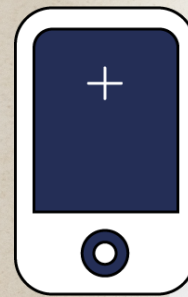


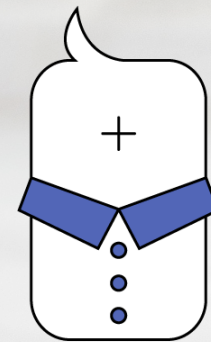
# Chi Conosce fa!

Analisi di Scenario dei Comparti Igiene e cura della persona

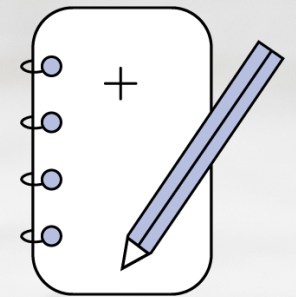
**immediando**



In-Store  
Monitoring



In-Store  
Sales-Advisor



In-Store  
Store-Tools

1

Il reparto Igiene Orale

2

La segmentazione : Assortimento e Spazio

3

***Le Insegne***

4

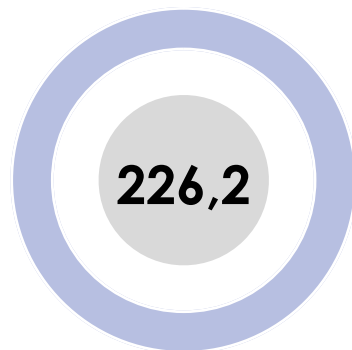
*I competitor*

# Le dimensioni del reparto

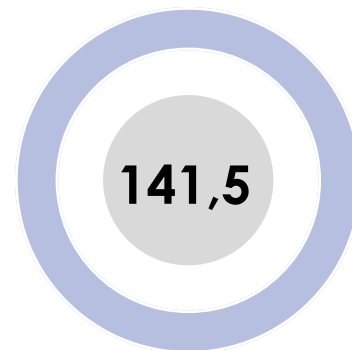
# Referenze



# HYP



# SUP



# Moduli



# HYP



# SUP



## Il mondo igiene orale

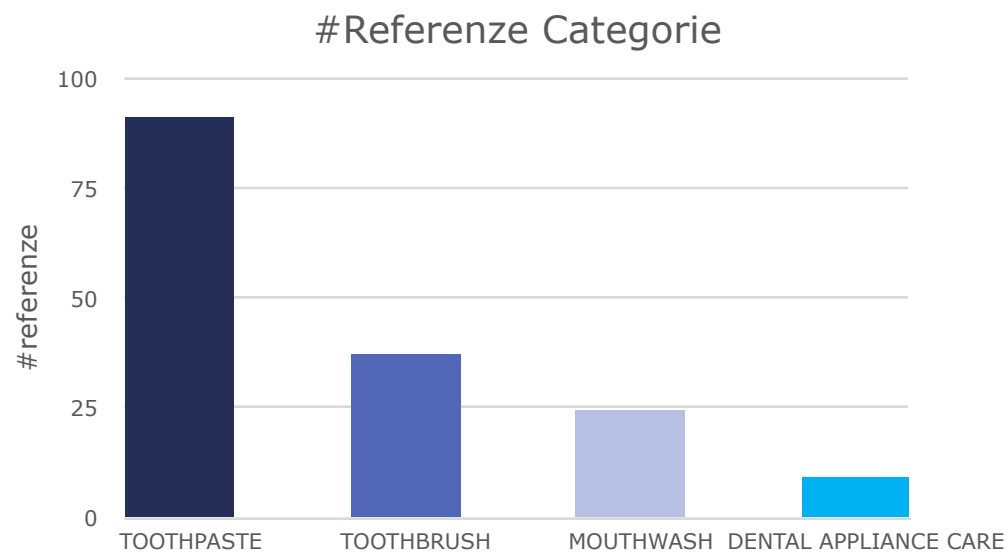
### Assortimento

- + **162** referenze sono le referenze che compongono l'offerta (Iper+Super)
- + Gli ipermercati propongono un assortimento più ampio con circa **226** referenze, mentre i supermercati **circa 142**.

### Spazio

- + La Categoria presidia circa **3,5** moduli\*(Iper + Super)
- + **5,3 moduli** è lo spazio dedicato negli iper mentre sono **2,9** i moduli nei super.

# Il Mix dell'offerta del reparto



Lo Spazio delle Categorie ( il mix %)



## Il mondo igiene orale

### Assortimento

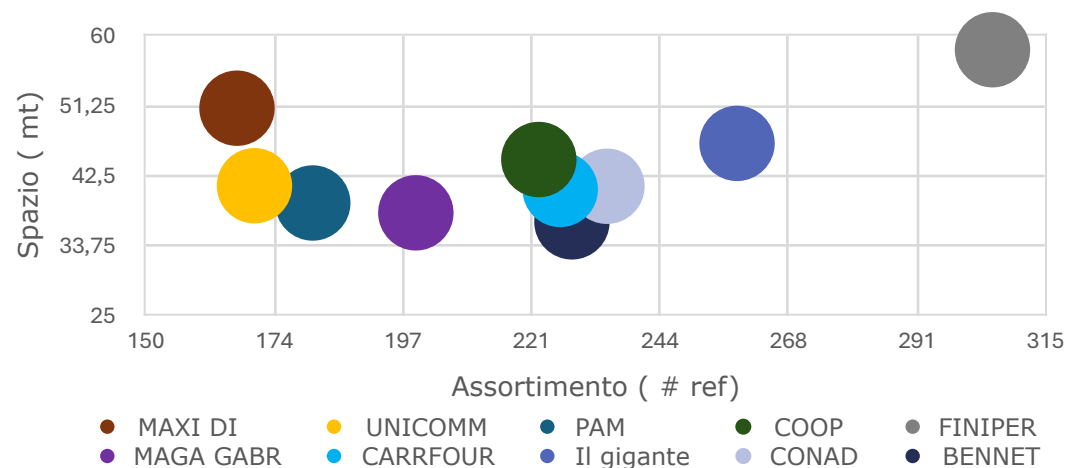
- + A livello di segmento, i dentifrici dominano il comparto dell'igiene orale con oltre **90 referenze**.
- + Gli Spazzolini seguono con circa **37 referenze**, mentre il collutorio mantiene un ruolo complementare con **circa 25 referenze**.

### Il Tipo di Struttura

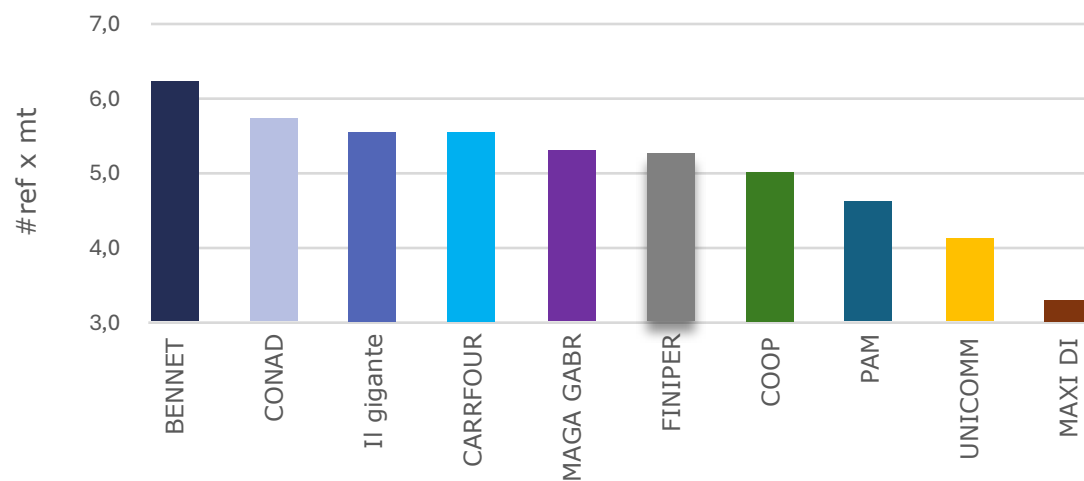
- + **Il dentifricio** conferma la sua centralità sullo scaffale anche grazie all'occupazione dei **2/3** dello scaffale.
- + **Gli spazzolini** ottengono uno spazio del **10%** inferiore rispetto al loro peso in termini di assortimento anche in ragione del loro pack

# I Retailer: la gestione della Categoria

## I Retailer Iper - Assortimento e Spazio



## Affollamento a scaffale (#ref x mt) -Iper



## Il mondo igiene orale

### Gli Ipermercati

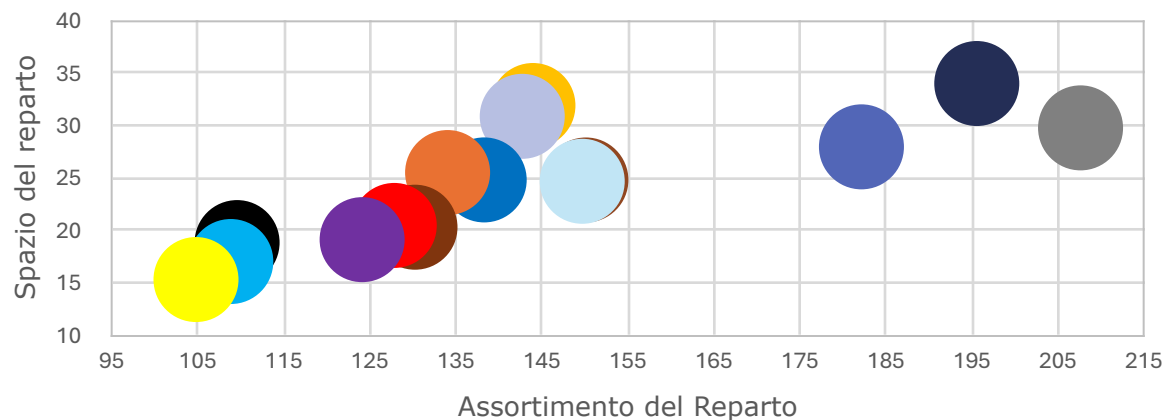
- + **Finiper** si conferma l'insegna con l'offerta più ampia, superando le 300 referenze seguita da **Il Gigante**
- + La maggior parte delle insegne si colloca tra 200 e 240 referenze e fanalini di coda troviamo Maxi Di e Unicom

### L'affollamento

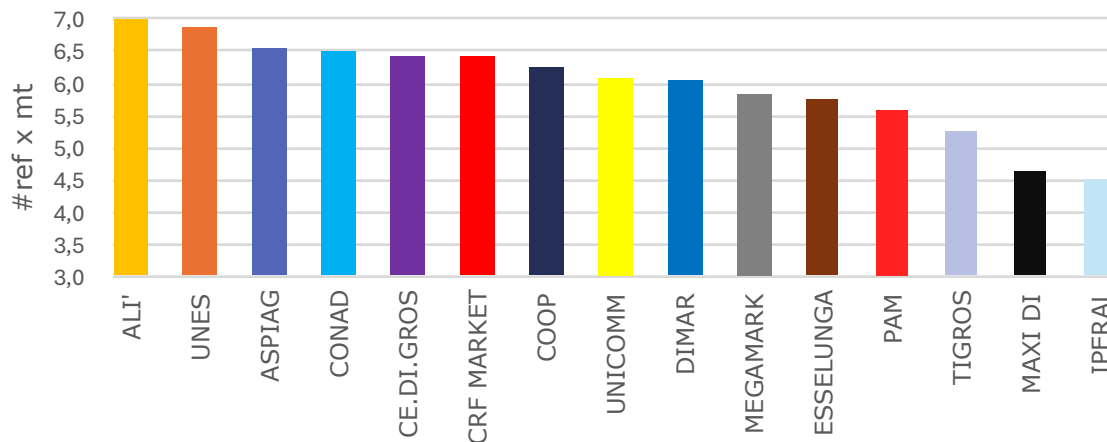
- + **Bennet** registra il livello di affollamento più elevato, con oltre **6** ref x mt non garantendo una elevata visibilità ai singoli prodotti.
- + **Maxi DI** invece, grazie al migliore rapporto spazio/assortimento, garantisce maggiore spazio e visibilità ai prodotti

# I Principali Retailer – Cura persona

## I Retailer Sup - Assortimento e Spazio



## Affollamento a scaffale (#ref x mt) – Sup



Fonte Dati: Monitoring Immediando su panel ISE di 1500 punti vendita – giugno 2025

# Il mondo igiene orale

## I Supermercati

- ⊕ **Megamark, Coop e Aspiag** si distinguono per l'assortimento più ampio, con più di **180 referenze**
- ⊕ La maggior parte delle insegne si concentra **tra 125 e 150 ref**, con uno spazio dedicato tra 20 e 30 mt.

## L'affollamento

- ⊕ **Alì e Unes** registrano i livelli di affollamento più elevati, con circa **7** refe x metro.
- ⊕ **Maxi DI e Iperal** mostrano invece l'affollamento più contenuto, garantendo maggiore spazio per referenze.

**immediando**



Dir. Generale

**Diego Rovetta**

+39 320 9190853

[diego.rovetta@immediando.com](mailto:diego.rovetta@immediando.com)

---

Via Monza, 31  
20863 Concorezzo (MB)  
[www.immediando.com](http://www.immediando.com)