

LE SCAN DE L'INFO

La Clean Beauty se renforce en GSA au sein du rayon hygiène beauté.

Le développement soutenu des produits naturels, dont le CA dépasse en 2021 celui de l'hygiène beauté bio, porte le marché.

Clean Beauty

820 M€

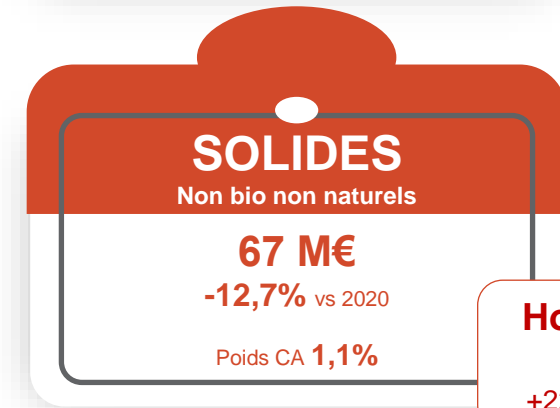
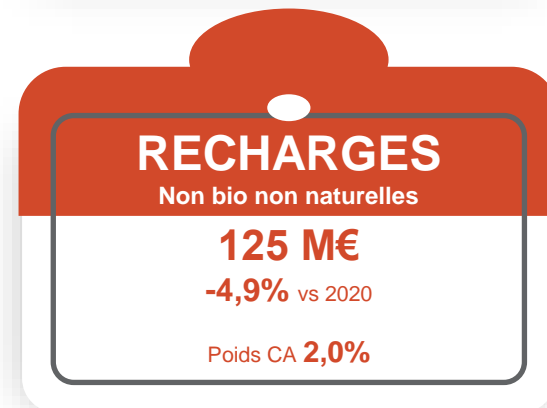
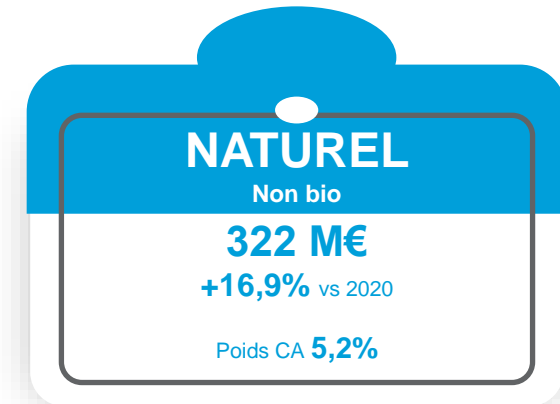
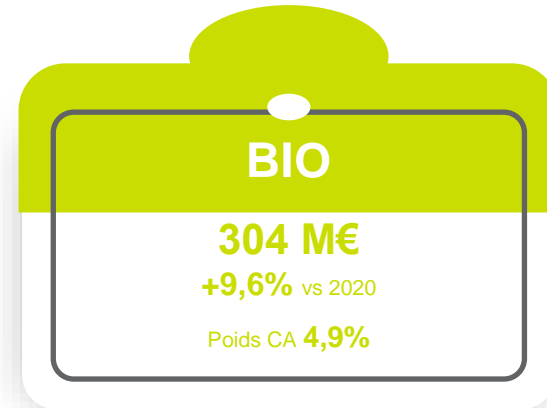
+7,2% vs 2020

(+38,1% vs 2019)

Poids CA / hygiène beauté

13,2%

(+4 pts vs 2019)



Clean beauty : bio + produits naturels > 85% (hors dépilatoires et hygiène buccale) + cosmétiques solides (savons shampoings gels douches visage) + déodorants sans sel d'aluminium + shampoings sans sulfate et sans silicone + gels douches sans sulfate + coloration végétale + recharges.

Tous circuits GSA – Année 2021

Source : IRI Liquid Data®

Retrouvez nos publications sur www.iriworldwide.com rubrique Insights → Publications.

Les informations communiquées dans ce support ne peuvent être ni amendées ni modifiées. Publication mars 2022.



IRI