

# I prodotti per l'igiene personale

I prodotti per l'igiene personale sono oramai affermati nella quotidianità degli italiani, categoria trasversale e radicata in qualsiasi fascia di consumatore che ne riconosce l'essenzialità e l'importanza. Questa famiglia di prodotti, con quasi il 21% del totale del mercato cosmetico in Italia, concentra oltre 2 miliardi di euro a fine 2023.

L'attenzione verso tali cosmetici è stabile nel tempo, sia per peso sul totale del mercato cosmetico, che per andamento, con l'accentuazione evidenziata dal Covid in poi, ma l'apparente andamento *flat* registra dinamiche estremamente polarizzate, sia all'interno dei canali distributivi, sia nel dettaglio che compone la famiglia di prodotto.

## Andamento dell'igiene personale nei canali d'acquisto (variazioni %)

	nel 2013 Var. % sul 2012	nel 2023 Var. % sul 2022	Peso % sia nel 2013 che nel 2023
iper e super	-2,1%	+7,3%	 72%
sss-drug	+6,2%	+9,8%	
discount	+8,0%	+0,8%	 26%
farmacia	+0,5%	+4,8%	
profumeria	-12,5%	-7,3%	 2%

Infatti, ponendo l'attenzione sul grande aggregato che compone il mass market, si registrano le performance dei dentifrici negli SSS-Drug (+14,9%), i saponi e syndet nei Iper e Super (+18%) e i bagni e doccia-schiuma nei discount (+10,2%).