DETERSIVI LIQUIDI LAVATRICE

Insieme al fatturato cresce anche il numero delle varianti

Fonte IRI

Supermercati	Ipermercati	Lsp
Vendita a valore 239.913.655 quota 59,4%	Vendita a valore 104.509.094 quota 25,9%	Vendita a valore 59.275.673 quota 14,7%
Vendita a volume 158.611.699 lt quota 59%	Vendita a volume 72.952.073 lt quota 27,1 %	Vendita a volume 1.299.278 quota 13,8%

Vendita a valore	Vendita a volume	Prezzo medio	Numero medio referenze per pdv
403.698.424 € Δ 6%	268.765.152 lt Δ 3%	1,50 €/lt Δ 2,9%	39,8

Dati: a.t. feb. 2009

Cresce il doppio dell'inflazione il valore del mercato dei detersivi liquidi per lavaggio in lavatrice e aumentano del 3% anche i volumi: risultati positivi, soprattutto per super e ipermercati, se si considera che l'offerta dei discount è particolarmente incisiva nella cura tessuti, anche se nella lettura dei numeri bisogna tenere presente che gli incrementi sono anche il frutto della migrazione di consumo dal tradizionale detersivo in polvere. I dati IRI, aggiornati a febbraio 2009, segnalano il grande potenziale di vendita del canale ipermercato (come succede per tutti i prodotti adatti allo stoccaggio per lunghi periodi) e l'incremento, spettacolare in termini relativi, ma ancora modesto in numeri assoluti, delle private label, che hanno guadagnato una quota l'1,3% a valore e dell'1,9% a volume.

Dal punto di vista geografico, l'aspetto più interessante appare la netta differenza di quota (il 2,4%) tra volumi e valori registrati al Sud: significa che si vendono prodotti di minor prezzo. Infine, i dati IRI splittano il mercato in detersivi liquidi normali e concentrati. A dispetto della evidente maggiore praticità di trasporto, la quota dei secondi non solo è irrisoria (attorno allo 0,5%) ma, nel periodo di rilevazione, ha registrato un vero e proprio tracollo perdendo il 41% a volume e oltre il 48% a valore.

L'ANALISI DI GDOWEEK

Il mercato analizzato in questa occasione ha una peculiarità: non esistono prodotti che, da un punto di vista strettamente commerciale, si possano considerare premium. Il top di gamma è rappresentato dai brand leader, quelli sui quali si costruisce la scala prezzi. Ne risulta una scansione più ristretta: dal rilevamento compiuto da *Gdoweek* emerge che le PI costano il 42% meno rispetto alle marche leader, mentre i primi prezzi il 65%.

La rilevazione mette in luce anche come stiano aumentando le varianti "ecologiche", con profumazioni e componenti che si richiamano alla naturalità (ad esempio con l'impiego dell'aloe) o della tradizione (Marsiglia). Dalle visite, però, emerge la grande disomogeneità degli scaffali dei pdv visitati: lo stesso produttore presenta più varianti di formato all'interno dello stesso store e offre formati differenti a seconda dell'insegna partner. Se lo scopo può essere quello di guadagnare in visibilità, per il consumatore risulta, però, difficile percepire la reale convenienza di un'insegna rispetto a quello di un'altra, misurabile soltanto se si effettua il confronto a unità di misura omogenea. Forte la promozionalità, soprattutto negli ipermercati, ma ci si rivolge prevalentemente a consumatori con famiglie numerose, perché il taglio prezzi riguarda principalmente confezioni multipack contenenti due o più confezioni di grande formato.

Tutte le otto insegne monitorate presentano prodotti a marchio; i prezzi dei prodotti leader più bassi si registrano al *Galassia* di Verona, che pure ha la palma della convenienza nelle PI. Il primo prezzo più basso è quello dell'*Ipercoop* di Roma. Il formato più presente negli scaffali display è la variante da 3 litri, che rappresenta il 41% dell'offerta; il 21% è appannaggio dei 4 litri e il 25,7% dei 2,5 litri. La categoria occupa in media 5 moduli standard su 4 ripiani, la sequenza espositiva è piuttosto varia, ma vede prevalere un display verticale per marca. In qualche caso, sono raggruppati separatamente, su 2 o 3 moduli, le varianti come il Marsiglia.

Gino Pagliuca

vendite a valore

Nord-Ovest
130.289.471 €
32,3%

Nord-Est
74.137.305 €
18,4%

Centro+Sardegna
105.585.863 €
26,2%

Sud
93.685.787 €
23,2%

vendite a volume

Nord-Ovest
82.982.259 lt
30,9%

Nord-Est
47.501.782 lt
17,7%

Centro+Sardegna
69.419.180 lt
25,8%

Sud
68.861.930 lt
25,6%

private label

valore

a.t. febbraio 2008 22.873.440 €
a.t. febbraio 2009 29.434.326 €

volume

a.t.febbraio 2008 19.637.060 lt
a.t. febbraio 2009 25.299.654 lt

% quota a valore

a.t. febbraio 2008 6%
a.t. febbraio 2009 7,3%

% quota a volume

a.t. febbraio 2008 7,5%
a.t. febbraio 2009 9,4%

Fonte: IRI a.t. febbraio 2009

L'analisi dell'offerta è effettuata da Gdoweek in 8 pdv rappresentativi delle principali insegne della gdo, 2 per ognuna delle 4 macroaree geografiche del Paese. La scala prezzi è creata partendo dalla marca leader riconducendo i costi a un'unità di misura standard. Le rilevazioni sono state effettuate dal 18 marzo al 7 aprile 2009.

La rilevazione di Gdoweek ... item x item

di Lu.ca e A. Bonaccorsi

	MILANO		VERONA		ROMA		CATANIA	
PRODOTTO	Esselunga	Iper	Bennet	Galassia	Ipercoop	Panorama	Auchan	Carrefour
Ace lt 3	4,58 (2 v)	6,29		4,99	5,85	5,14 (2 v)	6,29	5,19 (2 v)
Arex lt 3				3,95 (3 v)				
Ava lt 2,5	5,79 (4 v)		4,15		5,25	2,99		
Ava lt 3					4,79 (3 v)			
Ava lt 4		8,99 (2 v)	8,99 (2 v)				8,99	8,99
Bio Presto lt 2,5	5,40 (2 v)		4,69	4,90 (2 v)				
Bio Presto lt 4		8,19 (2 V)					8,19	
Biocare lt 3				4,90				
Bolt 2 in 1 lt 3		5,50	4,25	4,99			5,99	
Bolt lt 3	5,50 (3 v)	4,99 (3 v)	4,50	4,85 (2 v)	5,65 (3 v)	5,99 (2 v)	5,99	5,99 (3 v)
Chanteclair lt 1			1,95 (2 v)		2,00			
Chanteclair lt 2		6,99				3,58		
Chanteclair lt 2,5	5,87 (2 v)	4,99	5,49			5,83		5,71
Chanteclair lt 3		6,59 (3 v)	4,45		6,59	5,61 (2 v)	5,09	6,11 (2 v)
Chanteclair Marsiglia lt 3			5,50 (2 v)		5,90		4,99	
Dash lt 1					2,50			
Dash ricambio lt 2	2,99						4,59	
Dash lt 2,5		6,29					6,39	6,29
Dash lt 3	7,19 (5 v)			5,99 (5 v)		7,83 (4 v)		
Dash lt 4		9,59 (6 v)	9,59 (4 v)		9,59 (4 v)		9,59 (4 v)	9,52 (4 v)
Deox lt 1	2,99							
Deox lt 2,5	6,69 (3 v)	6,98 (2 v)	5,95 (3 v)		6,45 (3 v)		7,59 (2 v)	
Deox lt 4								8,39 (2 v)
Dermomed lt 3				4,90				
Dermomed lt 5				7,90				
Dixan lt 1,5	4,59 (2 v)					4,59	4,59 (2 v)	
Dixan lt 2,5	7,19 (6 v)	7,19	5,40 (2 v)	5,98 (5 v)	6,95	6,90 (4 v)	7,19	7,19
Dixan lt 4		10,49 (6v)	8,70 (3 v)	10,29	10,49 (5 v)	10,80	10,49 (2 v)	10,49 (4v)
Dixan lt 6						14,57		
Felce Azzurra lt 3	5,84 (2 v)	5,90	4,40 (2 v)		4,98		6,03	7,00
Felce Azzurra 2 in 1 lt 3			5,89					
General lt 2,5	4,18 (3 v)	4,49	3,39	4,39 (2 v)	3,84 (2 v)		2,99	4,49
General lt 3					4,50			
General lt 4		6,99 (3 V)	6,49	5,99		6,27	6,49	6,49 (2 v)
Lanza lt 2,5				3,98			4,59	4,19
Lanza lt 3								
Madel lt 3		5,45						
Omino Bianco lt 1					2,32		2,55 (2 v)	1,20
Omino Bianco lt 3	6,29 (2 v)	6,59		6,29 (2 v)	6,95 (2 v)	6,44 (2 v)	6,99	7,12
Omino Bianco Marsiglia lt 3				5,73				
Omino Bianco aloe lt 4			7,99					
Omino Bianco Marsiglia lt 4			5,00					
Rio lt 3								5,02
Scala lt 3								4,59
Soft lt 2,5				4,25 (2 v)				
Soft lt 3								3,65
Sole Marsiglia lt 1						1,76 (2 v)		1,91
Sole lt 2,5	5,19 (2 v)		4,50	4,50 (2 v)	4,99 (4 v)	2,99 (3 v)		4,99 (3 v)
Sole 2 in 1 lt 3			3,75					
Sole lt 4		7,79					7,59	7,79
Sole Marsiglia lt 4		3,54						
Spuma di Sciampagna lt 1			1,50		1,80 (2 v)	1,94 (3 v)	1,99 (2 v)	1,15
Spuma di sciampagna lt 2,5						5,46		
Spuma di Ch. lt 3		4,95	4,40 (3 v)	5,30 (3 v)	5,40 (2 v)	5,36	5,45 (2 v)	5,45 (2 v)
Well lt 3		3,65 (2 v)						
Winni lt 1								2,55

PRODOTTO	MILANO Esselunga	Iper	VERONA Bennet	Galassia	ROMA Ipercoop	Panorama	CATANIA Auchan	Carrefour
Winni lt 3								5,29 (2 v)
PL Auchan lt 3							3,69 (3 v)	
PL Auchan Marsiglia lt 3							3,29	
PL Bennet Marsiglia lt 1			1,49					
PL Bennet lt 3			2,95					
PL Bennet aloe lt 3			3,99					
PL Carrefour lt 1								1,47 (4 v)
PL Carrefour lt 3								3,90 (2 v)
PL Carrefour Marsiglia lt 3								2,99
PL Coop lt 1					1,77 (4 v)			
PL Coop lt 3					4,79 (2 v)			
PL Esselunga ecologico lt 2	4,19							
PL Esselunga lt 3	4,39							
PL Esselunga Marsiglia lt 3	3,79							
PL Iper Total White lt 3		4,70 (2 v)						
PL Pam lt 3						4,56		
PL Pam Marsiglia lt 3						4,29		
PL Selex lt 3				4,49				
PP Auchan lt 3							3,09	
PP Lindy lt 3				3,73 (2 v)				
PP Muschio lt 3					2,30			
PP Nonna Papera lt 4								
PP Textil lt 3								2,49
PP Triv lt 3	2,49							
PP Valis lt 3		3,25						
PP Valis Marsiglia lt 3		3,54				2,89		

tabella presenze

	Milano Esselunga	Iper	Verona Bennet	Galassia	Roma Ipercoop	Panorama	Catania Auchan	Carrefour	Totale varianti	Media	presenze percentuale
Ace	2	1		1	1	2	1	2	10	1,4	2,9
Ava	4	2	3		4	1	1	1	16	2,3	4,7
Bio Presto	2	2	1	2			1		8	1,6	2,4
Bolt	3	4	2	3	3	2	2	3	22	2,8	6,5
Chanteclair	2	5	6		3	4	2	3	25	3,6	7,4
Dash	6	7	4	5	5	4	6	5	42	5,3	12,4
Deox	3	2	3		3		2	2	15	2,5	4,4
Dixan	8	7	5	6	6	7	5	5	49	6,1	14,5
Felce Azzurra	2	1	3		1		1	1	9	1,5	2,7
General	3	4	2	3	3	1	2	3	21	2,6	6,2
Lanza				1			1	1	3	0,8	0,9
Omino Bianco	2	1	2	3	3	2	3	2	18	2,3	5,3
Sole	2	2	2	2	4	5	1	4	22	2,8	6,5
Spuma di Sciampagna		1	4	3	4	5	4	3	24	3,4	7,1
private label	3	2	3	1	6	2	4	7	28	3,5	8,3
altre marche	1	5		10	1	1	1	8	27	3,9	8,0
totale	43	46	40	40	47	36	37	50	339	42,4	100,0
numero referenze base	19	25	26	21	23	21	26	29	190	23,8	

Solo detersivi liquidi per bucato in lavatrice. Esclusi detersivi per indumenti delicati e additivi vari. Nomi indicati solo se presenti in almeno 4 pdv

Sono presenti in media 23,8 referenze di base, che sviluppano 42,4 varianti di tipi e profumazioni, per una concentrazione quindi di 2,8 varianti per marca. L'escursione è contenuta tra le 36 varianti di Panorama e le 50 di Carrefour. Le marche sono in media 15 delle quali ben 7, compresa la marca privata, sono presenti in tutti i punti di vendita. La quota di presenze vede in doppia cifra solo Dash e Dixan, per un valore complessivo del 26,9%. Da notare l'8,3% della marca privata, che la pone al 3° posto. Da segnalare anche la differenziazione tra le insegne che deriva dai formati trattati: quello da 4 litri rappresenta il 20,9%; da 3 litri il 41%; da 2,5 litri il 25,7%.

DOVE

Milano: Esselunga via Ripamonti - 18 marzo 2009; Iper piazzale Accursio - 23 marzo 2009
Verona: Bennet Isola Rizza - 25 marzo 2009; Galassia (Gruppo Selex) San Giovanni Lupatoto - 25 marzo 2009
Roma: Ipercoop via Colombo - 7 aprile 2009; Panorama Ostia - 7 aprile 2009
Catania: Auchan loc. la Rena - 2 aprile 2009; Carrefour Belpasso - 1 aprile 2009