



COMPASS
GRUPPO MEDIOBANCA

OSSERVATORIO **COMPASS**

**Speciale
Beauty**

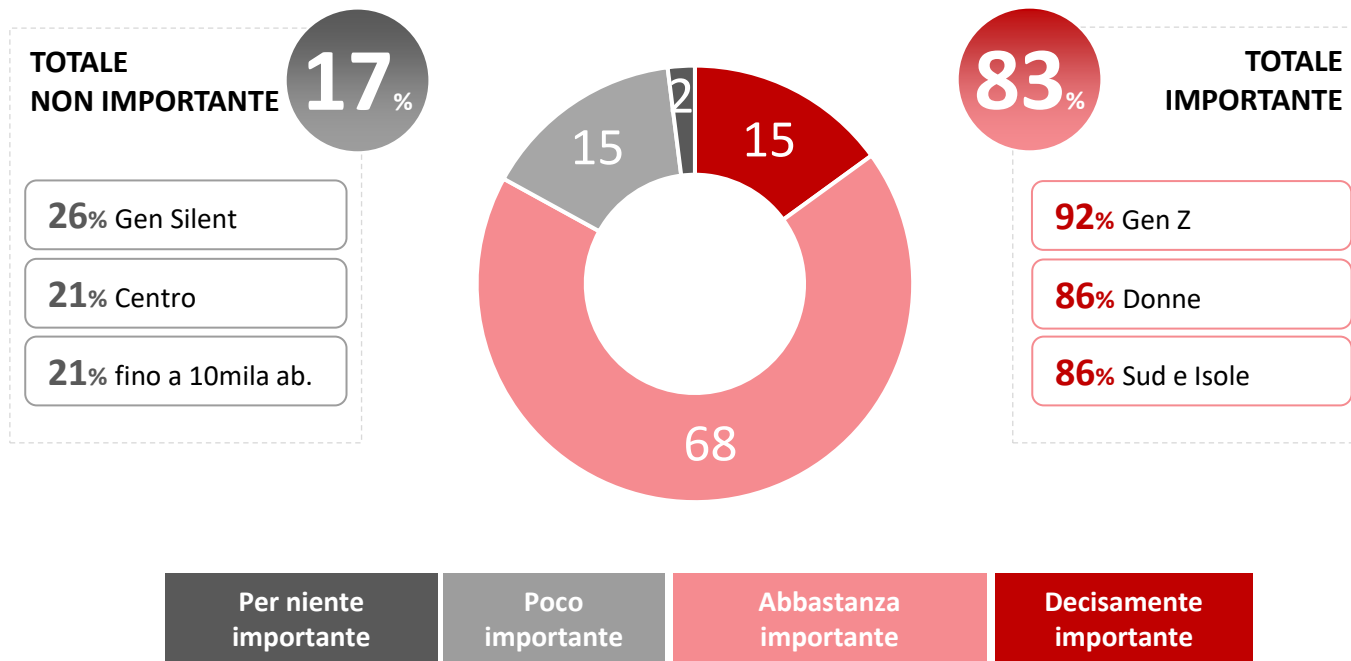
Marzo 2024

1.

**La cura dell'aspetto
fisico**

Per 8 persone su 10 la cura dell'aspetto fisico è importante

Nel complesso, quanto direbbe che è importante nella sua vita la cura del suo aspetto fisico?



Osservatorio
COMPASS

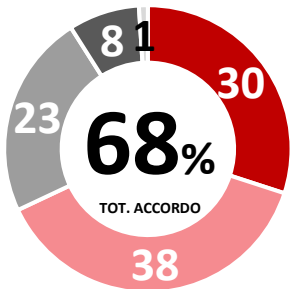
L'aspetto fisico è importante per più di 8 persone su 10: Evidente una differenza generazionale: per la **Gen Z** la cura del proprio aspetto è centrale, all'opposto i **Silent** che non sembrano coinvolti, Al **Sud** e tra le **donne** il tema è più sentito.

La cura dell'aspetto fisico ha un impatto positivo su umore e autostima

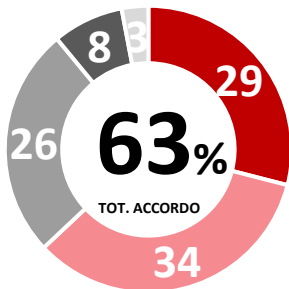
Parlando di aspetto fisico qual è il suo grado di accordo con le seguenti affermazioni? Per ciascuna affermazione indichi quanto è d'accordo o in disaccordo utilizzando una scala da 1 a 5 dove 1 sta per Non sono per niente d'accordo e 5 sta per Sono completamente d'accordo



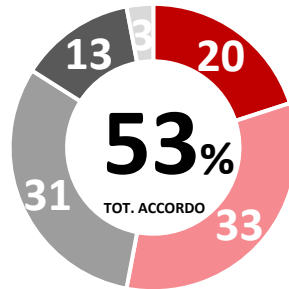
Essere soddisfatto/a del mio aspetto fisico ha un impatto positivo sul mio umore



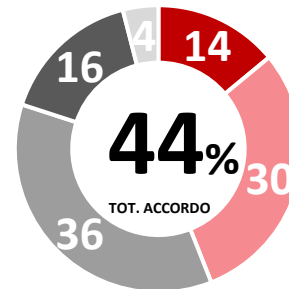
Un aspetto fisico curato aumenta la mia autostima



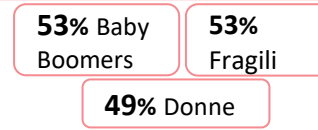
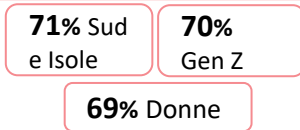
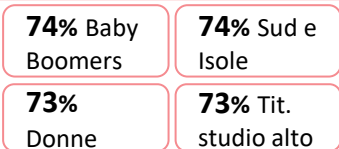
La cura del mio aspetto fisico è fondamentale per sentirmi bene con gli altri



Do molta importanza all'aspetto fisico che è il mio biglietto da visita



Dettaglio ACCORDO (%)



Aumento dell'autostima con un fisico curato in particolare per la Gen Z, mentre per i Baby Boomers contribuisce a **migliorare l'umore** ed è il proprio **«biglietto da visita»**.

Cosa vorrebbero oggi? Perdere peso, ma anche rimodellare le forme e ridurre le rughe

E in particolare, oggi, che cosa le piacerebbe fare per la cura del suo aspetto fisico?

Osservatorio
COMPASS

TOP 5:

#1	Perdere peso	51	61% Baby Boomers
#2	Rassodare/rimodellare le forme del corpo	33	46% Gen Z
#3	Ridurre le rughe del viso	21	32% Silent 30% Donne
#4	Una nuova acconciatura/taglio/colore dal parrucchiere	21	31% Gen Z 27% Donne
#5	Eliminare definitivamente i peli superflui	19	38% Gen Z 30% Donne

Altro:

#6	Fermare la caduta dei capelli/fare interventi di rinfoltimento	17
#7	Comprare più spesso profumi e cosmetici	10
#8	Fare un tatuaggio	7
#9	Ricostruire le unghie/manicure professionale	6
#10	Trucco semipermanente	3
	Nessuno di questi/Nulla	10

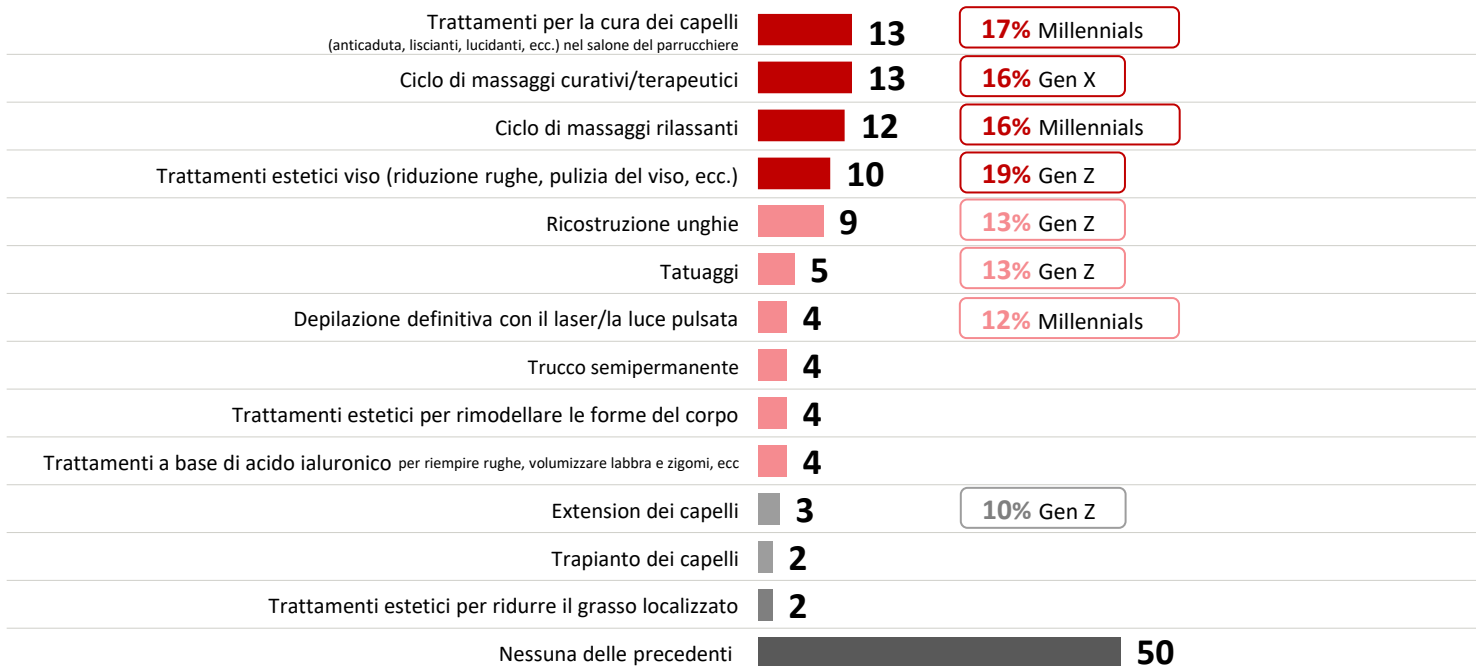
La **perdita di peso** è in cima ai desideri estetici, in particolare per i Baby Boomers. La Gen Z è interessata a **rassodare e rimodellare le forme**, nonostante la giovane età. Le donne sono più focalizzate sulla **riduzione delle rughe**, la **cura dei capelli** e l'**eliminazione dei peli superflui**.

2.

**I trattamenti estetici:
driver e barriere**

La metà ha fatto almeno un trattamento: cura dei capelli e massaggi i più richiesti

Nel corso del 2023 le è capitato di sottoporsi ad uno o più dei seguenti trattamenti estetici? Tra tutti quelle che ha fatto, indichi i più significativi in termini economici, possibili più risposte (max.3)



Osservatorio
COMPASS

1 italiano su 2 dichiara di essersi sottoposto ad almeno **un trattamento estetico** nel corso del 2023. Cura dei **capelli**, del **viso** e **massaggi** i più richiesti, in particolare da Millennials e Gen Z.

Per migliorare l'autostima e sentirsi più sicuri e a proprio agio

Quali sono i principali motivi per cui ha fatto i trattamenti che ha indicato in precedenza? Possibili più risposte (max.3)

TOP 5:

#1	Vedermi in forma migliora la mia autostima	30	38% Gen Z e Baby Boomers
#2	Per sentirmi più sicuro/a di me	30	48% Gen Z
#3	Volevo sentirmi a mio agio in mezzo agli altri	22	26% Silent
#4	Volevo migliorare il mio aspetto/alcuni tratti del mio viso/alcune forme del mio corpo	21	25% Baby Boomers
#5	Volevo attenuare alcuni aspetti che considero miei difetti	17	24% Silent

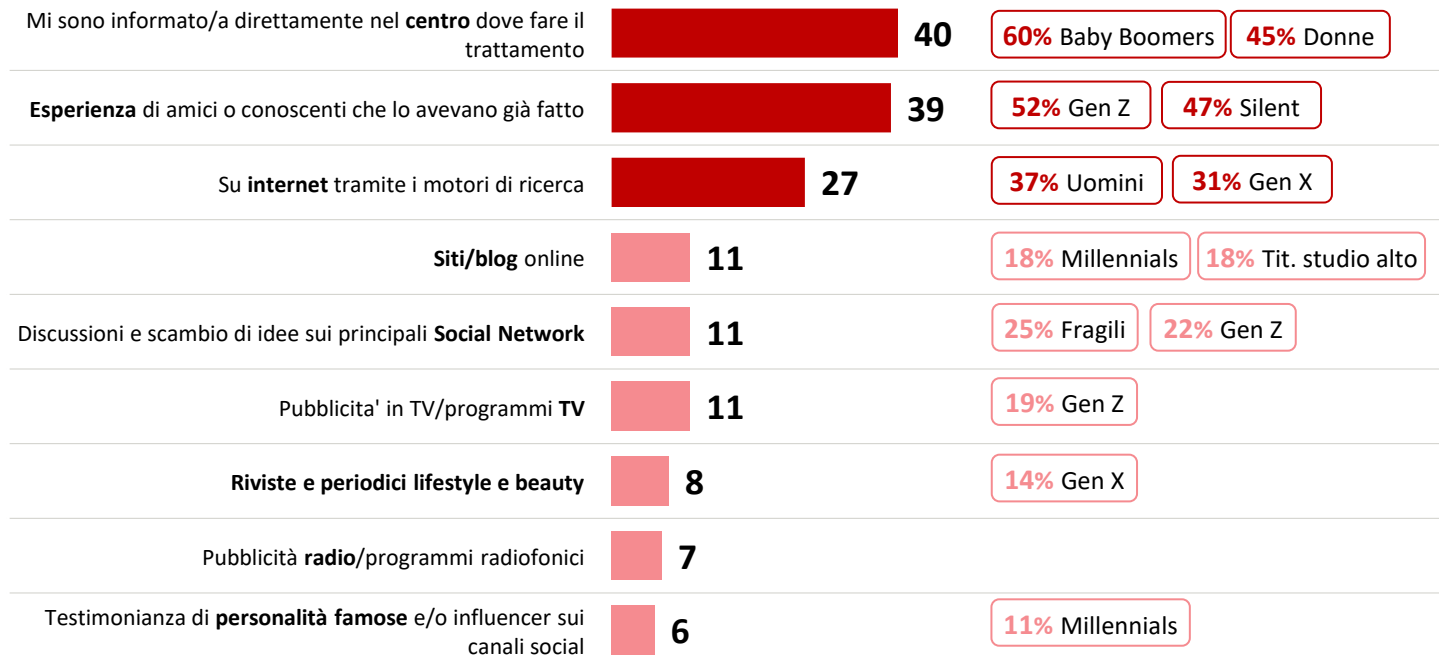
	Altro:		
#6	Volevo piacere di più al mio partner	10	
#7	Frequento ambienti (lavoro, amicizie, ecc) in cui l'aspetto esteriore è importante	9	18% Gen Z
#8	Per apparire più giovane, contrastare il passare del tempo	9	13% Silent
#9	Perché volevo essere più affascinante	7	
#10	Per fare come le celebrities/per assomigliare alle persone famose	4	

Osservatorio
COMPASS

I motivi per cui ci si sottopone a trattamenti estetici sono molteplici. Il **miglioramento dell'autostima** e il **sentirsi più sicuro di sé** sono i prevalenti, in particolare per la Gen Z. Ma anche per sentirsi a proprio **agio in mezzo agli altri** (tra i Silent) e **migliorare il proprio aspetto** (tra i Baby Boomers)

Il centro scelto per il trattamento e racconti di esperienze dirette

E pensando ai trattamenti estetici che ha fatto nel corso del 2023, quali sono i canali che ha utilizzato maggiormente per raccogliere informazioni prima di farli? Possibili più risposte



Osservatorio
COMPASS

La raccolta di informazioni prima di sottoporsi ad un trattamento viene svolta direttamente nel **centro** scelto o grazie ai racconti delle **esperienze** di persone vicine. I **motori di ricerca** sono usati in prevalenza da uomini e dalla Gen X.

Estetista e salone del parrucchiere i più utilizzati

E dove ha fatto i trattamenti estetici nel corso del 2023? Massimo 2 risposte



28% ESTETISTA

35% Sud e Isole
33% Donne



26% PARRUCCHIERE

51% Gen Z
31% Fragili



23% CENTRO ESTETICO

31% Tit. Studio Alto
29% Donne



18% PALESTRA

27% Uomini



**12% DERMATOLOGO/
CENTRO MEDICO**

23% Baby Boomers



8% NAIL CENTER

13% Tit. Studio Basso



8% CENTRO TERMALE

12% Uomini

**6% CENTRO ANTI CADUTA
CAPELLI**

Osservatorio
COMPASS

I luoghi scelti per i trattamenti sono in prevalenza **estetiste, parrucchieri e centri estetici**.

Wellness e cura del corpo: nel 2023 1 su 2 si è sottoposto ad un trattamento, spendendo oltre 300€

Ha indicato che nel corso del 2023 si è sottoposto/a almeno una volta ai seguenti trattamenti estetici
Per ciascuna voce, indichi complessivamente quanto ha speso nel corso del 2023

Trattamenti nel salone del parrucchiere per la CURA DEI CAPELLI (anticaduta, liscianti, lucidanti, ecc.)	13%	257 €
Ciclo di MASSAGGI CURATIVI/TERAPEUTICI	13%	313 €
Ciclo di MASSAGGI RILASSANTI	12%	317 €
TRATTAMENTI ESTETICI VISO (riduzione rughe, pulizia del viso, ecc.)	10%	249 €
RICOSTRUZIONE UNGHIE	9%	185 €
TATUAGGI	5%*	205 €
DEPILAZIONE DEFINITIVA	4%*	481 €
TRUCCO SEMIPERMANENTE	4%*	241 €
Trattamenti estetici per RIMODELLARE LE FORME DEL CORPO	4%*	282 €
Trattamenti a base di ACIDO IALURONICO per riempire rughe, volumizzare labbra e zigomi, ecc	4%*	498 €
EXTENSION dei capelli	3%*	600 €
TRAPIANTO dei capelli	2%*	931 €
Trattamenti estetici per RIDURRE IL GRASSO LOCALIZZATO	2%*	490 €

Spesa media
per singola voce

Osservatorio
COMPASS

Nel 2023 in media
**320€ spesi per
trattamenti estetici.**
Le spese più alte sono
per il trapianto dei
capelli e per le
extension.

50%

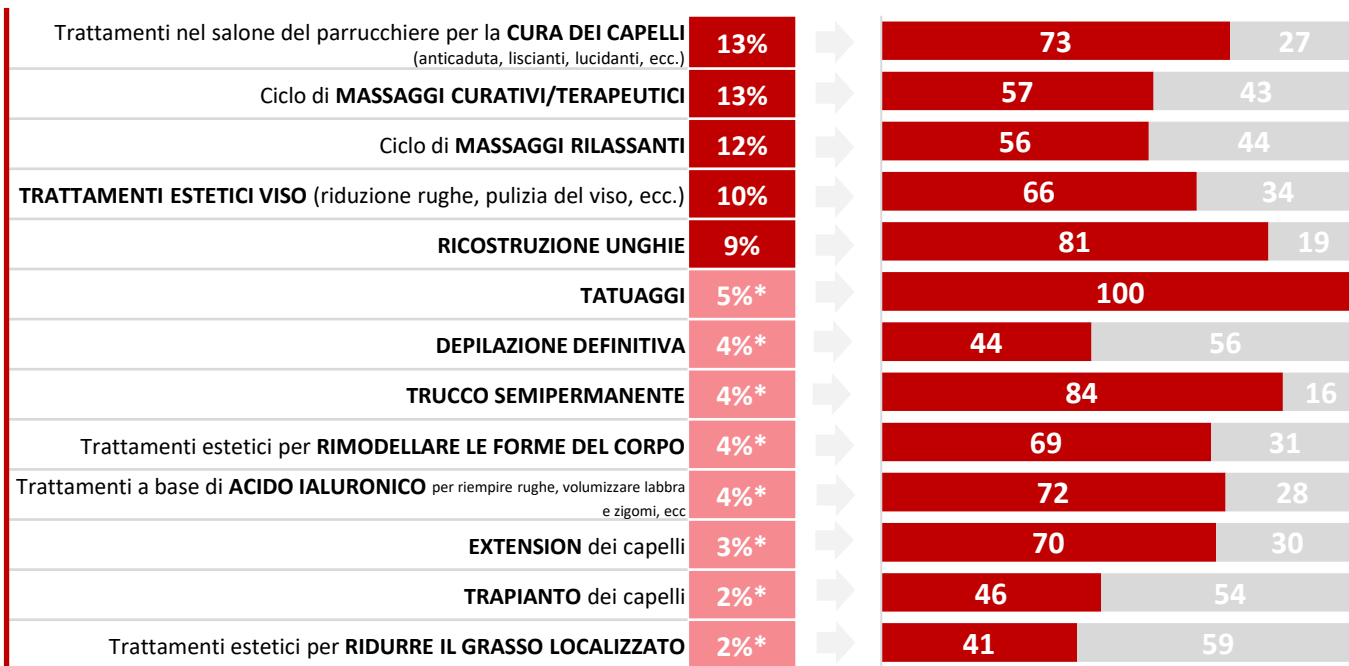
**Gli italiani che si sono sottoposti ad un trattamento estetico
nel corso nel 2023**



**per una spesa media pro-capite di circa 320 € nel
2023**

La scelta prevalente è acquistare la singola seduta, pagando di volta in volta

Quale modalità di acquisto ha preferito per i trattamenti estetici che ha fatto nel 2023?



↳ **67%** la % media di chi acquista la singola seduta - **33%** la % media di chi acquista il pacchetto

■ Ho acquistato la singola seduta (se previste più sedute ho pagato di volta in volta)

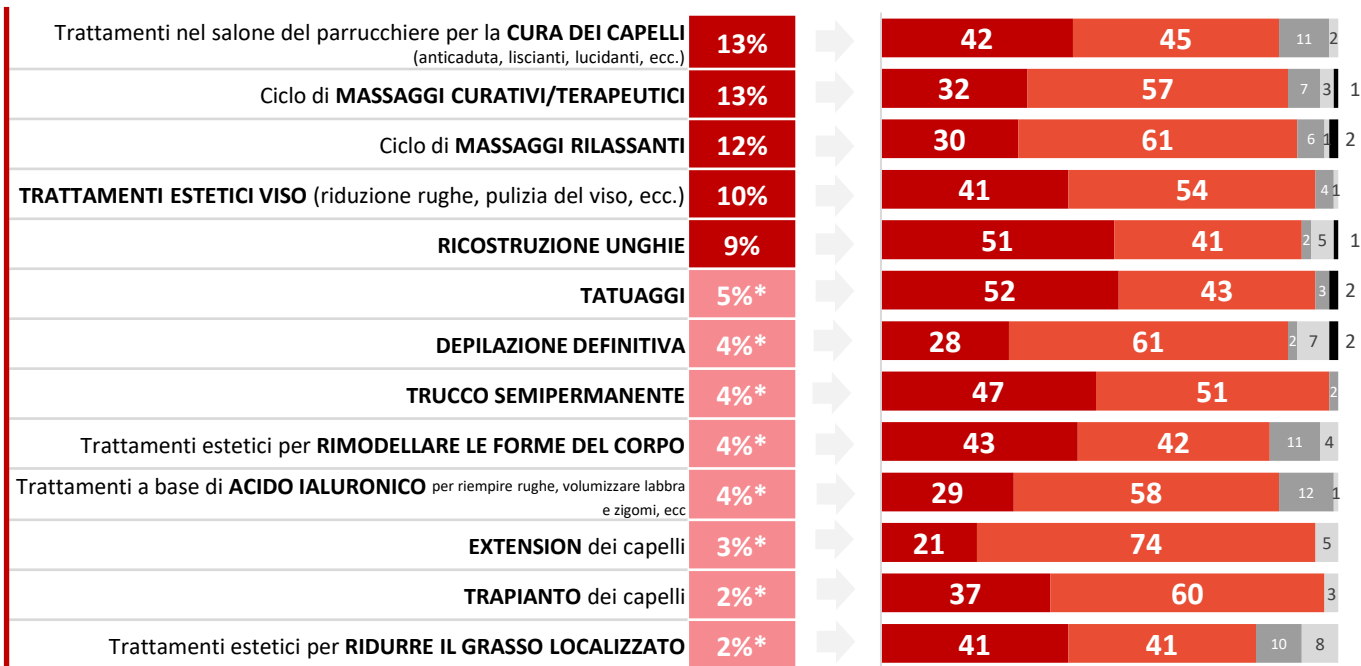
■ Ho acquistato un pacchetto di trattamenti/ho fatto un abbonamento

Osservatorio
COMPASS

La **singola seduta** è la scelta prevalente, anche se ci sono delle differenze a seconda della tipologia del trattamento. L'acquisto di **abbonamenti/pacchetti** è legato alla necessità di effettuare più sedute per portare a termine il trattamento.

In prevalenza il pagamento è con carta di credito/debito o in contanti

Quale tipo di pagamento ha utilizzato per i trattamenti estetici che ha fatto nel 2023?
Se ha utilizzato più modalità di pagamento, selezioni quella usata più spesso.



Osservatorio
COMPASS

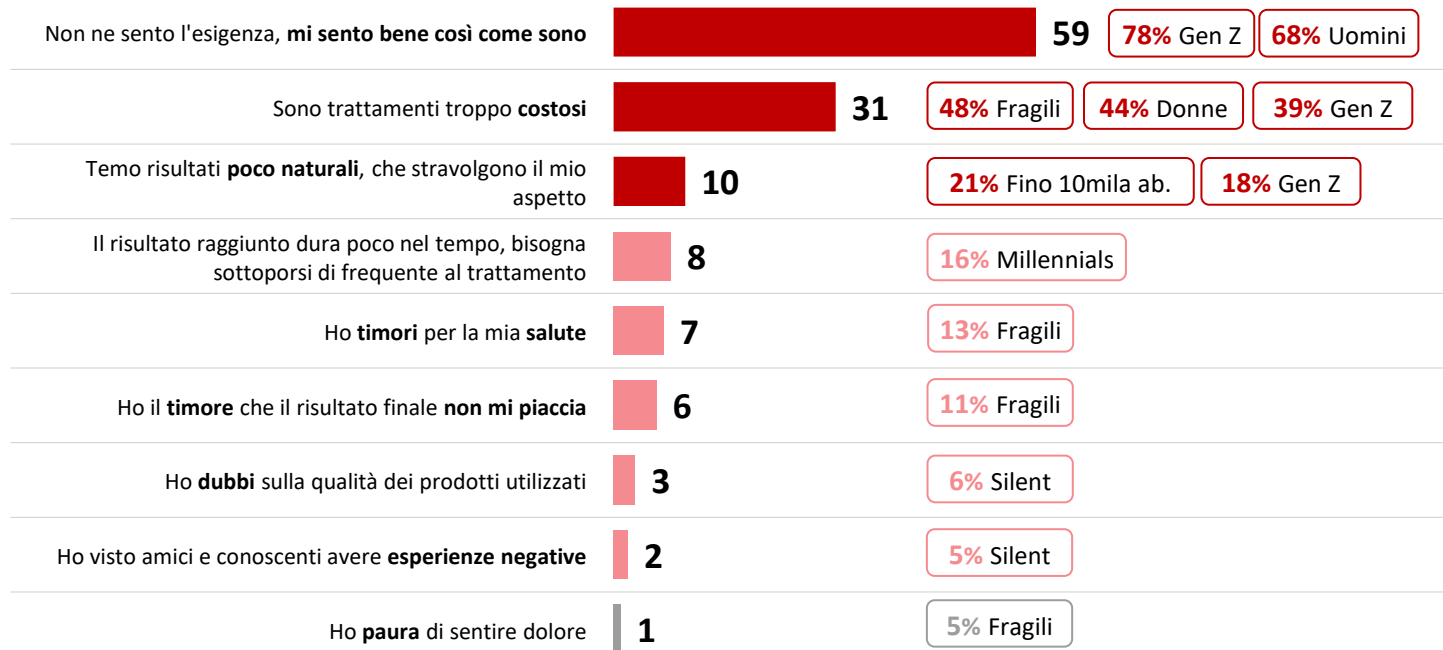
Il pagamento dei trattamenti viene effettuato in prevalenza con **carta di credito/debito, ancora molto diffuso il contante**. Le altre modalità di pagamento sono più residuali, in particolare le 3/4 rate senza interessi non sono ancora molto utilizzate.

↳ **38%** la % media di chi paga in contanti – **53%** la % media di chi paga con carta di credito/debito

■ Contanti ■ Finanziamento a rate ■ altro
■ Carta di credito/debito ■ 3/4 rate senza interessi

Sentirsi bene con se stessi è la prima «barriera» ai trattamenti estetici

Lei ha detto di non aver fatto alcun trattamento estetico nel 2023, per quali motivi?



Osservatorio
COMPASS

Si sta bene con sé stessi e non si sente l'esigenza di sottoporsi ad trattamenti estetici, in particolare per la Gen Z e gli uomini. A seguire il **prezzo elevato** (citato soprattutto dai «fragili» e dalle donne), il timore di **risultati non naturali** e dover **ripetere il trattamento nel tempo**.

3.

**I trattamenti estetici
nel 2024**

Il 57% si dichiara interessato ad un trattamento estetico

Nel 2024 quali dei seguenti trattamenti estetici pensa di fare? Possibili più risposte

ciclo di MASSAGGI RILASSANTI	15%	20% Gen X
ciclo di MASSAGGI CURATIVI/TERAPEUTICI	14%	19% Baby Boomers
trattamenti nel salone del parrucchiere per la CURA DEI CAPELLI <small>(anticaduta, liscianti, lucidanti, ecc.)</small>	12%	18% Donne
trattamenti ESTETICI VISO (riduzione rughe, pulizia del viso, ecc.)	12%	18% Donne
RICOSTRUZIONE UNGHIE	10%	15% Donne 15% Millennials
DEPILAZIONE DEFINITIVA	9%	23% Gen Z 17% Millennials
TATUAGGI	8%	23% Gen Z
trattamenti a base di ACIDO IALURONICO per riempire rughe, volumizzare labbra e zigomi, ecc.	6%	12% Gen Z
trattamenti estetici per RIMODELLARE LE FORME DEL CORPO	5%	
trattamenti estetici per RIDURRE IL GRASSO LOCALIZZATO	5%	10% Fragili
TRUCCO SEMIPERMANENTE	4%	
TRAPIANTO dei capelli	2%	
EXTENSION dei capelli	1%	

Osservatorio
COMPASS

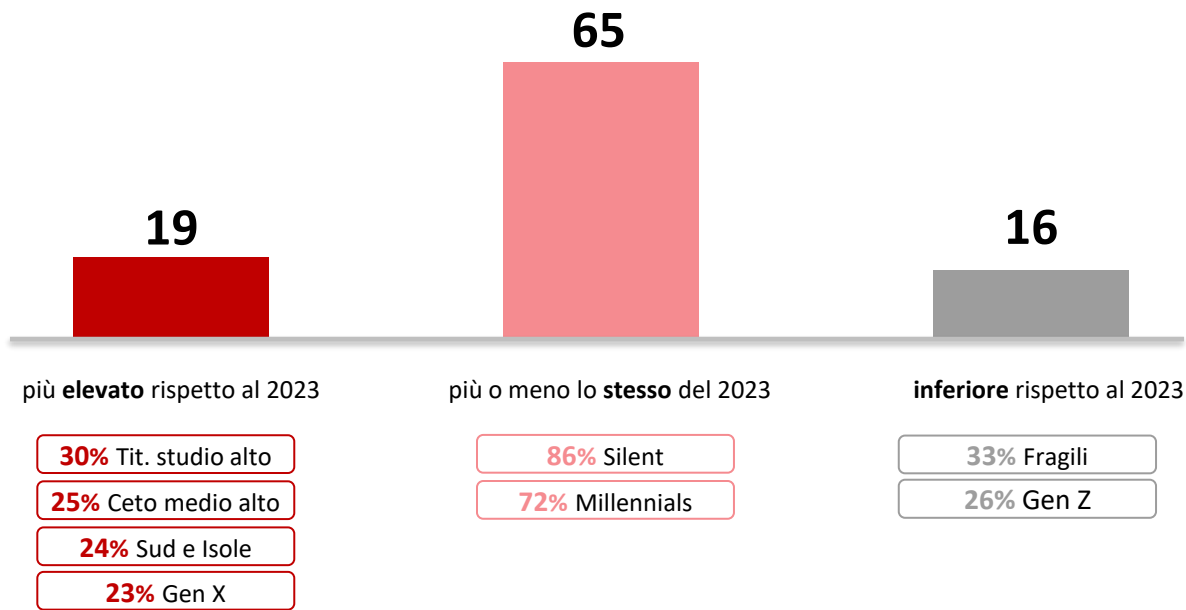
I massaggi e i trattamenti per capelli e viso sono i più attraenti. Il 43% dei rispondenti dichiara di non essere intenzionato a fare trattamenti estetici.

57%

Gli italiani che si dichiarano interessati a sottoporsi ad un intervento estetico nel corso nel 2024

Per il 65% la spesa per i trattamenti sarà allineata al 2023

Nel 2024 il budget che ha intenzione di destinare ai trattamenti estetici sarà...



Osservatorio
COMPASS

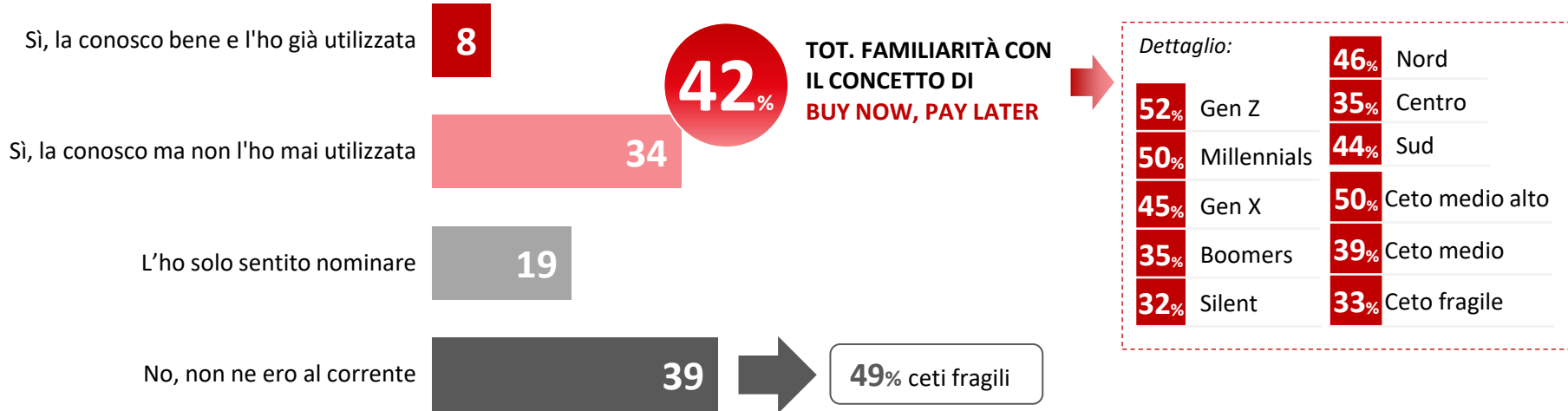
Per il 2024 un **aumento** della spesa per 1 rispondente su 5, in particolare tra chi ha un'istruzione elevata, fa parte del ceto medio (e della Gen X) e vive al Sud. Per Silent e Millennials invece la tendenza è a **mantenere la stessa spesa** del 2023.

4.

**Focus:
il Buy Now Pay Later**

Buy Now, Pay Later: 4 su 10 dichiarano di conoscerlo, ignaro il 39%

Aveva mai sentito parlare di questa nuova forma di pagamento «Buy Now, Pay Later»?



Osservatorio
COMPASS

8 italiani su 10 affermano di averne già usufruito. In generale, **maggior consapevolezza tra la Gen Z e nelle regioni del Nord**. Tra chi lamenta maggiore **vulnerabilità economica** la quota di quanti **non conoscono queste nuove forme di pagamento** sale al 49% (+10 rispetto alla media).

BNPL per trattamenti estetici: per quasi 1 su 3 un incentivo a spendere di più

IL BUY NOW, PAY LATER DEDICATO A TRATTAMENTI ESTETICI: APPREZZAMENTO E INCENTIVO ALLA SPESA

estremamente utile

6

molto utile

28

abbastanza utile

29

poco utile

18

per nulla utile

19

TOT. UTILE

61%

74% Millennials

74% Uomini

72% Sud e Isole

69% Tit. studio alto

TOT. INCENTIVO AL CONSUMO

31%

38% Gen X

38% Sud e Isole

37% Tit. studio alto

36% Millennials

6

sicuramente sì

25

probabilmente sì

30

forse sì, forse no

20

probabilmente no

19

sicuramente no

UTILITÀ PERCEPITA DEL BUY NOW, PAY LATER PER TRATTAMENTI ESTETICI

SPINTA AD AUMENTARE LA SPESA IN PER TRATTAMENTI ESTETICI GRAZIE AL BUY NOW, PAY LATER

Osservatorio
COMPASS

Il BNPL a supporto dei trattamenti estetici è **ritenuto uno strumento utile da 6 italiani su 10**. Promotori di questa forma di pagamento sono soprattutto i **Millennials**, gli **uomini** e i residenti nel **Sud Italia**.

Nota metodologica

DISEGNO DI INDAGINE E CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE

Indagine Cawi (*Computer Aided Web Interview*) svolta da SWG per Compass a **febbraio 2024 su 1.103 soggetti maggiorenni**, attraverso un campione stratificato per quote di genere, fascia d'età e area geografica di residenza.

I metodi utilizzati per l'individuazione delle unità finali sono di tipo casuale, come per i campioni probabilistici. I dati sono stati ponderati per genere, età, area di residenza e livello scolare secondo i più recenti dati forniti da ISTAT al fine di garantirne la rappresentatività rispetto alla popolazione di riferimento.

Questa numerosità campionaria consente di **contenere l'errore statistico assoluto sotto la soglia del 3%** (a un intervallo di confidenza del 95%).

Tra le **caratteristiche richieste ai rispondenti**, alcune proprietà rilevanti sono state ricodificate per rendere più chiara ed efficace la presentazione dei risultati:



GENERAZIONI	Classi d'età	AUTOPERCEZIONE ECONOMICA	Arriva a fine mese...
Generazione Z	da 18 a 26 anni	Ceti medio-alti	senza difficoltà
Millennials	da 27 a 42 anni	Ceti medio-bassi	con qualche difficoltà
Generazione X	da 43 a 58 anni	Ceti fragili	con molte difficoltà
Baby Boomer	da 59 a 75 anni		
Generazione Silent	più di 75 anni		



COMPASS
GRUPPO MEDIOBANCA

