



Antiparassitari: l'innovazione passa da collari e naturale

Il segmento sviluppa circa un quinto del mercato no food, con un trend stabile nelle vendite. I principali segnali di vitalità si registrano nei consumi di collari e di referenze non chimiche, anche se sono ancora richiesti sforzi in fatto di informazione al cliente finale per non limitare le opportunità di crescita.

In un segmento di mercato sostanzialmente stabile da qualche anno, come è quello degli antiparassitari, i principali segnali di dinamismo sono espressi dall'avanzata dei prodotti naturali e dalla crescita della soluzione del collare, che soprattutto nel cane continua a guadagnare quote rispetto allo spot-on. Fra gli articoli no food, gli antiparassitari rappresentano la categoria con la quota più importante nelle vendite, pari

a circa un quinto dei valori. Eppure, complici da una parte le vendite fortemente concentrate su pochi brand leader di mercato e dall'altra la crescente forza del canale e-commerce per questi prodotti, sembra che il reparto della parafarmacia stia tardando a esprimere tutto il suo potenziale di evoluzione. Gli elementi a favore di uno sviluppo interessante di questo segmento infatti non mancano, a partire dal fatto che in Italia sono in costante aumento i pet owner la cui priorità è il benessere dell'animale e che dunque sono maggiormente sensibili al servizio di informazione e accompagnamento alla vendita di un retailer competente e preparato. Per questi consumatori la prima leva di acquisto non è il prezzo, ma piuttosto efficacia e funzionalità. Implementare la comunicazione, sia in store sia attraverso i media, potrebbe aiutare il retail e l'industria a interfacciarsi efficacemente a questa parte di pubblico più attenta alle innovazioni di mercato, e in particolare più propensa a un utilizzo consapevole degli articoli appartenenti al trend più interessante di tutto il segmento, ovvero alle referenze naturali.

SPOT-ON CHIMICI /

Fra i prodotti che eliminano i parassiti, i più diffusi sono quelli in modalità spot-on. La comodità per l'animale rappre-

CAVESTRO (CAMON): "IL TREND PIÙ INTERESSANTE È SUI PRODOTTI NATURALI"

Mario Cavestro, direttore tecnico e commerciale di Camon



Come valuta il mercato degli antiparassitari in Italia?

«Il segmento degli antiparassitari è in generale stabile nelle vendite e ogni anno con regolarità vi si accostano nuovi player con prodotti molto simili tra loro. Un trend da monitorare attentamente è quello delle soluzioni naturali, che dal nostro punto di vista registra una crescita molto interessante».

Quali sono i principali comportamenti di acquisto per questi prodotti?

«Per gli antiparassitari i consumatori cercano prima di tutto efficacia e sicurezza dei prodotti, anche se in qualche caso il prezzo è ancora decisivo».

Quali sono le strategie di comunicazione più efficaci per gli antiparassitari?

«Sulla comunicazione noi stiamo puntando molto sui prodotti naturali, motivo per cui riteniamo che sia molto importante spiegare la filosofia che sta alla base di tutta la nostra linea Protection, più che le caratteristiche di un singolo prodotto».

Quali sono i punti di forza degli articoli naturali?

«A differenza dei prodotti di sintesi, i quali vengono solitamente promossi come risposta puntuale all'aggressione di insetti e parassiti con una stagionalità circoscritta, i prodotti naturali, se ben formulati - e la nostra linea Protection, in questo senso, può vantare riconoscimenti di efficacia ottenuti da parte di importanti enti e università - possono essere utilizzati in tutta serenità a scopo preventivo, durante tutto l'anno».

SERESTO: IL COLLARE A RILASCIO COSTANTE DI BAYER

Seresto è il collare Bayer di ultima generazione per proteggere il cane e il gatto da pulci e zecche. Tramite l'utilizzo della tecnologia Polymer Matrix, i principi attivi vengono rilasciati in modo costante e controllato per tutta la durata del trattamento offrendo una protezione che dura fino a otto mesi. Si applica in pochi secondi, è inodore e resistente all'acqua.



RECORD PROPONE LA MONOFIALETTA



FlevoX Monofialetta di Record è il trattamento spot-on a base di fipronil per combattere infestazioni da pulci, zecche e pidocchi. La sua formula è efficace anche nella prevenzione della dermatite allergica da pulci. La confezione a bivalva permette l'esposizione verticale e la scelta della monofialetta comporta una

battuta di cassa inferiore e una maggiore rotazione.

FRONTLINE TRI-ACT: LA PROTEZIONE A LUNGA DURATA

Frontline Tri-Act di Boehringer Ingelheim protegge il cane da pulci e zecche ed è repellente e insetticida verso i pappataci e le zanzare. Può essere utilizzato nei cuccioli a partire dalle 8 settimane di età e di peso superiore ai 2 kg. Il prodotto è disponibile in confezioni da 3 trattamenti e nelle confezioni da 6 trattamenti che consentono una migliore gestione del programma di protezione.



sentano uno dei principali plus di questo tipo di antiparassitario. Si tratta di fiallette che contengono una soluzione oleosa da applicare con cadenza mensile direttamente sulla pelle. Sul mercato sono disponibili soprattutto confezioni con quattro o due pipette, anche se più recentemente ha iniziato a diffondersi anche il formato monodose. Quest'ultima modalità sta riscontrando un discreto successo di mercato, sia presso il pubblico finale, per il costo contenuto, sia fra i retailer perché porta a un acquisto reiterato. Il mercato è sviluppato per la maggior parte da pochi marchi leader, anche se sono in costante aumento le alternative che offrono un trattamento equivalente con un posizionamento di prezzo inferiore, esattamente come accade nel settore farmaceutico umano. Questi articoli equivalenti sono presenti prevalentemente nei pet shop specializzati, che puntano a differenziare la propria offerta rispetto alle grandi catene dove c'è una forte prevalenza dei top player.

LA SCALATA DEL COLLARE /

La principale alternativa allo spot-on è rappresentata dai collari che rilasciano progressivamente in dosi controllate un principio attivo contro pulci, zecche e insetti. Le vendite di questi articoli stanno guadagnando quote di mercato e oggi rappresentano circa un quarto delle vendite di an-

FRANCO (RECORD): "FORTE FIDELIZZAZIONE AL MARCHIO"

Dan Franco, presidente di Rinaldo Franco spa



Quali sono i principali comportamenti di acquisto per i prodotti antiparassitari?

«La scelta dei consumatori è orientata prevalentemente verso i prodotti chimici. Gli articoli naturali hanno un potenziale interessante, ma è ancora presto per poter dire fino a che punto cresceranno le loro vendite. In generale riscontriamo una forte fidelizzazione al marchio: i leader di questo settore hanno quote di mercato ampiamente consolidate».

A quali aspetti sono più sensibili i proprietari di pet quando devono acquistare un antiparassitario?

«I proprietari di pet sono molto attenti ai consigli offerti dai principali opinion leader. Fondamentale è in particolare il parere dei veterinari, ma sta acquistando sempre più importanza anche l'opinione dei tolettatori, che hanno a che fare regolarmente con il pelo e la cute degli animali».

Quali sono i canali di vendita più performanti per questo segmento di prodotto?

«Riteniamo che il mercato degli antiparassitari sia diviso equamente tra farmacie, pet shop specializzati e grocery. Ma c'è da registrare anche una rapida ascesa del canale e-commerce, che sta crescendo molto nelle vendite di questi articoli».

Come evolverà in futuro questo segmento di prodotto?

«Molti degli sviluppi futuri dipenderanno dal successo dei prodotti non chimici, realizzati con essenze che allontanano parassiti, pulci e zecche. Noi abbiamo già provato in passato a trattare questi articoli, ma forse i tempi non erano ancora maturi e non abbiamo ricevuto la risposta che ci attendevamo. A breve riproveremo a trattare il naturale nella soluzione spot on, così da vedere se anche la modalità di applicazione influisce sulla scelta dei consumatori».

DA CEVA, UNA LUNGA PROTEZIONE PER CANI E GATTI



Duoflect è l'antiparassitario spot-on di Ceva Salute Animale. A base di fipronil e metoprene, protegge a lungo cani e gatti contro pulci, zecche e l'ambiente. Il prodotto è disponibile in cinque referenze da 3 pipette e ha una formulazione unica adatta a gatti di oltre 5 kg e cani 2-10 kg.

PET VILLAGE DISTRIBUISCE L'ANTIPARASSITARIO EQUIVALENTE DI BEAPHAR

Pet Village distribuisce Beaphar Fiprotec Combo, l'antiparassitario equivalente per la protezione di cani e gatti di ogni età e taglia. L'azione combinata dei principi attivi fipronil e S-metoprene combatte i parassiti del cane e del gatto, come pulci, zecche e pidocchi, ma anche uova e larve che possono contaminare gli ambienti domestici.



CAMON PROTECTION LINE: UNA LINEA COMPLETA PER IL PET E LA CASA



Per la difesa di cani e gatti ma anche degli ambienti domestici dagli ospiti indesiderati, Camon ha creato Protection line, una linea di prodotti naturali a base di olio di Neem. I prodotti Protection line possono essere utilizzati anche in sinergia tra loro per potenziare l'effetto combinato.

*Design
for my best friend*



PIN UP LUXO



PIN UP TOP

www.mpbergamo.com



Meet us at our booth 5-220



Interzoo 2018

May 8-11, 2018

*Love
has no size*



MADE IN
ITALY
· PREMIUM QUALITY ·

BRACCO TRAVEL



Lo spot-on è la soluzione leader di mercato che copre quasi per intero le vendite di antiparassitari per gatti e circa tre quarti di quelle per cane

tiparassitari per cani. Per il gatto, invece, lo spot-on è la soluzione che copre quasi per intero le vendite in questo segmento. I collari offrono una soluzione molto più pratica per i proprietari, perché, mentre le fialete richiedono di essere applicate con cadenza mensile, questi vengono fatti indossare all'animale con una durata che può arrivare fino a otto mesi. Inoltre la soluzione del collare è

GALUPPINI (CEVA): "AMPLIARE IL PERIODO DELLE VENDITE"

Andrea Galuppini, product manager di Ceva Salute Animale



A quali aspetti sono più sensibili i proprietari di pet quando devono acquistare un antiparassitario?

«Oggi i proprietari di pet sono molto informati sugli antiparassitari, e quindi affrontano la scelta del prodotto in maniera molto più consapevole rispetto al passato. Le principali leve di acquisto sono efficacia, praticità e prezzo».

Quali sono i canali di vendita più performanti per questo segmento di prodotto?

«I nostri prodotti sono disponibili nelle farmacie e nei negozi specializzati. Quest'ultimi sono i punti vendita in cui registriamo le performance migliori. Abbiamo deciso di non trattare la nostra offerta nelle grandi catene, perché la strategia di questo canale è orientata a dare una visibilità elevatissima ai brand leader di questo segmento».

Come viene affrontata la stagionalità di questi articoli da parte dei canali di vendita?

«Durante la stagione si verifica un considerevole taglio dei prezzi e questo consente al cliente di acquistare in anticipo prodotti per tutto il periodo. Questo concentra sempre di più il periodo delle vendite».

In futuro verso quali aspetti dovrà orientarsi il servizio per favorire la crescita del segmento degli antiparassitari?

«Deve crescere la consapevolezza che il trattamento antiparassitario è necessario per tutto l'anno. Questo può portare a un ampliamento del periodo di vendite. Un'attenzione particolare andrà dedicata alle esigenze di praticità dei pet owner».

DA MUGUE, LA SPAZZOLA MULTI FUNZIONE CHE ALLONTANA GLI INSETTI



Pelù Zanzaastop di Mugue è la spazzola adesiva leva pelucchi profumata che oltre a lasciare lucido il pelo, svolge una funzione protettiva contro le zanzare. Il prodotto rilascia sul pelo un mix di estratti vegetali e oli essenziali puri, tra cui geranio e citronella che offrono un'azione repellente. Priva di prodotti chimici e formulata con materie prime italiane garantite e certificate, la spazzola è utilizzabile anche sull'arredamento e sul vestiario poiché testata per l'uomo.

VITAKRAFT PENSA AI CANI DI TUTTE LE TAGLIE

Vitakraft propone un antiparassitario con il principio attivo del fipronil in soluzione spot on. Il prodotto, pensato per le esigenze di cani piccoli, medi e grandi, è sviluppato per il trattamento e la prevenzione delle infestazioni da pulci e per il trattamento delle infestazioni da zecche.



HDR PUNTA SUI PRINCIPI ATTIVI DELL'ALOE ARBORESCENS

Aloeplus Sciroppo di HDR propone un nutraceutico dalla formula brevettata, che contiene oltre 350 principi attivi derivanti dall'intera foglia di Aloe Arborescens e dalla carota. La sua azione terapeutica mira a coadiuvare e normalizzare le funzioni fisiologiche dell'organismo. lavorato a freddo con l'esclusivo "Metodo HDR", che permette di lasciare inalterati tutti i principi attivi.





**LOW
GRAIN**



Se elimini l'acqua... rimane solo Exclusion!

SOLO INGREDIENTI DISIDRATATI PER UN CONCENTRATO DI NATURA!



NO CARNE FRESCA

SOLO INGREDIENTI ANIMALI DISIDRATATI
PER UN MAGGIOR APPORTO DI NUTRIENTI.



Exclusion[®]
Ancestral Formula



Dall'analisi delle abitudini alimentari ancestrali dei cani, dei loro antenati lupi e della loro attitudine a nutrirsi prevalentemente con carne, Dorado ha formulato Exclusion Ancestral Low Grain, una linea di alimenti completi e bilanciati con elevato apporto di ingredienti animali disidratati, a basso contenuto di cereali, senza glutine e senza antiossidanti chimici. Exclusion Ancestral utilizza solo carne disidratata, ottenuta dalla carne fresca attraverso uno specifico processo di cottura, che elimina più dell' 80% di acqua; ne risulta un prodotto contenente una maggiore concentrazione di nutrienti rispetto agli alimenti contenenti carne fresca*.

(*A parità di peso tra carne disidratata e carne fresca).

f Get Social
www.exclusion.it

Cruelty free

di norma più delicata rispetto allo spot-on, che invece ha un effetto generalmente più aggressivo. Di contro, il collare è un po' più scomodo in quanto, oltre a questo, durante le passeggiate il cane deve anche indossare i tradizionali accessori da guinzaglieria. Da ultimo determina i comportamenti di acquisto anche il fattore prezzo. Il costo del collare è infatti mediamente inferiore rispetto alla somma di tutti gli spot-on che occorrono per un trattamento completo durante tutta la stagione. Alcuni consumatori dunque preferiscono acquistare gli spot-on, in quanto hanno una battuta di cassa inferiore e di conseguenza richiedono una spesa più distribuita nel tempo. Altri scelgono la maggiore convenienza del collare sul totale della spesa richiesta per la stagionalità.

IL TREND NATURALE /

I prodotti naturali rappresentano ancora una nicchia del mercato degli antiparassitari, ma registrano il trend di vendita più dinamico di tutta la categoria e costituiscono la principale apertura all'innovazione del comparto. In particolare è l'olio di Neem l'essenza più diffusa fra quelle utilizzate dalle aziende produttrici allo scopo di allontanare insetti e parassiti. Il numero di referenze di questo tipo

TOSTI (CIAM): "FONDAMENTALI LE ATTIVITÀ DI RICERCA"

Giuliano Tosti, proprietario e amministratore unico Ciam



Quali sono le tipologie antiparassitari più performanti nelle vendite?

«Attualmente la tipologia degli spot-on ricopre la maggior parte dei consumi, tuttavia i collari con innovative tecnologie riscoprono l'interesse del proprietario di pet e rispondono con efficacia alle richieste del veterinario in termini tecnici. Molto interessante è anche l'emergente settore naturale, che risponde ad alcune specifiche esigenze dei proprietari di cani e gatti».

Quali sono i principali comportamenti di acquisto per questo genere di prodotto?

«Normalmente l'acquisto è fidelizzato al singolo brand e a una specifica tipologia di antiparassitario. Ma anche il cliente abitudinario sta iniziando ad affidarsi ai suggerimenti di veterinari e retailer professionali e competenti. La lunghezza della barriera protettiva e l'ampiezza dello spettro d'azione sono due parametri importanti, oltre al prezzo».

In quale direzione si muoverà l'industria per portare l'innovazione nel segmento degli antiparassitari?

«Per il settore degli antiparassitari è fondamentale un costante sforzo da parte dei produttori nella ricerca di principi attivi sempre più efficienti e con un ampio spettro di azione. Inoltre un focus particolare interesserà, non più solamente l'animale ma anche l'ambiente domestico in cui vive. Infine, sta iniziando a diffondersi la soluzione dell'antiparassitario orale e i pet shop si stanno gradualmente attrezzando per trattare anche questa tipologia di prodotto».

MENNUTI: ANCHE LO SPOT-ON È NATURALE

Le "Fiale di Pul" di Mennuti sono un rimedio naturale a base di olio di Neem. Grazie alle loro sostanze funzionali e alla loro formulazione oleosa, garantiscono una lunga efficacia e creano un ambiente sfavorevole all'insediamento di pulci, zecche e insetti volanti. La gamma si completa con uno shampoo, un olio lavante e uno spray.



TRIXIE: UNA BARRIERA CON L'AIUTO DELLA PERMETRINA



La linea Trixie Insect Shield comprende diversi modelli di cucce, coperte, cuscini, magliette e bandane per cani che offrono protezione contro zanzare, zecche, mosche, pulci e formiche. Attraverso l'utilizzo della permetrina, un principio attivo inodore incorporato all'interno delle fibre dei tessuti, si crea una barriera di circa 30 cm oltre la quale gli insetti non si avvicinano.

CHOGAN PUNTA SULL'OLIO PURO DI NEEM

Con le sue proprietà antivirali, antibatteriche, antiparassitarie, antisettiche e antifungine, L'Olio puro di neem di Chogan si propone come un metodo efficace contro zecche e pulci. L'estratto 100% vegetale è applicabile direttamente sulla cute o sul pelo con l'apposito contagocce in dotazione.



on site

Guarda lontano,
punta alla qualità.



Disponibilità elevata
Nessun minimo d'ordine
Consegne in un giorno lavorativo
Assistenza sul punto vendita

www.onsite.pet



HURTTA | 4CATS | ALP2CANINE | CARLSON | CORALPINA | DOGBITE
FLAVORIT | HUGGLEHOUNDS | MA-FRA PET | MAJORDOG | PETOSAN | STARMARK

On Site S.r.l.u. | www.onsite.pet | info@onsite.pet | 0342 200070

è in costante aumento, così come le modalità di impiego. Per la protezione degli animali sono infatti disponibili soluzioni spray, spot-on e collari, e inoltre sono recentemente entrati sul mercato anche articoli per gli ambienti domestici. Il principale punto di forza del segmento naturale è la possibilità di applicazione in qualsiasi momento, dunque anche a scopo preventivo, senza rischi per chi sta intorno all'animale e in particolare per i bambini. Inoltre il semplice concetto di naturalità rappresenta un claim di forte richiamo per il consumatore moderno.

LA LEVA DEL PREZZO /

Ma c'è anche un altro fattore che influisce sui consumi per le referenze naturali e che ha però un duplice risvolto, uno positivo e uno negativo. Stiamo parlando della leva del prezzo, perché questi articoli hanno un posizionamento molto inferiore rispetto a quelli chimici. Per questo motivo, c'è una parte di consumatori, meno preparata e più sensibile alla convenienza, che tende ad acquistare i prodotti naturali in alternativa a quelli chimici aspettandosi la stessa efficacia. La verità è che non si può paragonare l'azione dei principi attivi delle essenze vegetali a quella dei prodotti chimici. Gli articoli naturali andrebbero invece utilizzati in aggiunta agli antiparassitari tradizionali, di conseguenza la vera opportunità per il retail è rappresentata dalla possibilità di un acquisto congiunto delle due formulazioni da parte della clientela finale. Le essenze naturali saranno in particolare più indicate a scopo preventivo, anche fuori stagione, come trattamento regolare. Quelle chimiche andranno utilizzate invece, con le dovute precauzioni, nel pieno del periodo estivo. Ovviamente ci sono anche le eccezioni e i casi particolari, quando ad esempio un cane riscontra un'avversione per una formulazione chimica particolarmente aggressiva e sviluppa una forma di dermatite. I prodotti naturali vanno incontro anche a esigenze di questo tipo. È fondamentale dunque che gli addetti alla vendita dedichino la massima cura nel rapporto con il pubblico finale, soprattutto con quella parte di proprietari meno informati che non hanno ben chiare le caratteristiche delle tipologie di antiparassitari in commercio e che spesso si soffermano sul cartellino del prezzo senza approfondire le differenze tra un prodotto e l'altro.



MUSURUANA (MUGUE): "SUCCESSO CRESCENTE PER IL NATURALE"

Corinna Musuruana, responsabile comunicazione di Mugue



Quali sono i trend più interessanti nei consumi di articoli antiparassitari?

«Il naturale ha un successo crescente nelle vendite, anche perché si presta a diverse modalità di impiego. Noi ad esempio riscontriamo un notevole interesse per articoli multifunzione come le spazzole adesive con effetto repellente per gli insetti. Questi articoli agiscono rilasciando un mix di oli essenziali che proteggono dagli ospiti indesiderati in maniera naturale. Da tre anni abbiamo lanciato sul mercato questo prodotto e siamo molto soddisfatti dei risultati».

Quali sono le principali leve di acquisto per questo genere di prodotto?

«C'è una forte sensibilità verso articoli realizzati con il contributo di università e istituti di ricerca, che sono immediatamente associati da parte dei consumatori a efficacia e sicurezza. Lo stesso vale anche per il concetto del Made in Italy, che è considerato un marchio di garanzia. Inoltre la funzionalità è un fattore sempre più influente nei comportamenti di acquisto».

Come viene affrontata la stagionalità degli articoli antiparassitari da parte dei canali di vendita?

«Sempre parlando di spazzole e accessori con effetto repellente per gli insetti, è molto interessante vedere come questi articoli stagionali fungano da traino per le vendite di modelli con una differente funzionalità e che non sono legati a un particolare periodo dell'anno, quali ad esempio spazzole profumate o igienizzanti».

FORMULA SPRAY A BASE DI PIANTE OFFICINALI PER GREENVET



Apaderm Spray di GreenVet è una preparazione dermo-funzionale emolliente e igienizzante a base di piante officinali ed estratti vegetali indicata per favorire il mantenimento della naturale fisiologia della pelle. Il prodotto fornisce supporto al benessere dell'animale e negli interventi di gestione, prevenzione e trattamento di infestazioni da parassiti esterni e ospiti indesiderati della cute, quali mosche, zanzare, tafani, pulci e pidocchi.

ADDIO AI PARASSITI PER 12 SETTIMANE CON FORMEVET

Formevet Fipralone Duo unisce il principio attivo fipronil con il piriproxifene, un IGR (regolatore di crescita degli insetti) che interrompe il ciclo di vita di zecche e pulci. L'azione di copertura si protrae per 12 settimane e l'efficacia non viene ridotta dall'immersione in acqua e dall'utilizzo di shampoo.

