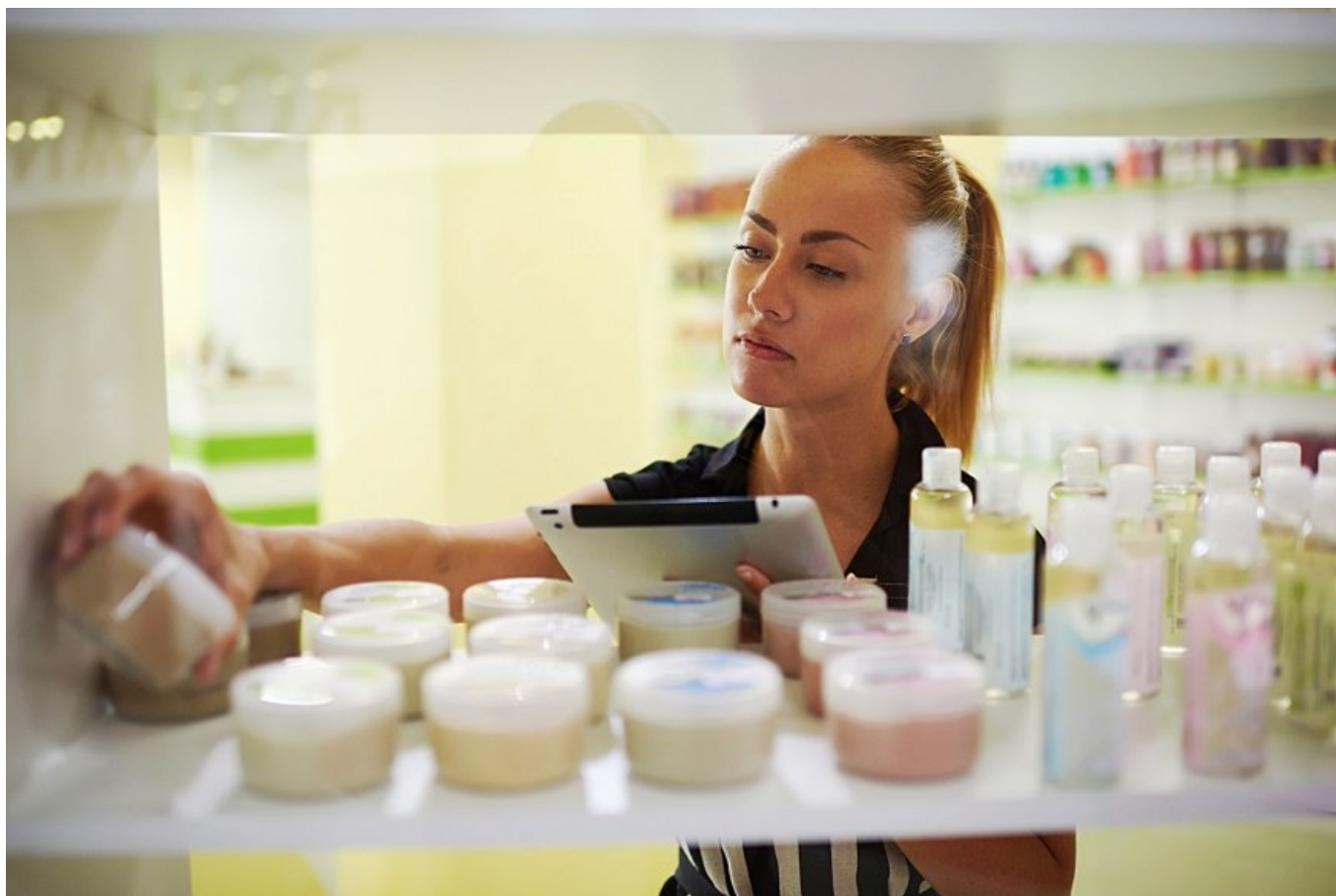


## Produkty do pielęgnacji twarzy. O czym piszą internauci? [RAPORT]

data aktualizacji: 2018.09.24



**Konsumenci coraz częściej poszukują informacji o produktach kosmetycznych. Firma SentiOne przeanalizowała 2,5 mln wzmianek w internecie o środkach do pielęgnacji twarzy. Wszystko po to, by poznać, na czym najbardziej zależy współczesnym internautom.**

Na podstawie zebranych danych, eksperci podzielili kategorię produktów do pielęgnacji twarzy na trzy grupy: produkty do pielęgnacji skóry twarzy (kremy, olejki, serum); artykuły oczyszczające (żele, peelingi, maski, wody i płyny micelarne, mokre chusteczki, toniki, pianki do twarzy) oraz pielęgnacja ust (pomadki i balsamy).

Kosmetyki do pielęgnacji twarzy stanowiły znaczny procent wzmianek dla ogólnych dyskusji na temat kosmetyków w języku niemieckim (72,73 proc.), angielskim (55,88 proc.), węgierskim (43,79 proc.) i polskim (49,27 proc.). Internauci najczęściej komentowali maski na twarz, które stały się jednym z najpopularniejszych trendów w analizowanym okresie. Maski są szeroko komentowane również w języku fińskim i czeskim, jednak w tych krajach to produkty do pielęgnacji skóry twarzy są bardziej popularne niż kosmetyki oczyszczające. Wśród fińskich i czeskich wzmianek dotyczących wszystkich rodzajów produktów największe zainteresowanie użytkowników Internetu koncentruje się

na kremach do twarzy - odpowiednio 25,53 proc. i 27,78 proc.

We wszystkich językach maski stanowiły 54 proc. wszystkich wzmianek. Konkretnie składniki - takie, jak witaminy, kwas hialuronowy i "czyste kosmetyki" bez konserwantów, około 13,5 proc. Inne tematy, jak K-Beauty, kosmetyki naturalne czy produkty wegańskie i wegetariańskie stanowiły od 4,5 do 6 proc. wpisów.

Eksperti SentiOne zwrócili uwagę, że konsumenci poszukują kosmetyków naturalnych, nietestowanych na zwierzętach i pozbawionych szkodliwych składników. Oczekują, że marki będą transparentne w komunikowaniu składu i sposobu produkcji. Jest to szczególnie widoczne w wypowiedziach niemieckich internautów - najczęściej omawiane zagadnienia na tym rynku dotyczą wegańskich i wegetariańskich kosmetyków, naturalnych produktów i ich składników.

Ważnym elementem dyskusji były krytyczne wzmianki na temat różnych marek. W I kwartale br. najczęściej poruszano temat podrażnień skóry i alergii, testów na zwierzętach oraz szkodliwych dla organizmu i środowiska składników. Anglojęzyczni internauci skarżą się na plastikowe opakowania produktów, zwłaszcza te postrzegane jako nieekologiczne. Fińscy internauci wydają się być bardzo wrażliwi na zanieczyszczenie środowiska, angażują się w inicjatywy obywatelskie, które lobbują za całkowitym zakazem stosowania mikrogranulek w kosmetykach. Ponadto szeroko omawiają również potencjalnie szkodliwe działanie chemicznych filtrów UV, ponieważ, jak się okazuje, są one niebezpieczne dla ekosystemów morskich i koralowców. W pierwszych miesiącach tego roku interesująca jest niewielka liczba wypowiedzi negatywnych w języku niemieckim.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/produkty-do-pielegnacji-twarzy-o-czym-pisza-intern,49612>