

Le strategie di Maiora (Despar)

a cura
di Alessandra Bonaccorsi

CATEGORIA



VINCENZO PATRUNO
TEAM LEADER NON FOOD DI
MAIORA (DESPAR CENTRO-SUD)

» La gestione espositiva del comparto accessori pulizia casa è **strutturata per segmenti merceologici, con l'obiettivo di garantire chiarezza di lettura a scaffale, facilità di acquisto e una navigazione intuitiva per il cliente** spiega Vincenzo Patruno, team leader non food di **Maiora (Despar Centro-Sud)**. Lo spazio espositivo dedicato al comparto varia in funzione del format distributivo, nello specifico vengono gestiti 3 moduli lineari negli Interspar, 2 moduli lineari negli Eurospar e 1 modulo nei **Despar**. A livello espositivo, la verticale è generalmente sviluppata seguendo una logica funzionale e di utilizzo, con l'obiettivo di valorizzare i diversi segmenti del comparto e facilitare il processo di acquisto del consumatore attraverso una suddivisione coerente per funzione d'uso e frequenza d'acquisto. Nel dettaglio, **l'organizzazione a scaffale prevede generalmente un modulo dedicato ai guanti, seguito da un modulo riservato ai panni vetro, multiuso e spugne per la pulizia delle piccole superfici**, infine un modulo dedicato ai panni pavimenti e sistemi di pulizia.

Layout

» A livello di layout, **la categoria viene normalmente posizionata nella penultima corsia del percorso cliente, quindi, in una zona di fine percorso particolarmente strategica** per la gestione delle categorie legate alla pulizia e alla manutenzione della casa. Questa scelta espositiva risponde a una logica di continuità merceologica con i reparti affini, come detergenza bucato e detergenza casa, creando un percorso d'acquisto coerente e intuitivo per il consumatore. **La vicinanza con categorie complementari permette, infatti, di valorizzare i prodotti accessori per la pulizia come parte integrante delle attività quotidiane di cura domestica**, favorendo sia l'acquisto programmato sia gli acquisti di completamento aggiunge Vincenzo Patruno.

Mondo panni

» Il segmento panni e spugne per piccole superfici, che comprende panni vetro, panni multiuso e spugne per la pulizia domestica, **sviluppa 34 referenze con un assortimento focalizzato sulle principali esigenze di pulizia e manutenzione delle superfici della casa**. La categoria sviluppa quindi un assortimento ampio e bilanciato, costruito per garantire copertura dei principali bisogni del consumatore, chiarezza espositiva e facilità di scelta.

Macro-segmenti

» "L'assortimento della categoria è strutturato in **tre principali macro-segmenti, definiti per funzione d'uso e bisogni di consumo**, con l'obiettivo di garantire una proposta completa, leggibile e coerente con le esigenze di pulizia domestica quotidiana. Il segmento Accessori pavimenti e sistemi pulizia comprende panni pavimento, sistemi cattura polvere e prodotti correlati per la cura delle superfici domestiche. Questo comparto sviluppa complessivamente 40 referenze, di cui 24 dedicate agli accessori pavimento e sistemi di pulizia e 16 riferite ai sacchetti spazzatura. La pulizia quotidiana, conta invece 20 referenze.

Mdd

» **La mdd rappresenta un elemento rilevante all'interno della categoria accessori pulizia casa, sia in termini di ampiezza assortimentale sia per contributo al fatturato complessivo del comparto**. L'assortimento sviluppa complessivamente 27 referenze, di cui 19 dedicate agli accessori pulizia e 8 ai sacchetti spazzatura. La presenza della marca privata è costruita con l'obiettivo di presidiare i principali bisogni della categoria attraverso un'offerta competitiva, funzionale e riconoscibile per il consumatore. e 16 riferite ai sacchetti spazzatura, integrati all'interno della categoria per offrire continuità e completezza all'offerta. Il segmento guanti, dedicato alla protezione e alle attività di pulizia quotidiana, conta invece 20 referenze, articolate per tipologia di utilizzo e materiale.