



# A Natale la spesa si fa EXTRA

*La domanda di articoli dedicati alle festività è in costante crescita, portando i negozianti a reinventare lo scaffale con snack, giochi e cappottini a tema. L'industria risponde con cataloghi, espositori e un'offerta in target, spaziando per tutti i segmenti del non food. Ma in generale è la maggiore disponibilità di spesa del pubblico finale a generare un picco nel sell out durante l'ultimo mese dell'anno.*

## KONG "RIVISITA" IN CHIAVE NATALIZIA I SUOI GIOCHI BEST SELLER



Farm Company porta in esclusiva sul mercato italiano la Christmas Limited Edition di Kong. La selezione ripropone proposte in chiave natalizia alcune delle referenze più vendute del brand: l'orsetto peluche per cani Kong Knots, le palle SqueakAir, o i nuovi prodotti come l'osso in materiale durevole Core Strength e il gioco laser per gatti a forma di renna. È disponibile anche un espositore pre-riempito dedicato a questi prodotti.

## DIVERTIMENTO E IGIENE ORALE CON WHIMZEES

Lo snack Whimzees Christmas Edition coniuga divertimento e benessere per i cani. Realizzato con ingredienti naturali senza cereali, senza OGM, senza coloranti artificiali o conservanti. Gli ingredienti funzionali naturali e vegetali lo rendono un prodotto dietetico naturale e ipoallergenico, ideale anche per cani sensibili. La gamma comprende due simpatiche forme: albero di natale e pupazzo di neve, nelle misure che vanno dalla S alla L.



## CON CAMON IL COMFORT È MADE IN ITALY



Per l'autunno-inverno 2019-2020, Camon propone la linea comfort Winter Dogs, frutto di design, progettazione e produzione 100% Made in Italy. Cucce, cuscini, una casetta pieghevole, una ciambella e un comodo pouf con morbida cappotta hanno una fantasia con simpatici cagnolini, motivi natalizi e inserti in tessuto rosso.

**A**nche il mondo del pet ha le sue stagioni e quasi tutte sono segnate dal bel tempo. Il nuovo ruolo degli animali domestici come membri della famiglia e il processo di parentizzazione sta investendo il mercato del pet care modificando i consumi e soprattutto imprimendogli una forte accelerazione in vista di particolari ricorrenze e determinati periodi dell'anno. Compleanni (del proprietario o dello stesso pet), vacanze estive, Halloween e ogni genere di evento diventano dunque occasione di condivisione e partecipazione fra il pet owner e l'animale. E tali momenti speciali richiedono prodotti e soluzioni dedicate, generando nuovi flussi di clientela all'interno dei negozi o sulle pagine dei siti di vendita online. Un periodo di intensa accelerazione dei consumi è il Natale, che con fuoripasto, "canettoni", "candori" e tanto altro, ben si presta a soddisfare le richieste di una clientela sempre più spesso in cerca di qualche extra per il cane o il gatto. Però non va dimenticato che molto spesso i comportamenti di acquisto sono influenzati da un bisogno di soddisfazione personale del proprietario, creando sia grandi opportunità per le aziende più serie, che vedono nel processo di umanizzazione uno stimolo per un innalzamento della qualità di alimenti, prodotti e servizi, sia rischi di eccessi che a lungo andare possono diventare un disvalore per il mercato. In questo contesto è la specializzazione a giocare un ruolo chiave. Per il retail, e in particolare per pet shop e catene, il mese di dicembre è uno dei periodi di maggiore successo sul bilancio annuale di un'insegna proprio in coincidenza con il Natale. Proprio per questa ragione è fondamentale non limitarsi

## La parola al retail



### "CRESCHE IN GENERALE LA DISPONIBILITÀ DI SPESA" Bianca Frosolini – Fidò Pet Store di Cairo Montenotte (SV)

#### In occasione del Natale quali sono i prodotti maggiormente richiesti dai consumatori?

«Riscontriamo una richiesta molto varia sia di accessori sia di snack. Soprattutto la domanda si concentra su giochi di ogni tipo, sempre a tema natalizio e quindi con le forme di palline o bastoncini di zucchero, ma anche sui vestitini da Babbo Natale o Renna. Sono molto apprezzati anche i fuoripasto con grafiche e packaging ridisegnati appositamente per le festività».

#### Prevedete anche delle promozioni particolari in vista di questo periodo?

«No, almeno non sui prodotti di questo tipo. Rilasciamo invece il nostro tradizionale volantino mensile con promozioni e offerte non necessariamente legate al Natale».

#### Che tipo di accelerazione nelle vendite riscontrate in vista del Natale?

«In generale le vendite crescono sensibilmente rispetto agli altri periodi dell'anno. Questo non accade unicamente nell'ambito degli articoli dedicati specificamente al Natale. In generale è la disponibilità di spesa del consumatore finale a crescere, anche per l'acquisto di prodotti con un posizionamento superiore rispetto alla media».

a cavalcare un fenomeno che corre da sé, ma accogliere la ricorrenza natalizia come un momento favorevole per instaurare e consolidare il rapporto tra consumatore e addetto alla vendita.

#### OFFERTA NON FOOD /

Per rispondere alla domanda di prodotti dedicati e idee regalo per il Natale, l'industria sta ampliando la propria offerta merceologica con referenze e linee create ad hoc. Non sono pochi oltretutto i casi di aziende produttrici che hanno rilasciato un intero catalogo specificatamente per

questo genere di articoli, come nel caso di Record o di Ferribiella. In particolare per l'alimentazione la scelta è ancora piuttosto scarsa, con qualche catena che attraverso private label crea la versione canina o felina del panettone, del prosecco o dei dolci natalizi. Alcuni indipendenti sono invece sempre più soliti collaborare con pasticceri e fornai locali per creare delle piccole offerte di biscottini e dolcetti da vendere in negozio, puntando prevalentemente sulla logica dell'acquisto di impulso. Ma a parte questi casi, sono i produttori del comparto non food a trovare nella stagione del

#### FERRIBIELLA METTE GIOCHI E FUORIPASTO SOTTO L'ALBERO

Ferribiella propone le palline di Natale da appendere all'albero. Al loro interno sono presenti snack in quattro varianti, due per cani (Mini sandwich di pollo, involtini d'anatra) e due per gatti (straccetti di pollo, bocconcini anatra e pollo). In alternativa ci sono anche i giochi a forma di bastoncino di zucchero Candy bar. Nella versione per gatto, lo stick racchiude un'imbottitura di Matatabi, mentre quella per cani suona le note di

Jingle Bell. Gli espositori disegnati appositamente per questi prodotti, con i colori natalizi e la forma ad alberello.



#### DA MYFAMILY LA MEDAGLIETTA FIOCCO DI NEVE



La medaglietta MyFamily Fiocco di Neve della collezione Charms è smaltata a mano e realizzata in metallo microfuso anallergico. 100% Made in Italy, questo accessorio è pensato per la sicurezza dell'animale e personalizzabile con l'incisione delle informazioni utili per il suo ritrovamento in caso di smarrimento.

#### VITAKRAFT FA IL PIENO DI SORPRESE

Vitakraft rinnova immagine e pack della Christmas bag, una confezione speciale con un mix di sorprese per cani e gatti. Quella per fido contiene una palla da tennis natalizia, un osso da masticare, uno snack per l'igiene dentale, due Beef Stick al manzo, un Beef Stick Rustico e un Boony Bits. La versione per gatti contiene un gioco a cuore in tessuto natalizio con all'interno l'erba gatta catnip, una bustina di alimento umido "Poesie Deli Sauce" al tacchino e quattro snack.



Natale l'occasione per reinventare alcuni dei loro prodotti di punta, per rivisitare packaging ed espositori o per creare nuovi prodotti. Si possono citare ad esempio le speciali cucce indoor pensate da Camon per chi desidera riarredare la casa durante l'Avvento, o la special edition di snack dentali di Whimzees, o ancora la Christmas Bag di Vitakraft, che contiene alcuni fra i giochi e i fuoripasto di punta del brand. La proposta disponibile oggi sul mercato è estremamente variegata e copre ogni genere di bisogno, anche in base al budget del consumatore finale. La domanda del pubblico si concentra prevalentemente su articoli poco impegnativi dal punto di vista del costo, quali in particolare gli snack and treats e i giochi. Molto successo hanno anche gli accessori da far indossare all'animale durante le feste o in occasione delle passeggiate di fine anno, come i papillon, i cappellini di Babbo Natale o le mantelline. Meno frequente è invece la richiesta di prodotti per il comfort o di capi di abbigliamento, visto il posizionamento di prezzo superiore, tuttavia per un negoziante questi articoli possono essere un valore aggiunto all'interno dell'assortimento e l'attenzione del consumatore finale è in costante crescita.

## UN TRAINO PER TUTTO L'ASSORTIMENTO /

In sintesi, a una domanda assai varia (e in qualche caso anche bizzarra) da parte del pubblico finale corrisponde oggi una risposta di prodotto altrettanto varia. In mezzo a questa forbice, è il negoziante a giocare un ruolo decisivo. I retailer sono chiamati a gestire in store un assortimento equilibrato e capace di soddisfare la domanda

## La parola al retail



### “LE VENDITE RADDOPPIANO. MOLTA DOMANDA DI GIOCHI” Max Capecchi – Velvet Pet di Prato (PO)

#### In vista del Natale prevedete promozioni speciali?

«In passato lo abbiamo fatto ma i risultati non sono stati soddisfacenti. Il mese di dicembre ha già performance decisamente sopra la media e le vendite raddoppiano rispetto agli altri periodi dell'anno, per cui non ritengo necessario utilizzare una ulteriore spinta promozionale».

#### E per quanto riguarda l'assortimento, inserite dei prodotti tematici per questa ricorrenza?

«Pochi. Le richieste del consumatore da questo punto di vista sono talmente varie, che un negoziante dovrebbe avere un assortimento vastissimo solo per questo periodo dell'anno, cioè per poche settimane».

#### Se le vendite aumentano indipendentemente dall'acquisto di prodotti specifici, quali sono i driver principali di questa accelerazione?

«Fare un regalo a un animale da compagnia è meno impegnativo che farlo a un amico. Per questo oggi è diventato più frequente concedersi qualche spesa extra per un prodotto pet».

#### Su quali categorie di prodotto si concentra maggiormente la richiesta della clientela finale?

«In generale su tutta l'accessoristica, quali pettorine, cucce, ciotole e altri prodotti. Ma il segmento più richiesto è quello dei giochi, più facili da regalare anche a terzi, cioè al cane o al gatto di amici e parenti, e anche meno costosi. In media la spesa per un regalo di Natale è di circa 20 euro, anche se non è raro che qualcuno aggiunga qualche extra anche per un collare o una pettorina nuova».

#### Non si tratta dunque solo di acquisti di impulso...

«Non sempre. C'è anche qualche cliente che non è proprietario di un animale ma che vuole fare un regalo al cane o al gatto di un amico. Questo tipo di consumatori chiede consigli, segnalando qual è il proprio budget e lasciandosi affiancare nella scelta del prodotto».

### UN ESPOSITORE IN STORE FIRMATO RECORD

L'espositore Record Camino di Natale è in cartone rinforzato e crea un corner natalizio perfetto all'interno dei punti vendita. Sono disponibili tre composizioni predefinite con palline e peluches, ma è possibile anche personalizzarlo con prodotti Record a scelta dal nuovo catalogo natalizio. Fra questi c'è ad esempio il calendario dell'Avvento, con un masticativo in pelle bovina da sgranocchiare ogni giorno.



### UN GIOCO AL GIORNO, CON IL CALENDARI DI CROCI

Per rendere l'attesa del Natale speciale anche per i gatti e i loro proprietari, Croci ha realizzato un calendario dell'Avvento. Il calendario è realizzato in feltro con bastoncino e corda e pratiche taschine in cui nascondere tante sorprese per l'amico micio. Ogni giorno offre un gioco diverso.



### PACK ILLUSTRATO A MANO PER LILY'S KITCHEN



Christmas Spectacular è la linea natalizia di Lily's Kitchen composta da alimenti completi e naturali e dal calendario dell'Avvento realizzato da Lily's Kitchen, che dietro ogni finestrella nasconde un sano e gustoso snack in due varianti: pollo con fegatini e tacchino con mirtilli rossi. Il pack si caratterizza per le illustrazioni tematiche realizzate a mano.

di idee regalo nella clientela, dimostrandosi allo stesso tempo in grado di rispondere alle esigenze dei proprietari senza essere succube di un fenomeno di costume senza dubbio interessante ma che può portare a qualche eccesso. Se il mese di dicembre registra, proprio grazie al Natale, un forte picco nelle vendite, dall'altra non è sostenibile per uno shop di piccole-medie dimensioni pensare di inserire a scaffale un grande numero di referenze dedicate a questo tema. Sta dunque alla competenza e alla creatività degli operatori l'individuare la giusta offerta per non deludere il cliente finale senza squilibri all'interno della propria offerta. Anche perché la stagione delle feste genera una forte accelerazione alle vendite di un negozio non solo in riferimento al tipo di offerta disegnata, progettata e confezionata ad hoc per il Natale, ma anche per tutte le principali categorie merceologiche del comparto non food. Spesso anzi il vero e proprio motore che dà un'accelerazione decisiva al bilancio di un negozio durante l'ultimo mese dell'anno è proprio il fatto che molti proprietari di cani e gatti si concedono una spesa extra per acquistare un accessorio di posizionamento superiore rispetto alla propria consuetudine. C'è chi punta sul tiragraffi più bello e ricco, sul guinzaglio nuovo con qualche rifinitura artigianale o sulla cuccia in tessuto pregiato, solo per citare qualche caso.

## IL RUOLO DEL RETAIL /

Per un addetto alla vendita diventa quindi decisivo sapere esibire esperienza, competenza e professionalità, anche per via del fatto che in vista del Natale alla tradizionale clientela del negozio si aggiunge quella composta da chi cerca un regalo per l'animale di un amico o di un familiare. Si

tratta di un'interessante fetta di pubblico extra, che può avere un impatto non indifferente sul bilancio mensile. Per questo, saper indirizzare adeguatamente anche questi consumatori occasionali e poco informati può essere un vero e proprio valore aggiunto per un negoziante. Per la clientela tradizionale dei punti vendita, invece, il mese di dicembre diventa un periodo in cui concedersi qualche spesa in più. Al carrello della spesa si aggiungono

giochi, calendari dell'avvento, fuoripasto tematici, cappellini e qualche decorazione. In generale si parla di prodotti che ben si prestano all'acquisto di impulso e con un prezzo al consumatore finale medio-basso, anche se non è rara la domanda di capi di abbigliamento con disegni e grafiche invernali, che pur avendo un posizionamento di prezzo decisamente superiore rispetto agli altri accessori sono fra i best seller durante il periodo natalizio. ❄️

## La parola al retail



### “RICHIESTA VARIA SU TUTTE LE TIPOLOGIE DI PRODOTTO” Luca Castronuovo - Bad Pet Shop di Torino (TO)

#### Che rilevanza ha per le vostre vendite la stagione natalizia?

«Noi in occasione del Natale registriamo un'importante accelerazione nelle vendite grazie ai numerosi articoli dedicati a questa festività».

#### Quali sono i prodotti maggiormente richiesti dalla clientela?

«Non c'è una particolare categoria di prodotto in cui si concentrano le vendite. Noi trattiamo veramente di tutto: biscottini, abbigliamento, accessori a tema. In generale l'interesse dei proprietari di pet varia dall'accessorio al fuoripasto, arrivando ai prodotti più particolari».

#### Ad esempio?

«Ad esempio qualcuno chiede anche l'abitino stile “Babbo Natale” da far indossare al cane, oppure diversi articoli alimentari da “pasticceria”, dal panettone al pandoro. I proprietari di animali sono sempre più interessati a questo genere di offerta, perché l'animale da compagnia è ormai a tutti gli effetti un membro della famiglia e come tale condivide anche le festività con il pet parent».

#### In occasione di questo periodo realizzate anche vetrine dedicate ai prodotti natalizi?

«Certamente, aggiorniamo la vetrina inserendo alcuni dei prodotti specifici per il Natale. Ad esempio con i calendari dell'Avvento o con abitini e cappottini dalle fantasie natalizie e invernali».

### “VENDITE MAGGIORI PER IL CANE CHE PER IL GATTO” Francesca Di Donna - Portami con te di Bologna (BO)

#### Quali sono i prodotti che hanno più successo nelle vendite nel periodo natalizio?

«L'anno scorso abbiamo realizzato in collaborazione con una pasticceria dei biscottini artigianali a tema natalizio, che hanno avuto un grande successo. Poi piace molto, in generale, ogni genere di prodotto che ben si presta a un pensiero non molto impegnativo».

#### E per quanto riguarda l'abbigliamento?

«Non c'è molta richiesta di capi, maglioncini, felpe e cappottini natalizi, perché sono pochi i consumatori disposti a spendere fino a 40 euro per un prodotto che si utilizza soltanto una sera. Vanno abbastanza bene gli abitini e accessori che hanno un prezzo al pubblico relativamente modico, come le sciarpine o i cappellini».

#### Quali sono i principali comportamenti di acquisto per il segmento dei regali di Natale?

«L'acquisto è prevalentemente di impulso. Noi durante il mese di dicembre enfatizziamo molto la presenza di articoli adatti a un regalo, così che il consumatore entrato in negozio per altri motivi, aggiunge alla propria spesa anche un piccolo extra da mettere sotto l'albero. La domanda di questi prodotti è maggiore per il cane, che per il gatto».

## MENO PAURA DI BOTTI E FUOCHI D'ARTIFICIO CON ADAPTIL



Oltre il 70% dei proprietari ha riscontrato nel proprio cane paura o addirittura panico a causa dei rumori violenti, come botti e fuochi d'artificio. Adaptil è una linea di prodotti che trasmette al cane messaggi rassicuranti noti scientificamente come feromoni, di efficacia dimostrata, che riproducono tutte le proprietà dei feromoni appaganti rilasciati in natura da mamma cane.