online registra le migliori performance grazie all'accelerazione in ambito digitale; operatori e acquirenti hanno sperimentato con soddisfazione questo canale: ben il 75% dei non acquirenti online ha fatto il primo acquisto durante l'emergenza sanitaria e circa la metà dichiara che continuerà anche in futuro a comparire nel canale e-commerce.

