

Wydatki młodych Polek nakręcają koniunkturę na rynku kosmetyków

data aktualizacji: 2017.05.16



Młode kobiety w wieku 18-29 lat stanowią podstawową grupę konsumentek dla niemal wszystkich kanałów dystrybucji kosmetyków. Nie dotyczy to jednak Rossmanna, gdzie kupują wszyscy, oraz perfumerii i drogerii tradycyjnych - wynika z raportu GfK Beauty 2016.

Najpopularniejszym miejscem zakupu zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn, są drogerie. Ponad 90 proc. nabywców właśnie w nich zaopatruje się w kosmetyki. Najczęściej odwiedzają Rossmanna. Trzy razy więcej kobiet kupuje kosmetyki w sklepach należących do tej niemieckiej sieci niż w innych drogeriach (91 proc. do 31 proc.). Dla mężczyzn to nawet większa dysproporcja (90 do 15 proc.).

Zakupów w sieci Rossmann dokonuje większość populacji, bez wyraźnych różnic socjodemograficznych. Jednak w innych sieciach drogeryjnych kupują przede wszystkim młode Polki. W Hebe zakupy robi 31 proc. ogółu kobiet oraz 41 proc. z przedziału wiekowego 18-29 lat. W sieci Natura zaopatruje się 28 proc. populacji kobiet oraz 38 proc. młodych Polek.

Podobne zjawisko występuje w innych kanałach dystrybucji. W handlu nowoczesnym (czyli w hipermarketach lub supermarketach), gdzie dokonywanie zakupów kosmetycznych deklaruje 41 proc. kobiet, odsetek kupujących młodych konsumentek wynosi 48 proc. W sieci aptek Super-Pharm kupuje 29 proc. ogółu kobiet i 39 proc. dziewczyn. Na w sklepach marek kosmetycznych, takich jak Body Shop czy Inglot, również częściej kupują młode kobiety (17 do 24 proc.).

Jedynie w przypadku perfumerii (np. Sephora, Douglas) i handlu tradycyjnego nie występuje analogiczne zróżnicowanie wiekowe konsumentek, z obserwowanym wyższym odsetkiem deklaracji zakupowych młodych kobiet w stosunku do całej populacji.



Młode kobiety w wieku 18–29 lat stanowią podstawową **grupę konsumentek** dla niemal wszystkich kanałów dystrybucji kosmetyków.

90% nabywców kupuje w **drogeriach**



90%



Kanał drogerijny to przede wszystkim sieć **ROSSMANN**

91%



hebe



Natura

a **41%** wśród kobiet 18–29 lat

28% kobiet, a wśród młodych Polek **38%**

41% kobiet robi zakupy kosmetyczne w **hipermarketach** lub **supermarketach**



48% wśród młodych kobiet

W **sieci aptek** kupuje **29%** ogółu kobiet



39% wśród młodych kobiet

Na **stoiskach specjalistycznych** (lub w sklepach) z kosmetykami zakupy robi **17%** kobiet



24% wśród młodych kobiet



Internet to także domena młodych konsumentek.

wirtualne drogerie

40%



22%



wirtualne sklepy producentów czy dystrybutorów

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/wydatki-mlodych-polek-nakrecaja-koniunkture-na-ryn,39979>