

L'erboristeria e l'orientamento all'innovazione

L'erboristeria si contraddistingue, rispetto alle altre realtà distributive di cosmetici in Italia, per una serie di aspetti legati alla storicità e alla tradizione. Analogamente, negli anni passati, anche i consumatori che si sono interfacciati con questo canale sono stati spinti da driver di acquisto allineati con il sistema valoriale dell'erboristeria. Tuttavia, oggi, grazie anche ai mutamenti di comportamento post pandemia, emerge una rimodulazione delle leve di acquisto anche in erboristeria. Infatti, si registra un orientamento più a favore dei brand che propongono con frequenza cosmetici innovativi, così come la sperimentazione e la raccolta di informazioni in merito alle novità nel punto vendita con concentrazioni maggiori rispetto alla media degli altri canali di vendita.

Fonte: Lattanzio KIBS

L'ORIENTAMENTO ALL'INNOVAZIONE DEI CONSUMATORI È SPICCATO TRA I CLIENTI DELL'ERBORISTERIA

Gli atteggiamenti verso innovazione e sperimentazione (% di accordo)

