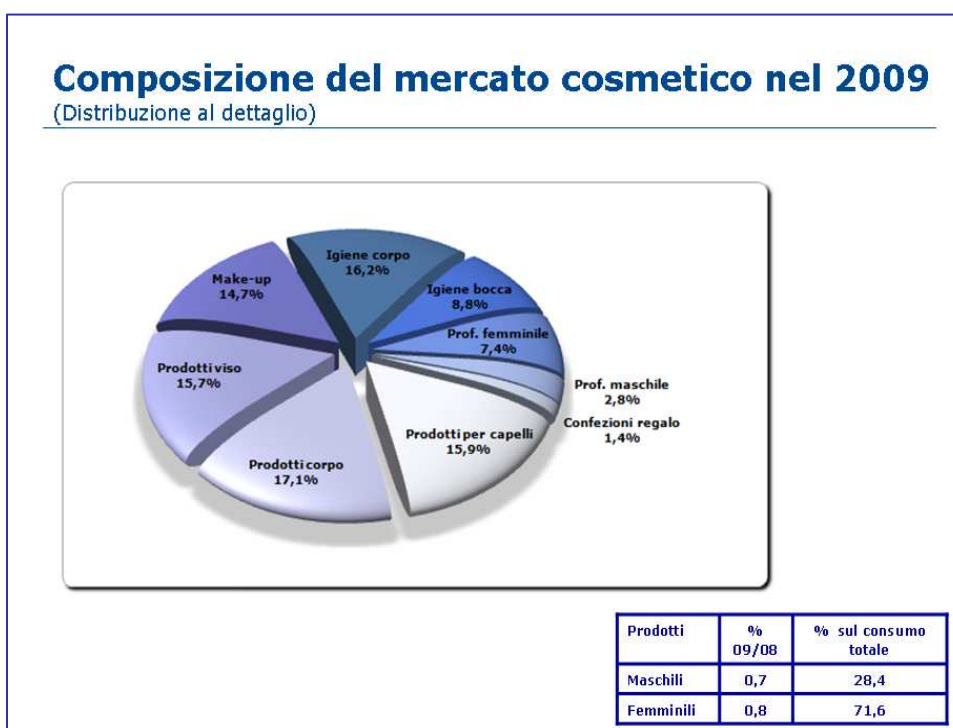


IL MERCATO: I PRODOTTI

L'andamento dei canali nel 2009 porta ad una lettura più dettagliata dei **consumi per prodotto**, tradizionale approfondimento curato dal Centro Studi e Cultura d'Impresa di Unipro che da quest'anno ha ulteriormente perfezionato la rilevazione acquisendo i data base delle società di ricerca, incrociandoli con le statistiche interne.



I **prodotti per il corpo** sono la famiglia che tradizionalmente sviluppa il valore di consumo più alto. Nel 2009 si sono toccati i 1.267 milioni di euro per una crescita dell'1,8%.

Significativa performance dei **deodoranti a antitranspiranti**, +4,1% con un valore delle vendite di quasi 400 milioni di euro, e dei **depilatori**, +6,8% per oltre 73 milioni di euro.

Superiore alla media anche la crescita dei **solari e pigmentanti**, +3,0% con valori vicini ai 360 milioni di euro.

Cala di molto il segmento **prodotti per la cellulite**, -9,1% con poco più di 100 milioni di euro, e quello dei **rassodanti, zone specifiche e antietà corpo**, -3,8% per 55 milioni di euro.

E' la conferma di fenomeni di revisione del mix offerto e soprattutto della rivisitazione di alcune proposte per i prodotti più specifici.