I **prodotti per il viso**, con 1.170 milioni di euro e una lieve contrazione dello 0,3%, rappresentano la terza famiglia per peso specifico.
A parte le **salviettine viso** che con 41 milioni di euro crescono del 5,6%, e le **creme antietà e antirughe** che crescono di quasi un punto percentuale per un valore superiore ai 450 milioni di euro, si assiste ad un ridimensionamento degli altri segmenti, in particolare i **contorno occhi e zone specifiche** che con 127 milioni di euro calano di 3,2 punti percentuali.

Passano al secondo posto tra le famiglie di prodotto vendute sul mercato cosmetico i **prodotti per capelli e cuoio capelluto** con una crescita dello 0,6% e un valore di 1.181 milioni di euro. Sicuramente il fenomeno è legato alla contrazione delle vendite nei canali professionali.
Gli **shampoo**, con oltre 490 milioni di euro venduti e una crescita dell'1,7%, pesano in misura evidente sulla categoria, così come i **dopo shampoo, balsami e maschere** con 155 milioni di euro e un tasso di +1,8%.
In calo **fissatori e mousse strutturanti** e **gel, acque e gommine** con un volume di 124 milioni di euro e un tasso di -3,9%.

I **prodotti igiene corpo** seguono i trend generali con una crescita dell'1,8% e un valore di mercato prossimo ai 1.070 milioni di euro.
Significativa la crescita dei **saponi liquidi**, +4,2% per oltre 153 milioni di euro e quelle dei **prodotti igiene intima**, +4% prossimi ai 265 milioni di euro.

La particolare attenzione delle imprese all'evoluzione del mercato, costantemente impegnate nella ricerca e nell'innovazione, ha sicuramente spinto la crescita di alcuni item in un momento in cui l'ampliamento del mix e la segmentazione dell'offerta sono fenomeni molto caratterizzanti.

E' il caso delle vendite di **dentifrici**, la più alta famiglia in termini di valore, 497 milioni di euro, cresciuta dello 0,7% a conferma che anche un prodotto maturo, in momenti di crisi, riceve spinte sia di carattere promozionale che formulativo.

Meritano una segnalazione quei prodotti che nel 2009 hanno evidenziato crescite superiori alla media: sono i **prodotti per le mani** passati a 191,2 milioni di euro con una crescita del 6,9% che nel canale farmacia è stata addirittura del 10,4%; i **delineatori e matite occhi**, +4,9% venduti per poco meno di 74 milioni di euro; i **colluttori e deodoranti alito** con una crescita di 6,8% e un valore di mercato prossimo a i 160 milioni di euro; infine si segnalano le **confezioni regalo uomo** cresciute di 7 punti percentuali con un valore di 47 milioni di euro.