

Obiiettivo: bucato perfetto, cioè senza macchie, né germi infettivi, né incidenti di lavaggio. Gli additivi smacchianti, disinfettanti e salvacoloro continuano a esercitare un discreto appeal sui consumatori, che ne riconoscono l'efficacia sinergica nei confronti dei semplici detersivi, in termini di incremento della loro forza pulente, oltre a plus rilevanti in termini di semplificazione operativa e di risparmio di tempo e denaro (evitano, infatti, la fase di prelavaggio). Non a caso, la categoria sembra non avere ancora esaurito l'onda lunga della crescita, registrando differenziali positivi, soprattutto in termini di volumi; sul fronte dei valori, invece, l'accresciuta tensione promozionale -generata anche dall'incremento del numero dei player in gioco- oggi consente soltanto di consolidare la cifra d'affari raggiunta. Va anche rilevato che, a seguito del forte sviluppo realizzato negli anni precedenti, il business sta ora avviandosi verso una fisiologica fase di assestamento.

A SUPPORTO DEI DETERSIVI

Lo scaffale degli additivi, che per affinità funzionale viene normalmente ubicato in prossimità del reparto detersivi, pullula di referenze classiche, ma anche di interessanti new entry. Lo spazio occupato -considerando una media di 5 ripiani- oscilla fra i 2 metri lineari di un supermercato e i 4-5 di un ipermercato: va sottolineato, tuttavia, che spesso gli additivi propriamente detti vengono esposti insieme a prodotti che rientrano nella più allargata famiglia dedicata al trattamento dei tessuti, che accoglie pure deodoranti, candeggine delicate, coloranti e altro ancora.

Pur in presenza di frequenti lanci, sul fronte dell'innovazione non si rilevano particolari upgrading prestazionali: le promesse ricorrenti, forti e chiare,

restano l'elevata performance smacchiante (sia sui bianchi sia su colorati e delicati), la protezione di fibre e colori anche effettuando bucati misti (cioè mescolando capi di tinte diverse), il potere disinfettante, che -anche a seguito dell'emergenza influenzale di fine 2009- risponde a una specifica richiesta degli utilizzatori. Quanto a confezioni e formule, il range spazia dalle scatole di polveri ai liquidi in flacone, dai formati in tabs ai fogli salvacoloro, dalle soluzioni in gel -efficaci anche sulle macchie secche- ai pratici trigger, dai barattoli ai nuovissimi ecopack (buste in plastica richiudibili).

TUTTI I COLORI DEGLI SCAFFALI

Il reparto additivi bucato risulta sempre più affollato di prodotti di marca. A livello di visual si nota, in proposito, alcune evidenti macchie cromatiche corrispondenti ai principali marchi del settore: il rosa e il bianco, ma anche il rosso, il blu avio e il recentissimo blu scuro, colorazione che connota una nuova linea derivata da una grande operazione di brand stretching da parte di uno dei leader della categoria detersivi. Non mancano gli articoli con marchio d'insegna: polveri sbiancanti

e smacchianti, smacchiatori liquidi e in gel, fogli anti-trasferimento dei colori dispersi ed altri ancora, che consentono di risparmiare anche il 30-40% rispetto alle referenze branded. Molto intense le attività promozionali all'insegna della convenienza: presso alcuni punti di vendita si registrano contestualmente tagli percentuali sui prezzi, azioni paghi 1-compri 2, sconti per i titolari di carta fedeltà, operazioni che -insieme alla crescente presenza di grammature maggiorate- accentuano ulteriormente l'enfasi sul risparmio economico.



Patrizia Pagani