



Intimit  , per 7 donne su 10 il confronto con altre donne aiuta a viverla con pi  naturalizza

Descrizione

(Adnkronos)    Parlare di igiene intima   oggi pi  facile rispetto al passato per oltre 7 donne su 10. E per circa altrettante il confronto con altre donne contribuisce a vivere con maggiore naturalizza temi personali e legati all  intimit  .   quanto emerge da una ricerca YouGov realizzata per Chilly, parte di Bolton, su un campione rappresentativo di donne italiane tra i 18 e i 54 anni, che fotografa un rapporto con lâ  intimate care sempre pi  legato a benessere, consapevolezza e condivisione.

Secondo lâ  indagine, lâ  86% delle intervistate afferma che prendersi cura della propria igiene intima contribuisce a farle sentire maggiormente a proprio agio e pi  sicure, mentre il 76% considera la cura intima un elemento importante per affrontare con maggiore sicurezza la quotidianit  .

Negli ultimi cinque anni il rapporto con questi temi   cambiato per il 58% delle donne intervistate, che dichiara di aver maturato una maggiore consapevolezza oppure di vivere lâ  intimit  con pi  naturalizza e libert  . Tra le generazioni pi  giovani emerge una maggiore apertura: il 67% delle donne della Gen Z e il 70% delle Millennials dichiara di sentirsi a proprio agio nel parlare di sessualit  e vita sessuale, contro il 60% delle donne della Gen X.

Il confronto con le persone pi  vicine rappresenta uno degli elementi di questo cambiamento. Per il 64% delle intervistate le amiche sono il principale interlocutore per parlare di igiene intima e intimit  , seguite dalla famiglia, indicata dal 42%. Anche rispetto agli argomenti considerati ancora pi  difficili da affrontare, il dialogo avviene soprattutto all  interno delle relazioni personali: il 62% ne parla pi  apertamente con le amiche e il 43% con il partner.

Per circa 7 donne su 10, condividere esperienze con altre donne aiuta inoltre a vivere con maggiore leggerezza e naturalizza temi personali o intimi, favorendo crescita personale e benessere. A incidere sulla maggiore apertura sono anche i contesti digitali: oltre 3 donne su 4 ritengono che oggi sia pi  semplice parlare di intimit  grazie al digitale, mentre circa 7 su 10 osservano una maggiore disponibilit  della societ  ad affrontare questi argomenti rispetto al passato.

La ricerca si inserisce in un percorso di indagine avviato da Chilly nel 2024 insieme a People the Research Partner, con uno studio condotto tra donne e uomini in Italia e Spagna sulle abitudini legate all'igiene intima. Da quella ricerca era emerso, secondo quanto riferito dall'azienda, il bisogno di completare la routine quotidiana dopo la detersione con un prodotto dedicato alla sensazione di freschezza e comfort durante la giornata. Da qui il lancio di Chilly Intimo Deo, un deodorante intimo destinato a completare la routine di igiene personale.

Il lancio del prodotto Ã stato accompagnato a Napoli dal "Chilly Live Show". Ieri sera, 18 settembre, Piazza Dante ha ospitato la prima serata dell'iniziativa, con l'esibizione di Francesca Michielin seguita da uno spettacolo di giochi d'acqua, luci e videoproiezioni. L'appuntamento prosegue questa sera, 19 settembre, con una seconda replica dello spettacolo immersivo.

La componente visual dell'evento Ã curata dalla movement designer Macia Del Prete, fondatrice del Collettivo Trasversale. L'acqua utilizzata durante lo spettacolo, spiega l'azienda, sarÃ recuperata al termine dell'iniziativa e destinata, quando possibile, a successivi usi tecnici compatibili.

Con questo evento vogliamo inaugurare un nuovo capitolo per Chilly: per la prima volta la marca passerÃ dal parlare alle donne al dialogare direttamente con loro, in una dimensione live e condivisa, commenta Simone De Pilla, Direttore Marketing Italia Personal Care Bolton. "Ã un passaggio coerente con l'evoluzione di Chilly, che cresce insieme ai loro bisogni e interpreta la cura intima come parte del benessere quotidiano, in modo sempre piÃ leggero, positivo e libero da tabÃ". Durante le due serate sono inoltre distribuiti al pubblico campioni del nuovo prodotto. L'iniziativa Ã accompagnata da una presenza pubblicitaria sul territorio cittadino, con impianti digitali e spazi brandizzati nella stazione della metropolitana Dante.

Ã

cronaca

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 19, 2026

Autore

redazione