



Cucce: sempre più indoor

I modelli da interno sviluppano la maggior parte del giro di affari della categoria e registrano il maggior dinamismo. I consumatori sempre più attenti a estetica, qualità dei materiali e funzionalità stanno premiando il canale specializzato. Per attingere a pieno alle opportunità offerte da questi prodotti è fondamentale una corretta gestione da parte del retail, sia per quanto riguarda le scelte assortimentali sia per le modalità espositive.

di Davide **Corrocher**

Il segmento cucce si trova in bilico fra il crescente successo dei modelli per l'interno, l'aumento della domanda di articoli di qualità e di produzione italiana, la difficoltà in alcuni casi da parte dei piccoli negozi indipendenti a individuare efficaci strategie espositive e il rallentamento delle vendite nel largo consumo. Da uno sguardo complessivo alle performance di questa categoria merceologica si ha l'impressione che ci sia molto potenziale inespresso e che il nodo da sciogliere per attingere a pieno alle opportunità offerte da questi prodotti sia da individuare in una corretta gestione da parte del canale specializzato, sia per quanto riguarda le scelte assortimentali sia per le modalità espositive. Molti negozianti dimostrano di aver ben compreso l'importanza di questo segmento, che offre una buona marginalità ed esercita ancora un limitato appeal sull'e-commerce. Tuttavia il mercato si trova ancora in una fase di cambiamento, in cui si registra un progressivo spostamento dei consumi dalla Gdo agli shop tradizionali e alle catene. Il futuro della categoria sembra dipendere prevalentemente dalla capacità dei retailer specializzati far fronte alle esigenze di spazio all'interno del punto vendita senza però rischiare di limitare l'efficacia e l'impatto del proprio assortimento.

FATTORE CASA /

In generale è tutto il mercato degli accessori per animali da compagnia a evolvere sulla spinta dell'umanizzazione e della parentizzazione dei consumi e della ricerca sempre maggiore da parte del pubblico finale di articoli capaci di rispondere a esigenze specifiche del pet, prima di tutto, ma anche dei proprietari stessi. Ad esempio, l'estetica di un prodotto è diventata uno dei principali

CANAZZA (CAMON): "FORTE ATTENZIONE AL MADE IN ITALY"

Alice Canazza, marketing manager di Camon



Come giudica le performance del segmento cucce?

«Credo sia importante distinguere tra i prodotti di primo prezzo e quelli di fascia alta. Per quanto riguarda i primi, le vendite sono in crescita. Anche per il comfort di alta gamma, comunque, si registra un aumento costante spinto dalla sempre maggiore ricerca di prodotti qualitativamente elevati, con finiture e dettagli di pregio».

Quali sono i trend di prodotto più interessanti sul mercato?

«Un primo trend è legato ai prodotti Made in Italy. In secondo luogo, per i modelli da interno, c'è una forte domanda di prodotti realizzati con materiali di qualità, sia per la parte interna relativa alle imbottiture sia per il rivestimento esterno, con tessuti come canvas, jacquard e waterproof».

Come stanno cambiando i comportamenti di acquisto per questa categoria di prodotto?

«Cresce la sensibilità dei consumatori verso i prodotti capaci di abbinare la qualità a uno stile ricercato. C'è una forte tendenza, da parte del cliente finale, a controllare i materiali e il Paese di produzione».

Quali sono le modalità più idonee a trattare le cucce all'interno dei punti vendita?

«È consigliabile che vi sia un'area appositamente dedicata a questo segmento, in modo da poter valorizzare al meglio la varietà di modelli, colori e misure, presentando i prodotti con ordine, efficacia e impatto visivo».

Come evolverà questa categoria di prodotto in futuro?

«Per il futuro mi aspetto di vedere sul mercato prodotti sempre più innovativi, all'avanguardia, di design e qualità, sviluppati per rispondere alle esigenze sia dei proprietari sia degli animali domestici e per adattarsi allo stile delle abitazioni».

driver che influenzano la scelta di acquisto del consumatore finale. E questo vale soprattutto per il segmento cucce e in particolare per i prodotti da interno, che nelle vendite rappresentano circa i due terzi della

categoria. Lettini, cuscini e brandine rappresentano oggi dei veri e propri elementi di arredo all'interno delle case dei proprietari di pet, i quali si dimostrano sempre più attenti a scegliere articoli che ben si adatti-

HUNTER: IL DIVANETTO IN PELLE ARTIFICIALE



Hunter propone il divanetto Blackpool, realizzato in pelle artificiale. Il prodotto è dotato di zip per rimuovere l'imbottitura prima del lavaggio a mano. Il modello è proposto in colorazioni classiche: cognac, marrone e nero.

UNITED PETS PURSIE SI TRASFORMA IN UNA BORSA

Pursie di United Pets è un morbido cuscino da passeggio per cani, grazie alle zip laterali si trasforma rapidamente in una comoda borsa. Il prodotto è dotato di maniglie per il trasporto a mano o a spalla e di una tasca per gli snack o i piccoli giochi. Il materiale di fabbricazione è poliestere, trapuntato, lavabile in lavatrice a 30° C.



VITAKRAFT È 2 PRODOTTI IN 1

Cuccetta cubo 2in1 di Vitakraft è una morbida cuccia con cuscino che in un attimo

diventa un confortevole riparo a forma di cubo. Il modello fa parte della linea Comfort Special di Vitakraft ed è realizzato interamente in Italia con finiture curate, materiali di alta qualità e colori atossici. La misura del prodotto aperto in versione cubo è di 40x40x40 cm.



no al salotto, alla cucina o in generale allo spazio domestico in cui viene posizionato il giaciglio dell'animale. Le cucce indoor, inoltre, non solo sviluppano la parte principale del giro di affari del segmento, ma sono anche i modelli che registrano il maggiore dinamismo nel canale specializzato: merito da una parte della rotazione più elevata che si verifica con questo genere di cucce e dall'altra dell'aumento dei pet di piccola taglia che vivono all'interno delle case degli italiani. Il comparto outdoor invece registra una sostanziale stabilità, ma il pubblico finale si dimostra progressivamente più sensibile all'alto di gamma: una cuccia da esterno può durare per tutta la vita di un pet, di conseguenza si cercano materiali di alta qualità e soluzioni innovative che offrano il maggior comfort possibile quattro stagioni su quattro.

SPECIALIZZAZIONE /

La crescente attenzione del pubblico finale ai materiali con cui sono realizzati i prodotti e la sensibilità al Made in Italy caratterizzano i consumi di questa categoria di prodotto. Di conseguenza i negozi specializzati sono diventati il canale di riferimento per questo genere di acquisto. Nella Gdo, infatti, le vendite sono in calo. Il fenomeno a dire il vero è diffuso a tutto il comparto non food, a eccezione dei tappetini e dei sacchetti igienici. Per quanto riguarda le cucce, il motivo è prevalentemente dovuto alla richiesta di articoli realizzati con materiali di qualità, innovativi e funzionali. Certo, quando possibile, si cerca anche la convenienza, o comunque un buon rapporto tra qualità e prezzo. Ma non è questa la prima leva di acquisto, anche perché per le cucce, e in particolare per quelle appartenenti al filone indoor, non è raro che un proprietario si conceda qual-

FRANCO (RECORD): "FONDAMENTALE SODDISFARE PIÙ BISOGNI POSSIBILI"

Linda Franco, responsabile acquisti Rinaldo Franco spa



Nell'ultimo anno come sono cambiati i comportamenti di acquisto dei proprietari di pet per le cucce?

«L'aspetto determinante per il proprietario è l'estetica (colori, tessuto, trama). Le cucce rappresentano ancora un acquisto d'impulso, e prima di tutto devono soddisfare un gusto personale. Per i modelli da interno c'è una forte tendenza a scegliere articoli che si adattino all'arredamento e in generale allo specifico ambiente domestico del cliente. Per l'esterno invece i consumatori sono soprattutto attenti alla qualità dei materiali e cioè alla coibentazione rispetto al caldo e al freddo; hanno privilegiato però in questo ultimo anno la plastica, più economica rispetto al legno.»

Quali sono i trend di prodotto più interessanti sul mercato?

«Per questi prodotti c'è sempre più attenzione ad alcune proposte stagionali. Ad esempio, lo scorso Natale abbiamo lanciato una collezione di cucce con temi e motivi natalizi. La linea è stata proposta nei negozi utilizzando espositori specifici per enfatizzare la presenza di questi modelli. I risultati nelle vendite sono stati molto positivi.»

A proposito di esposizione, in che modo uno shop può valorizzare questi articoli?

«Prima di tutto è molto importante avere a disposizione espositori ben studiati anche per chi ha importanti esigenze di spazio. Per quanto riguarda i prodotti da esterno, il nostro consiglio è di esporre un modello completamente montato indicandone a fianco le caratteristiche e tutte le varie dimensioni disponibili coi relativi prezzi. Solitamente infatti i consumatori non hanno bisogno di avere subito a disposizione l'articolo richiesto e possono aspettare qualche giorno purché gli venga consegnato nella misura esattamente a lui necessaria, anche se al momento non presente nel negozio.»

Come evolverà questa categoria di prodotto in futuro?

«Lo sviluppo della categoria passerà attraverso l'ampliamento dell'offerta di prodotto a livello di gusti, di funzionalità e di materiali. In quest'ottica noi abbiamo ad esempio lanciato una cuccia che contiene una particolare molecola che agisce uccidendo i batteri e i cattivi odori, per rispondere alle esigenze dei consumatori più attenti all'igiene. Per tali materiali particolari sarà poi fondamentale una comunicazione corretta che supporti la presenza di questi articoli sul mercato.»

DA FARM COMPANY, IL CUSCINO DA INTERNO E DA ESTERNO



La linea di cuscineria Energy di Farm Company si rin-

nova con nuove colorazioni, classiche ed eleganti, facilmente abbinabili con l'arredo di interni. Tre tinte unite a effetto mélange sui toni del grigio, del petrolio e del rosso, e un tessuto fantasia con pattern camouflage. I cuscini Energy sono robusti e realizzati in tessuto idrorepellente, anti-graffio e anti-macchia, perfetti sia da esterno che da interno. Facilmente lavabili grazie alla fodera esterna completamente removibile, sono disponibili in tre misure.

BUNGALOW DI BAMA HA IL TETTUCCIO APRIBILE



Bama ha studiato le cucce Bungalow e Bungalow Large per cani di taglia media e grande. Il tettuccio si solleva in due posizioni, da un solo lato o da entrambi, in modo da

consentire una maggiore aerazione interna. Il pavimento è dotato di ruote e quindi facilmente estraibile, agevolando la pulizia della superficie in ogni angolo per maggiore igiene e comfort.

DA CROCI LA CUCCIA PER IL RIPOSO E PER IL GIOCO



Croci propone Catmania, un'originale linea di cucce per gatti caratterizzate da un design innovativo e divertente. I vari modelli sono ideali

sia per il riposo sia per offrire al pet un posto dove nascondersi.



MADE IN ITALY

Pet Food *herbs*

Nutriamo il suo benessere.

ROSEMARY COOKIES & DIET COMPLETE HERBS

Un goloso biscotto e un pasto completo uniti da salutari erbe aromatiche, ottime alleate della salute del tuo cane. Ingredienti preziosi, che la natura ci offre per arricchire di vitalità i nostri amici a 4 zampe.



T. +39 049 9625006 | www.2gpetfood.com

QUALI ARGOMENTI PER UN BUON CUSTOMER CARE?

Consigliare l'acquirente sulla scelta di una cuccia della forma e della dimensione adeguate e aiutarlo nella definizione del luogo migliore in cui posizionarla possono fare la differenza per una vendita di successo.

di **Ilaria Mariani**
Consulente della relazione felina
ilariamariani.crf@gmail.com

in collaborazione con **Federica Villa**,
Asilo per cani Dog is Good

Aperte, chiuse, morbide, rigide, di design: il mondo delle cucce è vario e pronto a rispondere a molteplici esigenze da parte dei proprietari. Ma quali sono le necessità dei pet?

Un buon addetto alle vendite dovrebbe fornire a ogni cliente anche qualche buon consiglio su dove e come posizionare la cuccia, ovvero in un luogo tranquillo, non di passaggio, lontano da porte e finestre e da eventuali fonti di disturbo. Nel caso di un gatto, è bene inoltre far presente che la cuccia dovrà essere in posizione rialzata: sopra una credenza, un mobile,

un armadio o semplicemente a 15-20 cm da terra nel caso in cui il gatto sia anziano o con problemi di salute.

PER UN CANE /

La scelta di acquisto dovrà essere fatta considerando che la dimensione dovrà essere commisurata alla taglia del cane, che deve potersi sdraiare comodamente. Inoltre è possibile far seguire all'acquisto della cuccia anche quello di una copertina, che oltre a essere facilmente igienizzabile è utile per rassicurarla durante spostamenti o viaggi. Per i cani anziani, sarebbe preferibile infine suggerire una brandina che lo agevoli nell'alzarsi.

PER UN GATTO /

Nel caso in cui il consumatore abbia un gatto, sarà bene consigliarlo in merito all'acquisto di un numero adeguato di cucce. La regola è sempre "il numero dei gatti più uno":



nel caso di due gatti, le cucce dovranno essere almeno tre. Di queste, almeno due dovranno essere chiuse. Nella scelta di una cuccia aperta, invece, meglio suggerirne una con i bordi alti per la privacy del gatto. Molto utile può essere anche il ricorso ai feromoni sintetici spray, per aiutare i gatti più diffidenti o paurosi ad abituarsi alla nuova cuccia. Anche per il gatto è bene suggerire l'acquisto di una copertina che, oltre a rendere la cuccia più calda, potrà essere di valido supporto durante i trasferimenti in auto.

che extra, acquistando più di un modello da far ruotare a seconda del periodo dell'anno o del mood del momento. Ad esempio è molto recente il successo dei prodotti con fantasie stagionali, come quelli dedicati al Natale.

STRATEGIE ESPOSITIVE /

Proprio la ricca varietà di fantasie disponibili sul mercato è uno dei punti di forza del

segmento cucce indoor, ma per un negoziante è fondamentale riuscire a gestire efficacemente il proprio assortimento. Non è infatti possibile per un punto vendita esporre per intero l'ampia offerta di cucce messa a disposizione dai vari marchi che trattano questi articoli. Per questo occorre selezionare per l'esposizione i modelli più rappresentativi da mostrare e da fare toccare ai

consumatori, affidandosi anche a materiale informativo capace di spiegare e sintetizzare in maniera efficace su carta (o dispositivi digitali) le caratteristiche della collezione nella sua interezza. Per valorizzare questi prodotti è importante individuare una strategia che consenta di avere a portata di mano i prodotti capaci di attirare l'interesse dei proprietari, puntando principalmente

TESSUTO ANTI-ODORE PER BYCTERIA DI RECORD



Bycteria di Record è realizzata con un tessuto speciale composto da una molecola di biossido di titanio, che grazie alla luce del sole è in grado di eliminare più del 99% di virus, batteri e odori presenti nell'ambiente in cui viene utilizzata. L'azione antibatterica rimane invariata dopo ogni lavaggio.

2.8: UN PEZZO DI ARTIGIANATO



Il marchio 2.8 punta tutto sull'artigianalità e con la cuccia Henri propone

un prodotto rivestito in lana Casentino, un filato tradizionale risalente al Rinascimento toscano. Prodotto nelle colline a nord di Arezzo, questo tessuto idrorepellente è robusto ed elegante. L'imbottitura del prodotto è realizzata con un soffice materiale anti-parassitario, mentre il cuscino interno è double face. Un lato è pensato per il comfort nei mesi caldi ed è in panno Casentino, mentre l'altro è in cotone, per la bella stagione.

CARGILL PENSA AGLI AMBIENTI ELEGANTI

Con la linea Sun Ray di Raggio di Sole, Cargill punta a offrire prodotti che combinino eleganza, praticità e comfort.

Fanno parte di questa offerta le cuccette Royal jacquard. Interamente Made in Italy, questi modelli sono ideali sia per cani che per gatti. I tessuti resistenti e la fantasia fashion si adattano perfettamente anche agli ambienti più ricercati. Questi imbottiti sono sfoderabili e lavabili.



Nylon *Deluxe*



**3 PUNTI DI AGGAN-
CIO
SISTEMA
SEMI STRANGOLO**



**ATTACCO PER
ADDESTRAMENTO
EASY WALK**



**GUINZAGLIO
CON MANIGLIOTTO
IMBOTTITO REGOLABILE**



**GUARDA IL VIDEO
SUL NOSTRO SITO
www.farmcompany.it**




Follow us...

www.facebook.com/FarmCompanyBiella

sui modelli più impattanti dal punto di vista dei colori e dell'effetto estetico. Inoltre la peculiarità delle cucce da interno è rappresentata anche dal fatto che possono aiutare i negozianti, soprattutto quelli più intraprendenti e dotati di una particolare sensibilità, a rinnovare costantemente la veste del punto vendita abbinando toni, colori e motivi grafici, per dare all'ambiente un tono primaverile, natalizio o estivo a seconda dei casi. Inoltre è utile tenere cuscini e coperte in scaffali che i consumatori possano raggiungere comodamente e indipendentemente dall'aiuto di un addetto alla vendita, così da riuscire a toccare i tessuti ed eventualmente effettuare un acquisto di impulso.

LEVE DI ACQUISTO /

Nella maggior parte dei casi i consumatori si dimostrano sensibili alla qualità, non lasciandosi scoraggiare, ad esempio, dal costo elevato di alcuni modelli, soprattutto quelli di fattura artigianale proposti dai numerosi piccoli marchi di nicchia che trattano il segmento. Anche per questo motivo c'è una netta preferenza per i canali di vendita tradizionali: i proprietari di pet hanno bisogno di toccare con mano e di vedere di persona il modello che acquisteranno e per far ciò sono disposti anche a rinunciare alla maggiore convenienza offerta dall'e-commerce. In particolare le cucce da indoor hanno una rotazione elevata e sono soggette a stagionalità. I mesi autunnali e invernali sono quelli in cui si passa più tempo all'interno dell'ambiente domestico. L'estetica è una delle principali leve di acquisto per questi prodotti, ma c'è anche molta attenzione alla funzionalità e alla tipologia del materiale di impiego per il rivestimento. Il fatto che questi prodotti siano posizionati all'interno dell'ambiente domestico richiede infatti, da una parte, che si intonino con l'arredamento e, dall'altra, che siano facilmente lavabili. I proprietari condividono sempre più frequentemente lo stesso spazio con l'animale e di conseguenza non desiderano tenere a fianco del divano o del letto una cuccia che rilascia cattivo odore. Per questo scopo sono molto efficaci teflon, tessuti tecnici e poliesteri, che rappresentano le proposte per l'alto di gamma, in quanto possono essere puliti e igienizzati frequentemente senza restare danneggiati. Cuscini e cucce in cotone e tessuti morbidi invece rappresentano i modelli più economici, hanno colorazioni più classiche e non sempre sono dotati di zip per rimuovere l'imbottitura. Da segnalare infine che per il gatto si stanno diffondendo sempre di più casette e igloo, disegnate con fantasie sempre originali per assecondare l'istinto di questi animali a nascondersi e a giocare negli spazi chiusi. 

VEDANA (2.8): "FONDAMENTALE SPECIALIZZARSI E DIFFERENZIARE L'OFFERTA"

Giovanni Vedana, amministratore delegato di 2.8



Quali sono i comportamenti d'acquisto più diffusi per il segmento cucce?

«Per le cucce da interno, il pubblico finale guarda sempre più alla qualità e all'estetica, cerca un prodotto da inserire in casa che completi l'arredamento e sia bello da mostrare. In secondo luogo si cerca anche la funzionalità. Il prezzo non è la principale leva d'acquisto, a patto che il rivenditore riesca a comunicare il valore dei prodotti».

Per le cucce da interno ci sono materiali più richiesti di altri?

«I materiali più richiesti sono il canvas e la iuta, perché funzionali e comodi da lavare. Per il pubblico attento alla sostenibilità abbiamo anche la lana proveniente da coperte militari riciclate, mentre per chi cerca una soluzione particolare e di stampo artigianale, proponiamo la lana del Casentino. Questa stoffa ha origine nel '500 toscano ed è caratterizzata dall'idrorepellenza oltre che dalla presenza di un peeling superficiale. Il risultato è una cuccia particolarmente bella, originale e calda».

Come si possono valorizzare questi prodotti anche all'interno di negozi che hanno poco spazio a disposizione?

«Non è necessario avere uno shop di ampie superfici, ma occorre enfatizzare la propria offerta e mostrare la qualità dei prodotti. Alcuni negozianti cercano di presentare un grande assortimento in termini di quantità, con il rischio di ammassare le cucce. Gli addetti alle vendite devono pensare di esporre un prodotto adatto al cane ma anche al proprietario: il concetto su cui puntare è affascinare il cliente».

E per il futuro, quali prospettive di sviluppo si presentano per questo segmento?

«Il segmento potrà rappresentare un elemento su cui puntare per differenziarsi, a maggior ragione individuando un'offerta distintiva ed eventualmente ampliando l'assortimento con articoli dedicati al "genitore" del pet che si abbinano alla cuccia o agli altri accessori per il cane».

VETRINA PRODOTTI

CON CAMON IL RELAX È "FUNNY"



La linea comfort Funny Dogs di Camon è Made in Italy. Caratterizzata da una stampa digitale esclusiva su un tessuto 100% cotone, molto morbido e capace di restituire colori brillanti e dettagli nitidi, la gamma è composta da tre cucce ovali, tre rettangolari, un pouf rotondo sfoderabile, un cuscino/materassino rettangolare e una casetta. Quest'ultima è collassabile e si può ripiegare in pochi centimetri, risultando molto funzionale anche all'esposizione nel punto vendita.

ZOLUX MILANO VA ANCHE IN LAVATRICE

Milano è la nuova gamma per il comfort sviluppata da Zolux. Queste cucce per cani sono



proposte sia in versione méridienne che a forma di cuscino rotondo. Grazie al tessuto idrorepellente trattato con Teflon, il rivestimento è comodamente lavabile in lavatrice. La presenza di un cuscino in spugna posizionato sul fondo offre isolamento termico.