

Καλλυντικά Τα Απαραίτητα για την Καθημερινή Ζωή

Έρευνα Αντίληψης Ευρωπαίων Καταναλωτών 2022

ΤΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ ...

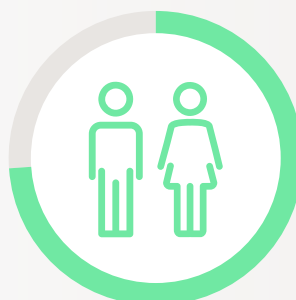


... ΕΚΤΙΜΩΝΤΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ



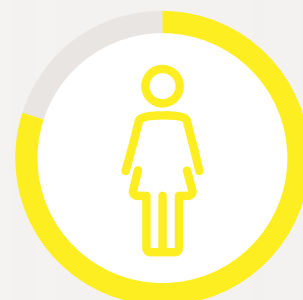
72%

των ευρωπαίων καταναλωτών θεωρούν ότι τα καλλυντικά είναι σημαντικά ή πολύ σημαντικά για την καθημερινή ζωή.



74%

των καταναλωτών μεταξύ 25-54 ετών πιστεύουν το ίδιο



και ακόμα μεγαλύτερο είναι το ποσοστό των γυναικών που το πιστεύουν - **80%**



Η αντίληψη των ανδρών για τη σημασία των αντηλιακών, των προϊόντων φροντίδας σώματος και προσώπου, των αρωμάτων και ακόμα του μακιγιάζ, αυξήθηκε σε σύγκριση με το 2017 κατά 5,5% κατά μέσο όρο.



Στοματική φροντίδα, προϊόντα για το σώμα, τα μαλλιά και την επιδερμίδα – **80%-90%** των χρηστών θεωρούν τα προϊόντα αυτά σημαντικά ή πολύ σημαντικά.



ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ



ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ

...ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΠΟΛΛΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ

Ο ΕΥΡΩΠΑΙΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ

πάνω από **7**
διαφορετικά καλλυντικά
κάθε ημέρα



περίπου **13**
διαφορετικά καλλυντικά
κάθε εβδομάδα



Οι γυναίκες χρησιμοποιούν,
κατά μέσο όρο, περίπου **9**
διαφορετικά καλλυντικά
την **ημέρα** και **15** την
εβδομάδα.

Οι νέοι, ηλικίας 18-24
ετών, χρησιμοποιούν
μέχρι **16** διαφορετικά
καλλυντικά την
εβδομάδα.



...ΕΙΝΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΑΠΟ Ο,ΤΙ ΝΟΜΙΖΟΥΜΕ



ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ ΚΑΙ
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ
ΦΡΟΝΤΙΔΑΣ

Πάνω από 80% των Ευρωπαίων καταναλωτών
αναγνωρίζουν τα προϊόντα φροντίδας
του σώματος, του προσώπου και των μαλλιών
ως καλλυντικά και προϊόντα προσωπικής
φροντίδας.



...ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ



για την προσωπική τους υγιεινή
– 88% των καταναλωτών
πιστεύουν ότι τα καλλυντικά
που χρησιμοποιούν είναι
αποτελεσματικά και
διασφαλίζουν την προσωπική
τους υγιεινή



για να αισθανθούν καλά
με τον εαυτό τους



για να προστατέψουν
την επιδερμίδα ή τα
μαλλιά τους

“ **Για να αισθάνομαι καλά
με τον εαυτό μου** ”

ένας από τους 3 ισχυρότερους λόγους
που αναφέρουν οι χρήστες καλλυντικών
για **ΟΛΕΣ** τις κατηγορίες προϊόντων



27% των
καταναλωτών κάτω
των 25 ετών
χρησιμοποιούν
μακιγιάζ για να
ενισχύσουν την
αυτοπεποίθησή τους.

ΤΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ... ➔



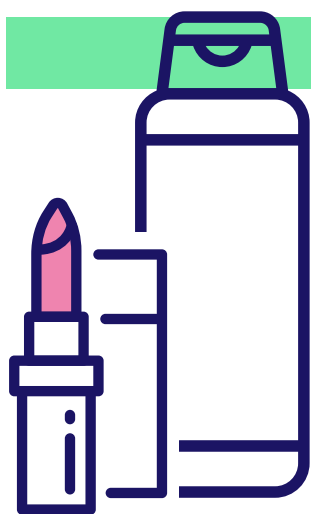
... ΒΕΛΤΙΩΝΟΥΝ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ



71%

των ευρωπαίων καταναλωτών θεωρούν ότι τα καλλυντικά και τα προϊόντα προσωπικής φροντίδας είναι σημαντικά ή πολύ σημαντικά για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής τους.

... ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΤΗΝ ΑΥΤΟΕΚΤΙΜΗΣΗ



ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ



ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ

70%

των ευρωπαίων καταναλωτών δήλωσαν ότι τα καλλυντικά και τα προϊόντα προσωπικής φροντίδας είναι σημαντικά ή πολύ σημαντικά για την ανάπτυξη της αυτοεκτίμησής τους.



... ΕΙΝΑΙ ΚΛΕΙΔΙ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

62%

των ευρωπαίων καταναλωτών πιστεύουν ότι τα καλλυντικά και τα προϊόντα προσωπικής φροντίδας είναι σημαντικά ή πολύ σημαντικά για τον τρόπο που τους βλέπουν οι άλλοι και 62% για το πώς οι ίδιοι αλληλοεπιδρούν με τους άλλους.



Παραπομπή:

Η Έρευνα Αντίληψης Καταναλωτών 2022 πραγματοποιήθηκε για την Cosmetics Europe από την εταιρεία Ifop τον Μάρτιο του 2022. Λήφθηκαν συνεντεύξεις, μέσω διαδικτυακού ερωτηματολογίου, από περισσότερους από 6000 καταναλωτές από 10 ευρωπαϊκές χώρες: Βουλγαρία, Γαλλία, Γερμανία, Δανία, Ενωμένο Βασίλειο, Ισπανία, Ιταλία, Ολλανδία, Πολωνία και Σουηδία. Οι ερωτηθέντες ήταν αντιπροσωπευτικοί του φύλου και της ηλικιακής κατανομής κάθε χώρας.



Cosmetics Europe
the personal care association