

# Gli acquirenti di cosmetici online negli ultimi 5 anni

La rilevazione di Human Highway, a cavallo della primavera 2023, propone interessanti scorci di analisi per le vendite online.

Tra questi, sono importanti i trend legati alle quote di acquirenti online delle principali categorie cosmetiche: la cura capelli, che concentra la più alta densità (16,2% a fine 2022) registra anche le dinamiche di crescita più importanti negli ultimi cinque anni, circa un punto percentuale di acquirenti in più, insieme ai prodotti per l'igiene persona, terza famiglia di prodotto per quota di acquirenti (15,7% di quota di acquirenti online a fine 2022) e i dentifrici e colluttori (13,6% di quota).

Crescita media in linea con le altre famiglie di prodotto invece per i prodotti per la cura del viso, seconda categoria per quota di acquirenti online (15,9%), con uno 0,5 punti percentuali in più rispetto al 2019. Crescita *flat* per quanto riguarda la profumeria alcolica, i prodotti per il trucco e i solari.



Categorie	Quota degli acquirenti online	Var. punti % media annuale 2017-2022
Prodotti per la cura dei capelli	16,2%	0,9
Prodotti per la cura del viso	15,9%	0,5
Prodotti per l'igiene della persona	15,7%	0,9
Profumi	14,9%	0,1
Prodotti per la cura del corpo	14,5%	0,6
Dentifrici e colluttori	13,6%	1,1
Prodotti per il trucco di viso	13,0%	0,1
Prodotti per lo styling	9,7%	0,3
Prodotti per il trucco delle mani	8,8%	-0,1
Creme solari	8,4%	0,1
Prodotti per la colorazione dei capelli	7,4%	0,2

L'atteggiamento generale degli acquirenti online di prodotti cosmetici verso questo tipo di esperienza di acquisto è guidato da considerazioni di convenienza (risparmio, offerte) e comodità (bundle con altri acquisti online), mentre le variazioni più interessanti intervenute negli anni di pandemia riguardano la libertà data dall'ampia scelta, dalla comodità di acquisto e dalla maggior importanza attribuita alle schede di descrizione dei prodotti.