



Fate spazio ai tappetini

L'aumento degli animali che vivono in appartamento e che viaggiano in auto spinge le vendite del segmento, che si concentrano prevalentemente nel canale specializzato e in particolare nei pet shop. Aumenta la sensibilità del consumatore finale verso i formati multipack, in quanto il prezzo è fra le principali leve di acquisto. L'alta rotazione e lo scarso livello di innovazione, potrebbero favorire in futuro l'avanzata dell'e-commerce.

Quando si parla di canale specializzato, subito si pensa ad articoli ad alto valore aggiunto, assortimento focalizzato sulle fasce premium e superpremium, servizio e marchi o prodotti di nicchia. Eppure anche alcune categorie merceologiche con una rotazione elevata possono rappresentare un punto di forza all'interno dell'offerta dei negozi tradizionali. È questo il caso dei tappetini assorbenti che, pur essendo una tipologia di prodotto usa e getta, sviluppano nel retail indipendente la maggior parte del proprio giro di affari. Il motivo è principalmente dovuto alla concentrazione dei consumi sui voluminosi formati convenienza, più facili da esporre in un punto vendita che può dedicare diverso spazio a questi articoli, piuttosto che nelle piccole corsie dei supermercati dove è il food a farla da padrone. La varietà di soluzioni disponibili sul mercato è piuttosto contenuta, soprattutto per via del fatto che è difficile per le aziende fornitrici portare innovazione all'interno di una categoria di prodotto usa e getta. D'altra parte per i consumatori l'aspetto più rilevante nella scelta di acquisto è l'efficacia del tappetino nel trattenere liquidi e odori, anche

VITAKRAFT HA UN DOPPIO STRATO



Il tappetino al carbone attivo Vitakraft è un traversino multistrato super assorbente e pratico. Lo strato superiore assorbe l'umidità, mentre quello inferiore, completamente impermeabile, la trattiene evitando così di bagnare la superficie sottostante. La speciale combinazione con carbone attivo garantisce un'aria più sana, elimina i cattivi odori e riduce la loro formazione in modo naturale.

se non va dimenticata la leva del prezzo. C'è infatti molta attenzione da parte del cliente finale alla convenienza. Questo tipo di comportamento è alla base anche del fatto che in futuro l'e-commerce potrebbe guadagnare importanti quote di mercato, a scapito principalmente del largo consumo. Per gli specializzati, invece, la sfida si giocherà soprattutto su un'esposizione che dia a questi articoli il giusto spazio all'interno del negozio e sul saper gestire in maniera equilibrata la leva promozionale.

TRA CASA E AUTO /

La sempre maggiore presenza degli animali da compagnia all'interno delle case degli italiani è uno dei fattori che più stanno influenzando sui comportamenti di acquisto di prodotti pet care, in quanto è in aumento la sensibilità dei proprietari verso articoli appartenenti alla sfera dell'igiene, della pulizia e della protezione degli ambienti domestici. E in questo comparto i tappetini assorbenti costituiscono la categoria merceologica con il maggiore giro di affari, complice il fatto che si tratta di prodotti usa e getta, che dunque comportano un acquisto della clientela finale ripetuto nel tempo. Disponibili in diverse misure per adattarsi a varie esigenze, i tappetini sono in origine pensati per i cuccioli o per i cani anziani o malati, che dunque non sono in grado di trattenere i propri bisogni. Tuttavia talvolta questi prodotti vengono semplicemente utilizzati per aiutare il proprietario a proteggere la casa in tutte le occasioni che possono rendere difficoltoso portare il cane fuori casa. L'aumento degli animali che vivono in

AVONTO (FERRIBIELLA): "BENE I GRANDI FORMATI"

Genny Avonto, creative director di Ferribiella



Come stanno cambiando i comportamenti di acquisto verso i tappetini assorbenti?

«In generale l'intera categoria igiene sta registrando valori positivi di crescita relativi a salviette, tappetini, shampoo e lettiera, per via della presenza degli animali negli ambienti di condivisione familiare. I comportamenti di acquisto dei consumatori si dirigono verso i formati convenienza e in direzione dei prodotti di qualità con capacità di assorbimento in tempi rapidi. I nostri tappetini igienici Assorbello vengono apprezzati per la funzionalità prolungata nel tempo, sinonimo di qualità, ma anche per i dettagli, gli adesivi sui quattro lati e le ottime prestazioni di assorbimento degli odori».

Quali sono i trend maggiormente degni di nota?

«Il trend principale riguarda i formati, che sono proposti sempre più grandi sia in termini di numero di pezzi per unità di acquisto che di formato. A breve lanceremo sul mercato il maxi formato Assorbello Basic 90x120 cm, insieme alle nuove versioni Fiori di campo e Carbone. Il primo emana una fresca e gradevole profumazione di giglio e agrumi, mentre la seconda utilizza una speciale molecola con maggiori prestazioni sul controllo dell'odore e sulla rapidità di assorbimento».

Uno dei temi più importanti per questa categoria di prodotto è quello legato all'innovazione. In che modo le aziende produttrici possono portare novità in questa categoria merceologica?

«Noi stiamo pensando e lavorando su un concetto più ecosostenibile di tappetino igienico».

Come si aspetta che evolverà questa categoria di prodotto in futuro?

«Credo che per un prodotto conosciuto e di largo utilizzo come i tappetini il canale di vendita online crescerà sempre più. È fondamentale per i produttori fornire ai pet shop gli strumenti necessari in termini di convenienza e assortimento per poter mantenere e fidelizzare la clientela finale».

CROCI PORTA UN PRATO FIORITO IN CASA



Il nuovo tappetino assorbente Super Nappy Daisy – Prato Fiorito ha una delicata profumazione ed è pensato per educare cuccioli e cani adulti a sporcare in uno spazio dedicato. La presenza di polimeri ad alta efficienza favorisce l'assorbimento e il controllo degli odori. Il prodotto si appoggia direttamente sul pavimento con il lato impermeabile stampato rivolto verso il basso, per evitare la fuoriuscita dei liquidi, e la parte filtrante rivolta verso l'alto. Disponibile nelle misure 57x54 cm e 84x57 cm (30 pz).

DA FARM COMPANY IL TAPPETINO IN TRE MISURE

Farm Company propone cinque referenze di tappetini igienici ad alto potere assorbente. Disponibili in tre misure (60x60 – 60x90 – 60x40) e in due diverse pezzature (10 pz e 40 pz), i tappetini igienici Pet Care sono dotati di polimeri assorbenti per una rapida asciugatura e di una fitta trapuntatura per un asciutto immediato e ben distribuito. Gli adesivi agli angoli permettono un comodo fissaggio a terra, per evitare spiacevoli incidenti.



TRE SOLUZIONI PER RECORD

La linea AssorbiPiù di Record è composta da 14 referenze. Questi prodotti con polimeri superassorbenti sono sottili, con una parte interna in cellulosa

trapuntata ecologica e hanno una pratica base impermeabile con adesivi, per un migliore fissaggio a terra. Due sono i formati disponibili (60x60 cm e 60x90 cm), declinati in tre varianti (classic, carbone attivo e profumati) in formati standard da 10 pezzi o multi-pack (40 pezzi per la misura 60x60 e 30pz il 60x90). Nuovo anche il tappetino 40x60 cm classic nei formati da 11 e 40 pezzi.



appartamento, di conseguenza, è all'origine della costante crescita delle vendite di questi articoli, soprattutto durante le stagioni intermedie e con climi incerti. Anche in estate, tuttavia, si riscontrano interessanti dati di sell out, in quanto si sta diffondendo sempre di più l'abitudine di utilizzare i tappetini durante il trasporto dell'animale in auto. La recente tendenza a portare con sé il pet in vacanza porta dunque un'ulteriore spinta propulsiva al mercato di questi articoli.

DRIVER E CANALIZZAZIONE /

L'attenzione a prezzo e promozionalità da parte del consumatore finale è alla base della scarsa fidelizzazione verso marchi o tipologie di prodotti particolari. L'offerta di soluzioni sul mercato, d'altra parte, è poco diversificata. Il principio attivo più diffuso è quello dei carboni attivi, che aiutano a combattere gli odori, mentre esistono anche alcuni modelli con profumazioni varie, che però hanno risultati nelle vendite piuttosto contenuti se paragonati ai primi. Più varietà si riscontrano sul fronte dei formati e delle confezioni, che possono contare un numero vario di pezzi. In particolare, proprio l'alta rotazione nelle vendite è all'origine della crescente sensibilità del pubblico ai formati convenienza, ovvero multipack da 20, 40, 50 e in alcuni casi anche 100 pezzi. Per quanto riguarda la canalizzazione, sono due i canali principali in cui si concentra maggiormente il fatturato di questi prodotti: pet shop indipendenti e catene. Questo succede perché a differenza di altre categorie merceologiche, come il pet food, il posizionamento di prezzo di questi articoli è lo stesso sia per lo specializzato sia per il largo consumo. Di conseguenza in Gdo le performance dei tap-

LAVIOSA (LAVIOSA): "C'È SPAZIO PER INNOVARE"

Olimpia Laviosa, pet care sales & business development manager di Laviosa Chimica Mineraria



Quali sono i trend maggiormente degni di nota per il segmento dei tappetini?

«Il mondo dei tappetini vede oggi due formati predominanti: il 60x60 cm e il 60x90 cm. Tra i due quelli di più grande taglia sembrano essere quelli più ricercati al momento. A livello di confezioni poi si assiste a una preferenza crescente per quelle maxi, da 40 pezzi in su. Una scelta forse dettata dalla necessità di avere confezioni che durino più a lungo assieme a un risparmio economico in fase di acquisto».

Uno dei temi più critici legati a questa categoria di prodotto è quello dell'innovazione. In che modo le aziende produttrici possono portare novità in questa categoria merceologica?

«Per innovare bisogna sempre stare attenti a ciò che succede non solo nel proprio settore di appartenenza ma anche in settori molto distanti e, più in generale, nel mondo. Noi, in Laviosa, monitoriamo costantemente i trend emergenti a livello di valori e preferenze dei consumatori e poi cerchiamo di trovarne un'applicazione sui nostri prodotti. Partendo da questo modo di pensare, siamo già al lavoro per lanciare nel 2020 dei tappetini non ancora presenti sul mercato italiano».

Quali sono le modalità più idonee a trattare i tappetini all'interno del negozio?

«Per il negoziante è molto importante selezionare una linea di prodotti che abbia un immediato e accattivante impatto. La nostra linea di tappetini Arya è stata sviluppata per favorire la riconoscibilità a scaffale, grazie a un'immagine moderna e che punta su un'immediata comprensione da parte del cliente finale».

Come si aspetta che evolverà questa categoria di prodotto in futuro?

«In futuro ci sarà sicuramente spazio per l'innovazione di prodotto in risposta ai trend di mercato. Anche l'ampliamento dell'offerta di prodotti sarà importante, sia per i produttori che per i negozianti, per andare incontro a consumatori sempre più esigenti».

ZOLUX: COMFORT ANCHE IN VIAGGIO



I tappetini Zolux trattengono l'umidità grazie agli alveoli che intrappolano il liquido e lasciano la superficie asciutta. Il fondo e le barriere impermeabili proteggono il pavimento di casa dal rischio di fuoriuscite e lo rendono pratico anche per l'utilizzo nel trasportino durante i viaggi. Disponibili in tre dimensioni: 40x60 cm, 60x60 cm e 90x60 cm.

LA LINEA ASSORBELLO DI FERRIBIELLA DIVENTA ANCHE EXTRA-LARGE

La famiglia di tappetini igienici Assorbello Ferribiella cresce con il nuovo formato basic extra-large 90x120 cm e le nuove versioni Flowers e Charcoal. Oltre alla presenza dei polimeri attivi, che in pochi secondi si trasformano in gel, mantenendo lo strato superiore pulito e asciutto, Charcoal garantisce un'assorbimento ancora maggiore mentre Flowers rilascia una delicata profumazione di giglio e agrumi. Entrambe le nuove versioni sono disponibili nei formati 60x60 cm e 60x90 cm.



CAMON È LAVABILE A MANO E IN LAVATRICE



Camon propone un tappetino multistrato che, grazie all'elevato potere assorbente, trattiene efficacemente i liquidi al suo interno. Lavabile sia a mano che in lavatrice fino a 40°, si asciuga rapidamente. Il fondo è impermeabile e lo rende utile anche come salva-materasso. Essendo riutilizzabile, questo tappetino contribuisce a ridurre lo spreco di cellulosa, acqua ed energia necessarie alla produzione dei tradizionali tappetini usa e getta.

Il fondo è impermeabile e lo rende utile anche come salva-materasso. Essendo riutilizzabile, questo tappetino contribuisce a ridurre lo spreco di cellulosa, acqua ed energia necessarie alla produzione dei tradizionali tappetini usa e getta.



MADE IN ITALY

Pet Food



Chi pensa che i cani non abbiano un'anima,
non ha mai guardato un cane negli occhi.



Dog Cookies Classic, Dog Cookies Herbs, Dog Cookies Flakes,
il premio perfetto per il tuo amico a 4 zampe.



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

petini sono piuttosto limitate, dal momento che i negozi tradizionali e le catene hanno la possibilità di dedicare più spazio a questi prodotti e di proporre una maggiore varietà di formati per soddisfare vari tipi di esigenze. Il portfolio di marchi all'interno delle grandi insegne nazionali è più contenuto, soprattutto per via del fatto che c'è un'alta presenza di private label.

PROSPETTIVE /

Diverso è il panorama degli indipendenti, dove si evidenzia una più ricca scelta di brand.

La diversità degli assortimenti dei canali favorisce, all'interno di questo segmento, una minore competizione fra canali e di conseguenza una minore pressione sui margini, consentendo agli operatori indipendenti di individuare opportune strategie di promozionalità senza dover rischiare di affrontare la battaglia dei prezzi per prodotti che hanno una bassa marginalità. D'altra parte per il retail tradizionale, i tappetini hanno un ruolo importante non solo a livello di fatturato, ma anche come categoria merceologica che favorisce la frequenza del contatto con il cliente finale, molto di più di tutti gli altri segmenti non food che si acquistano in occasioni particolari o che, comunque, hanno una rotazione più bassa.

Per il negoziante, dunque, la vendita del tappetino diventa un momento prezioso per consolidare ulteriormente il proprio status di rivenditore di fiducia, rimanere aggiornato sulla crescita e il cambiamento delle esigenze dell'animale ed eventualmente suggerire l'acquisto di un altro prodotto. Da tenere d'occhio per il futuro è l'online, che oggi rimane prevalentemente guardato dai proprietari di pet come un canale interessante per l'acquisto di alimenti.



DI SISTO (ZOLUX): "FONDAMENTALE L'AMPIEZZA DELL'OFFERTA"

Massimo Di Sisto, direttore commerciale di Zolux Italia



Come stanno cambiando i comportamenti di acquisto verso i tappetini assorbenti?

«I tappetini assorbenti sono articoli molto richiesti nel nostro mercato. Probabilmente, siamo il paese europeo nel quale sono maggiormente venduti. Il pubblico finale si dirige principalmente verso pack in formato conveniente come 30 e 50 pezzi contro la storica confezione da 10 pezzi che debuttò nel nostro mercato negli anni 90».

Quali sono i canali in cui si concentrano maggiormente le vendite?

«I negozi specializzati la fanno da padrone. In questo canale sono presenti svariate tipologie di marchi e formati, con un prezzo al pubblico mediamente molto competitivo, anche se è l'ampia offerta espositiva a fare la differenza. Proprio per questo la Gdo ha performance più contenute, in quanto l'assortimento è inferiore a causa degli scarsi spazi espositivi».

Uno dei temi più importanti per questa categoria di prodotto è legato alla poca innovazione. In che modo le aziende produttrici possono portare novità in questa categoria merceologica?

«Credo che sia rimasto poco spazio per innovare. Per creare novità le aziende produttrici dovrebbero cambiare completamente i materiali utilizzati a discapito del prezzo, che per questo tipo di prodotti è tra le principali leve di acquisto».

Come si aspetta che evolverà questa categoria di prodotto in futuro?

«L'offerta sarà sempre più ampia sia in termini di formati che di prezzo. I comportamenti d'acquisto evolveranno portando a una crescente sensibilità verso i medi e grandi formati in un'ottica di maggiore convenienza. Essendo articoli ad alta rotazione, i punti di vendita continueranno a dar loro sempre più spazio a discapito di altri prodotti».



ARYA COMBATTE I BATTERI E CONTROLLA I CATTIVI ODORI



Arya presenta due tipologie di tappetini funzionali: con clorexidina, per contrastare la proliferazione di germi e batteri, e con

carboni attivi, per chi cerca un superiore controllo dei cattivi odori. Per entrambi la capacità assorbente è garantita dalla presenza degli speciali polimeri SAP, mentre la praticità dalla presenza delle strisce adesive per fissarli al pavimento. Questi prodotti sono distribuiti in esclusiva nei negozi specializzati.

CARGILL PUNTA SULLA CELLULOSA VERGINE DI ALTA QUALITÀ

Cargill propone i tappetini assorbenti Klenpet, studiati per offrire una soluzione facile ed efficace a chi deve educare i cuccioli o abituare il cane a non sporcare in casa o in auto. I tappetini Klenpet sono realizzati in pura cellulosa vergine di alta qualità, a fibra lunga e aggiunta di speciali polimeri gelatinizzanti con funzione assorbente odor control.



GIMDOG SCEGLIE IL PROFUMO DI LAVANDA

Delicatamente profumati alla lavanda, i tappetini abituantanti Pupi Più sono morbidi e dotati di speciali polimeri ultra-assorbenti. Disponibili in confezioni da 20 o da 50 pezzi, nelle misure 60x60 cm e 60x90 cm, sono indicati anche per cani anziani, malati o incontinenti.

