

Intimo

» Anche l'underwear è presente sia sul lineare, che di solito è adiacente a quello della calzetteria, sia negli espositori fuoribanco. Sul lineare le parti alte (canottiere e reggiseni) sono posizionate nella zona superiore dello scaffale mentre le parti basse (slip, boxer e mutandine) sono poste in quella inferiore. **Sulle strutture extralineare**, che possono essere personalizzate con gli elementi distintivi del brand (logo, colori, pay off ecc.), si trovano, invece, soprattutto **le referenze in promozione** oppure le linee in fase di lancio.



Integrazione

» L'offerta di intimo **varia in maniera significativa** in funzione delle caratteristiche del punto di vendita, quali le dimensioni, la location, la clientela prevalente e il ruolo attribuito al non food. In linea di massima non è disponibile dove gli spazi sono limitati (per esempio le superette e i supermercati di piccola taglia). Per contro nei supermercati medio-grandi/grandi e negli ipermercati si possono trovare sia le proposte basiche (come gli slip, le t-shirt e le canottiere da uomo) sia i prodotti più ricercati.

★ *Le promozioni di abbigliamento intimo nel 2023 hanno registrato un aumento generale dei prezzi medi del tasso di inflazione (al 5,7% nel 2023 in Italia)*

★ *Ma negli ipermercati i prezzi sono cresciuti, sia per i Top5 che per Altri Brand **in misura maggiore che nei Supermarket** (circa 7,5% vs 4,5%) evidenziando come gli aumenti siano più differenziati per canale che per proposte*

Promo e volantini

» Andando a guardare l'andamento dell'offerta promozionale nel canale della gdo del settore dell'intimo uomo, donna, bambino e unisex nel 2023 rispetto al 2022 **emerge un settore da sempre molto frammentato** secondo i parametri di Visibilità, Numero referenze e Prezzo medio promo. La visibilità è calcolata su numero

di pdv volantinati, durata della promo e dimensioni dell'immagine. Nel 2023 erano presenti sui Flyer di ipermercati e supermercati **ben 120 diversi brand**. Diventa fondamentale per tutti i marchi pertanto, definire strategie promozionali corrette e appropriate per i diversi canali di vendita e utilizzare un pricing mirato.



È in arrivo

Brands Award

25^a edizione

Oltre ai prodotti in nomination saranno in gara, per il premio

New Entry
le novità del 2024

CANDIDA IL TUO PRODOTTO!



Visibilità promozionale

» La visibilità dei Top5 Brand e dei loro competitor sui volantini promozionali appare marcatamente differenziata per canale:

negli ipermercati, si assiste ad una maggiore presenza promozionale degli 'Altri Brand' con quasi i due terzi della complessiva visibilità promozionale;

nei supermercati, al contrario, è più elevata la presenza sui Flyer dei Top5 Brand, quasi con la stessa percentuale che gli Altri Brand hanno nei Supermarket (63,6%); Ma rispetto al 2022, **i Top5 Brand sembrano decisamente cresciuti a livello di visibilità**, togliendo spazi promozionali agli Altri Brand competitor in entrambi i canali (+8% negli ipermercati e +3% nei supermercati).

Numero di referenze sui volantini nell'anno 2023 (per numero di referenze uniche - Top5 brand vs altri)

	Iper	Δ%	Super	Δ%
Top5 brand	142	+6%	138	+6%
Altri brand	427	-2%	381	-1%

Fonte: Q-Point 2024

Prezzo medio sui volantini nell'anno 2023

	Iper	Δ%	Super	Δ%
Top5 brand	8,24 €	+8%	7,98 €	+4%
Altri brand	6,65 €	+7%	6,60 €	+5%

Fonte: Q-Point 2024

Segmentazione promozionale

Presenza sui volantini per segmento di riferimento (anno 2023 - per numero di referenze uniche)

	Top 5		Altri Brand	
	Iper	Super	Iper	Super
Uomo	47	47	224	193
Donna	62	61	149	133
Unisex	17	15	10	12
Bambino	16	15	48	43

Fonte: Qpoint 2024



I Top5 Brand prediligono proporre in entrambi i canali prodotti per il segmento Donna; per gli Altri Brand, invece, è vero il contrario, il segmento promozionale principale di abbigliamento intimo è quello Uomo