

Panel Postası

Hanelerin Parfümeri Günlüğü

Sayı 12

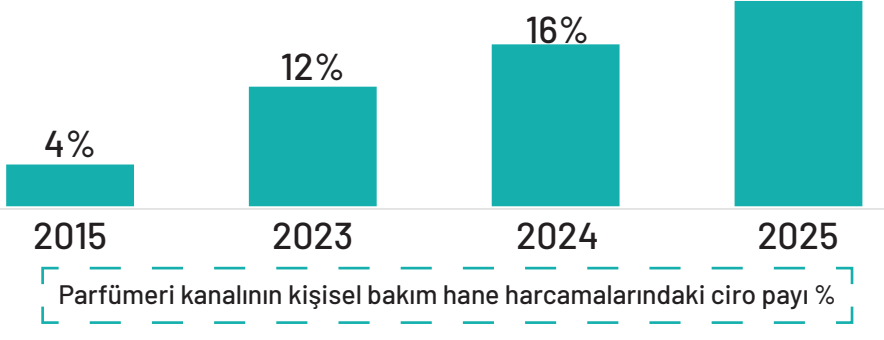
Ipsos

Kişisel Bakımda Parfümerinin Payı Hızla Arttı

Hanelerin **kişisel bakım ürünlerine** yaptığı harcamada parfümeri kanalının payı

%20

Parfümeri kanalının payı son **10 yılda 5 katına çıktı**. Geçen seneye göre ciro **%84 arttı**.



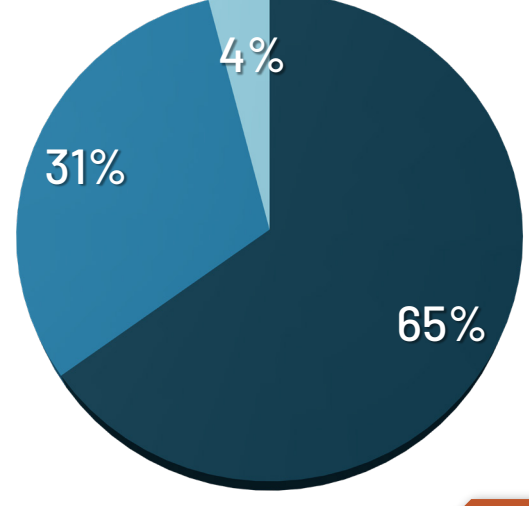
Kaynak: Ipsos Hane Paneli

Büyümenin İtici Gücü Vücut Bakım Ürünleri

Parfümeri kanalındaki büyümeye en büyük katkısı, **kişisel bakım** içindeki payı da yüksek olan **vücut bakım ürünleri** sağladı.

Parfümeri kanalının ciro değişimine katkı %
2025 vs 2024

- Vücut Bakım Ürünleri
- Kağıt Ürünleri
- Saç Bakım Ürünleri



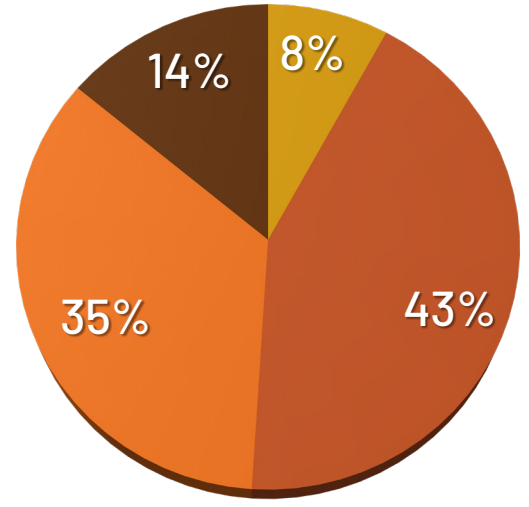
Kaynak: Ipsos Hane Paneli

Parfümeri Kanalında Bağımsız Markalar Hızla Güçleniyor

Hanelerin parfümeri kanalındaki **kişisel bakım** harcamalarında **bağımsız parfümeri markaları*** geçen seneye göre **%89** artışla paylarını geliştirdi ve **%8'e** ulaştı. Büyümesi geride kalsa da **yerel ve global yaygın markalar hala kanalın ana oyuncusu**.

Parfümeri kanalında marka ciro payı %
2025

- Yerel Markalar
- Global Markalar
- Market Markaları ve Diğer Tüm Markalar
- Bağımsız Parfümeri Markaları*



*Ulusal zincir ve indirim marketi kanallarda satışı olmayan, parfümeri kanalına özgü markalar

Kaynak: Ipsos Hane Paneli

Kişisel Bakım Harcamalarında Kanal Tercihi Parfümeri

Hanelerin **%57'si kişisel bakım ürünlerini** parfümeri kanalından satın alıyor.

2025'te bir alışverişte **kişisel bakım** için ortalama harcama **167 TL** iken, **parfümeri kanalında bu tutar 398 TL**.

Türkiye ortalama sepet değeri

167 TL

Parfümeri kanalı ortalama sepet değeri

398 TL

Kaynak: Ipsos Hane Paneli

Parfümeride Harcamayı Sıklık Artırıyor

Parfümeri kanalının yoğun* alışverişçilerinde harcamayı artıran unsur sepet tutarından çok **alışveriş sıklığı**: Ortalama haneler **iki ayda bir**, yoğun alışverişçiler ise **3-4 haftada bir** kişisel bakım ürünü alıyor.

Yılda 6 kere

Parfümeri kanalı ortalama ziyaret sıklığı

Yılda 15 kere

Yoğun alışverişçilerde parfümeri kanalı ortalama ziyaret sıklığı

*Parfümeri kanalı harcaması en yüksek ilk %20'lik dilimde yer alan haneler

Kaynak: Ipsos Hane Paneli

Yoğun Alışverişçide Parfümeri Kanalı Baskınlaşıyor

Yoğun* alışverişçilerin **kişisel bakım** harcamasında parfümeri kanalının payı **%53'e** yükseliyor.

Türkiye genelinde hanelerin kişisel bakım harcamasında parfümeri ciro payı

%20

Yoğun alışveriş harcamasında işçi hanelerin kişisel bakım ve parfümeri ciro payı

%53

*Parfümeri kanalı harcaması en yüksek ilk %20'lik dilimde yer alan haneler

Kaynak: Ipsos Hane Paneli

Detaylı bilgi için TR-ConsumerPanel@ipsos.com adresinden bize ulaşabilirsiniz.