



Foto: Camon

# L'abbigliamento a una svolta

*I consumi stanno evolvendo gradualmente superando la logica dell'acquisto stagionale, grazie anche alla crescita dei consumi per i capi sportivi e fashion. E sono in arrivo anche nuovi segmenti, come la cerimonia e il mare. Su questa spinta giacche e cappottini rappresentano sempre di più un'interessante opportunità per il retail, per differenziarsi rispetto alla concorrenza e per attirare la clientela all'interno del punto vendita. A patto di investire sulla completezza di assortimento e sul servizio.*

**S**tagionalità, contesto geografico e tipologia di impiego. Sono queste le principali variabili che movimentano il mercato dell'abbigliamento per cani e lo rendono uno dei segmenti più dinamici e in evoluzione del settore pet. Cappottini, impermeabili, maglioni e abitini rappresentano una categoria di prodotto dai contorni non facilmente definibili. Da un'ampia panoramica si può tuttavia notare come le vendite stiano crescendo, anche se a piccoli passi. Stiamo parlando di una nicchia che sviluppa ancora una piccola quota del giro di affari di un negozio, anche se chi ha investito per dedicare spazio a un assortimento il più completo possibile e ben presentato sta raccogliendo risultati molto positivi. Inoltre nell'ultimo anno i comportamenti dei consumatori hanno iniziato a registrare un'interessante evoluzione, per cui l'acqui-

## RECORD SI ISPIRA ALLA MODA DI MILANO



Candy è il maglione che Record propone in tre differenti versioni stilistiche: rosso con decorazione a forma di zampa blu, giallo con osso blu e azzurro con cuore viola. Il modello fa parte della linea Fashion Milano di Record, che a partire da settembre sarà ampliata con altri modelli tra cappottini, impermeabili, maglioni, felpe e magliette. La gamma comprende anche una simpatica collezione dedicata al Natale.

## PROTEZIONE E LIBERTÀ DI MOVIMENTO CON PRATIKO

Kappottina duo è un innovativo accessorio disegnato da Pratico. Il prodotto combina una pettorina regolabile in pvc ecologico e anallergico a un rivestimento di tessuto tecnico idrorepellente. L'accessorio protegge termicamente la zona toracica, favorendo al contempo libertà di movimento. Ideale per tutti i cani, dal chihuahua all'alano, il modello è disponibile in cinque colorazioni e impreziosito da una bordatura riflettente.



sto di questi articoli si sta progressivamente estendendo anche oltre i mesi invernali. A trainare questo cambiamento sono i modelli pensati appositamente per chi vuol fare vita attiva con l'animale da compagnia. Escursioni, campeggio, running o uscite in bicicletta in compagnia del cane stanno diventando uno dei trend più interessanti per il settore. Questo genere di attività richiede infatti l'utilizzo di attrezzatura specifica e generalmente molto tecnica. L'offerta di articoli per l'outdoor va dunque a intercettare un target di clientela ben preciso e composto da consumatori solitamente ben informati, e per questo motivo è destinata a diventare una categoria merceologica particolarmente strategica per il retail. Il mercato dell'abbigliamento è insomma a una svolta, anche se molto dipenderà da quali scelte faranno i canali di vendita per valorizzare questo genere di assortimento e per offrire un servizio completo capace di attirare la clientela all'interno del punto vendita.

#### COMPLETEZZA DI OFFERTA /

Ampiezza di gamma, per taglie, modelli e colorazioni, e qualità dell'esposizione sono i due principali driver della crescita delle vendite di questi prodotti. Fondamentale è individuare una selezione di brand che consenta ai retailer di soddisfare tutte le richieste possibili

## LA PAROLA AL RETAIL

### • Andrea Matteucci - "Da 0 a 4 zampe", Ravenna

«Nei mesi invernali, l'abbigliamento sviluppa una quota importante delle nostre vendite. Questo è dovuto soprattutto alla nostra scelta di valorizzare l'accessoristica. L'apparel offre una marginalità molto interessante ed è un segmento attrattivo per la clientela all'interno del negozio, che ha bisogno di far provare i prodotti al cane prima di acquistarli. Abbiamo un ampio assortimento, equamente diviso fra i modelli tecnici per la vita attiva e quelli fashion. Entrambe le categorie di prodotto hanno performance molto buone. I risultati positivi non ci sarebbero senza un investimento per dare la giusta importanza a questi articoli. Per rispondere alle esigenze di tutta la clientela è richiesta prima di tutto una completezza di taglie, per poter vestire ogni tipo di cane, dal bulldog francese al bassotto, passando per il chihuahua e il levriero».

### • Giulia Stortini - "Cip & Ciop", Tuoro sul Trasimeno (PG)

«L'abbigliamento rimane una nicchia nel giro di affari del negozio, con un trend stabile nelle vendite. Il prezzo è generalmente la prima leva d'acquisto, anche se i consumatori si dimostrano abbastanza ricettivi al servizio. Per questo è fondamentale seguirli e dedicare tempo, per comprendere le esigenze del singolo e per spiegare le caratteristiche tecniche del modello più adatto. Fondamen-

tale è soprattutto la vestibilità, per questo nella selezione dei marchi ci affidiamo per primi a quelli con un'offerta molto ben segmentata per taglie. Anche l'esposizione ha un ruolo molto importante, noi abbiamo previsto uno spazio di diversi metri con scaffale e un espositore specifico per i modelli in promozione».

### • Elisa Guidolin - "2G Pet Food Cortina", Cortina d'Ampezzo (BL)

«Il nostro negozio si trova in una località turistica, le vendite di abbigliamento subiscono una forte influenza a seconda del periodo dell'anno. Durante la stagione invernale la clientela è rappresentata principalmente da chi a Cortina ha la sua seconda casa, generalmente con un'alta disponibilità di spesa e che si concentra prevalentemente sui modelli fashion. La maggior parte è composta da proprietari di cani di piccolissima e piccola taglia. Fra i comportamenti di acquisto si evidenzia in particolare la ricerca di prodotti unici, ad esempio la preferenza per la piuma d'oca sul sintetico nel caso dei piumini o per le felpe imbottite con tessuti pregiati. Durante il periodo estivo, invece, abbiamo una prevalenza dei classici turisti occasionali. Questi richiedono soprattutto abbigliamento tecnico-sportivo, rispetto ai primi hanno spesso una minore disponibilità di spesa e di conseguenza sono più attenti al prezzo».

# GREEN FISH



NESSUN TEST CLINICO  
SUGLI ANIMALI

SENZA CONSERVANTI E  
COLORANTI AGGIUNTI

DISPONIBILE ANCHE  
IN FORMULA PUPPY



DIETA  
DEL GIORNO:  
BENESSERE

NUOVO LOOK  
NUOVA RICETTA

ANCORA PIÙ  
PESCE!



## Erbe & Salute

MARPET s.r.l.  
Via Don Sasselli D'Éra, 12/A  
Albaredo d'Adige (VR) - Italy

Tel. +39 045 6600134  
info@marpet.it  
www.marpet.it



di un proprietario di pet. Il numero di player dell'industria che trattano questa categoria di prodotto è in continua crescita. L'offerta dei principali produttori si differenzia generalmente per la vestibilità e per le fantasie. Alcuni puntano ad esempio su un catalogo di prodotti con una vasta scelta di taglie e, in alcuni casi, di modelli specifici per razza. Questo approccio è molto prezioso per poter rispondere alle esigenze di qualsiasi tipo di cane, dal bassotto, al chihuahua o al bulldog, che hanno corporature differenti e di conseguenza richiedono prodotti su misura. Altri marchi si caratterizzano per un'estesa selezione di colori, grafiche e soluzioni. In questo caso viene data priorità al gusto del proprietario dell'animale, fattore da non trascurare in quanto l'abbigliamento, soprattutto quello più casual e fashion risponde anche a una preferenza estetica da parte del consumatore. Per queste ragioni è molto importante individuare il giusto mix di fornitori con cui collaborare, in modo da riuscire a esaudire ogni possibile necessità.

## RAPIDITÀ DI CONSEGNA /

Questo approccio richiede un importante investimento per riservare ampio spazio all'abbigliamento all'interno del negozio. Di conseguenza solo i negozianti che hanno dimostrato di credere nelle potenzialità di questa categoria di prodotto, valorizzandola adeguatamente, hanno raccolto risultati degni di nota. L'apparel è un segmento merceologico con caratteristiche particolari rispetto al food o ad altri accessori. Nell'alimentazione, ad esempio, in caso di una specifica richiesta o esigenza da parte di un consumatore, un negoziante può facilmente individuare un prodotto che soddisfi le necessità dell'animale anche con un assortimento di pet food contenuto, se questo è ben razionalizzato. Questo non accade nell'abbigliamento, per il quale è fondamentale avere a disposizione un assortimento completo di modelli e taglie, oltre

## AVONTO (FERRIBIELLA): "VOGLIAMO VESTIRE TUTTI I CANI"

**Genny Avonto, direttrice creativa di Ferribiella**



### Quali sono i principali comportamenti di acquisto per questa categoria di prodotto?

«Moda e necessità, solo due parole. Non è banale pensare che chi vive in una grande città e ha un cane di media-grossa taglia voglia evitare che si bagni durante la passeggiata. La nuova collezione Savage creata in collaborazione con Massimo Persichino è ispirata a moda, sport ed eleganza con innovazione e qualità senza tralasciare vestibilità e praticità».

### Che tipo di consumatore è quello che cerca un prodotto di abbigliamento per il cane?

«Un inconfondibile stile Italiano e senso pratico rende la nostra collezione ricercata e amata da padroni e cani. Non voglio identificare in un soggetto generico il proprietario tipo anzi cerchiamo di dare una varietà di stile, colori e materiali per creare modelli ideali per cani sportivi, freddolosi, grandi, piccoli ma soprattutto coccolati».

### Come stanno andando le vendite di questo segmento?

«Il mercato è in crescita e non più solo legato ai mesi invernali. I nostri impermeabili sono ricercati tutto l'anno. Ci aspettiamo grandi risultati dal nuovo modello Urban impermeabile con pettorina integrata. L'esigenza più comune è quella di proteggerli dalla pioggia senza tralasciare la sicurezza».

### Quali sono i trend più interessanti nel segmento abbigliamento?

«Elementi di moda e trend dettati dai social stanno rientrando sempre più nelle nostre collezioni. Quest'anno abbiamo lanciato la t-shirt #DogInfluencer che ha avuto un successo incredibile ed è stata oggetto di eventi in collaborazione con grandi brand».

### Quali progetti avete previsto per sostenere l'attività del retail?

«Abbiamo progettato e realizzato il primo espositore cappotti a ispirazione coloniale e con tutti i colori della Collezione Savage, per rendere inconfondibile il nostro stile anche nei punti vendita. Abbiamo ridisegnato il porta-cappottino perché non c'è mai una seconda possibilità di dare la prima impressione. Infine abbiamo appositamente scelto un formato inconsueto, direi quasi maxi per il nuovo catalogo cartaceo, una presentazione anche qui ricercata e unica».

## VITAKRAFT FA IL PIENO DI COLORI



Vitakraft dedica le felpe Hashtag agli amanti delle passeggiate con il cane. Disponibili in tanti colori e stampe diverse, questi capi si caratterizzano per la vestibilità ottimale e per il design che coniuga uno stile giovane e alla moda.

## CROCI GUARDA ALLE GRANDI FIRME DELLA MODA



Croci propone Street Dragon, un giubbetto imbottito con chiusura in velcro. Le forme e i colori sono ispirati alle recenti tendenze dei principali brand di moda, oltre che dai top trend diffusi sui social network e tra i fashion addicted.

## FARM COMPANY PRESENTA IL PARKA SCAMOSCIATO



Tra i modelli più trendy della collezione Metropolitan autunno inverno 2018/2019 di Farm Company c'è il Parka scamosciato con fibbia in metallo. Proposto in due colorazioni classiche, grigio e cammello, il capo è dotato di dettagli e fodera interna in tessuto caldo e soffice, e di eleganti inserti in similpelle.



# Con carne fresca



La provenienza e la composizione del cibo del vostro cane sono per voi importanti? Allora provate subito il cibo secco BELCANDO® Super Premium – made in Germany. La particolarità: le ricette contengono carne di muscolo fresca. Ciò è reso possibile dal processo BEWITAL Thermal-Mix unico al mondo nel suo genere. Per la lavorazione delle sostanze nutritive viene utilizzato quasi esclusivamente il vapore acqueo, ciò è paragonabile alla cottura a vapore della cucina salutare. Il vantaggio: vitamine ed altre sostanze naturali contenute negli ingredienti vengono mantenute. I vostri cani ne andranno ghiotti.

**BELCANDO® - Gli ingredienti fanno la differenza**

**BEWITAL petfood**

Bewital petfood GmbH & Co. KG • Industriestr. 10 • D-46354 Südlohn • Phone +49 2862 581-197 • [www.belcando.it](http://www.belcando.it) • [info@belcando.de](mailto:info@belcando.de)

che adeguatamente vario per stili e design. In secondo luogo, nell'eventualità in cui, per una richiesta particolare, si verifichi una situazione in cui un addetto alla vendita non sarà nella possibilità di individuare l'articolo che accontenti il gusto o il bisogno del consumatore, sarà fondamentale essere nella condizione di poter effettuare un ordine che venga esaudito nell'arco di pochi giorni. Per questa ragione, nella selezione dei marchi trattati è importante considerare anche l'efficienza della logistica di questi ultimi, privilegiando dove possibile quelli che offrono la consegna entro 24 o 48 ore. Tuttavia è bene sottolineare che è la prima impressione a far la differenza, ovvero quella data dall'esposizione, dal servizio e dall'offerta all'interno del pet shop.

## TEMPO PREZIOSO /

Senza una presentazione in store di qualità, anche il servizio di consegna più celere risulterebbe inefficace. Un corner trascurato e povero di scelta, nella maggior parte dei casi porta il cliente a rivolgersi altrove per trovare quello che cerca. Uno dei principali rischi sarebbe quello di esporsi alla concorrenza dell'e-commerce, aspetto in qualche modo paradossale se si considera che la categoria abbigliamento, quando trattata correttamente, risulta particolarmente strategica per il retail fisico perché attrae i proprietari all'interno del punto vendita. È fondamentale che il pubblico, generalmente femminile nel caso dei modelli fashion e lifestyle, possa vedere e toccare con mano colori, tessuti e tipologie di prodotto. E altrettanto importante è dare la possibilità al pet di indossare il capo direttamente sul posto, magari allestendo un banco prova o addirittura un piccolo camerino. Occorre inoltre dedicare attenzione e cura nella spiegazione al consumatore delle caratteristiche di maglioncini, impermeabili e cappottini. L'apparel è un segmento fra quelli che richiedono agli addetti alla vendita più tempo a disposizione della clientela. Tempo ampiamente

## CANAZZA (CAMON): "VALORIZZARE L'ESPERIENZA DI ACQUISTO"

Alice Canazza, marketing manager di Camon



**Che tipo di consumatore è quello che cerca un prodotto di abbigliamento per il cane?**

«Chi acquista un capo di abbigliamento è molto attento alle esigenze del cane ed è cosciente che anche gli animali che vivono la maggior parte del tempo in casa hanno bisogno di protezione dal freddo nei mesi invernali, oppure dalla pioggia o dal vento. Solitamente le razze per le quali oggi vi sono più richieste sono chihuahua, yorkshire, maltesi, barboncini ma anche bassotti, levrieri o labrador».

**Quali sono i trend più interessanti nel segmento abbigliamento?**

«I trend più interessanti che riscontriamo riguardano una tipologia di prodotto specifica, rappresentata dagli impermeabili tecnici, e un segmento, quello legato agli articoli made in Italy. Noi abbiamo deciso di investire in entrambi questi filoni. Sugli impermeabili abbiamo puntato su prodotti tecnici di alta qualità, concepiti per proteggere il cane dalle intemperie ma allo stesso tempo offrire libertà di movimento. Per il Made in Italy abbiamo ricercato prestigiosi filati e dato il via a una produzione interamente svolta all'interno dei nostri stabilimenti».

**Quali sono le strategie più idonee per spingere il sell out?**

«Oggi il cliente ha bisogno di trovare negozi con isole dedicate, dove la merce è esposta e dove è possibile provare il prodotto anche sul proprio cane perché l'esperienza di acquisto sia anch'essa emozionale. Ormai la vendita tradizionale con prodotti ammassati e poco visibili sugli scaffali è un modello superato».

**Come evolverà il mercato in futuro?**

«Il mercato di questi prodotti si dividerà principalmente fra due comportamenti di acquisto agli antipodi. Da una parte ci saranno consumatori sempre più attenti alla qualità del prodotto, alla ricerca del pezzo pregiato e di tendenza. Dall'altra ci sarà una maggiore ricerca del primo prezzo, anche a costo di sacrificare qualità e durata del prodotto. Per questo motivo i negozianti più evoluti che investiranno in questo segmento, valorizzando l'esposizione e dando la possibilità di provare i capi in negozio, riusciranno a crescere e ad affrontare la concorrenza del mercato online».

### CLOEDOGS: LA FELPA CON MISTO LANA E ALPACA



Cloedogs ha creato una felpina con tasca marsupio e allacciatura sottopancia con pratici bottoni automatici. Proposto

in due modelli, a due o a quattro zampe, il capo è realizzato con un tessuto in felpa misto di lana, alpaca e altre fibre, per comfort e protezione dal freddo. Questo modello ha un design che offre praticità e comodità.

### HURTTA: PROTEZIONE A 360 GRADI



La giacca Rain Blocker di Hurtta è completamente chiusa sul petto,

per proteggere il cane da acqua e sporco, ed è dotata di un secondo colletto che offre un'ulteriore protezione dalla pioggia. Il capo si chiude sul dorso con una zip decentrata sul lato, che rende la vestizione più semplice. Le rifiniture in materiale riflettente aumentano la visibilità anche in condizioni di scarsa luce. Il prodotto è distribuito da On Site.

### UNITED PETS: TRA SPORT ED ESTETICA

La linea United Pets "Dress No Stress" si ispira al mondo dello sport combinando estetica e funzionalità. I capi che compongono questa gamma sono dedicati a sia chi ama uno stile casual e tradizionale sia a chi preferisce uno stile urban più moderno e giovanile.



## FERRIBIELLA LANCIA IL CAPPOTTINO CON PETTORINA INTEGRATA



Il cappottino con pettorina integrata Urban di Ferribiella è dotato di strato esterno in materiale tecnico impermeabile e interno in mesh traspirante. La pettorina è in silicone resistente e igienico. Gli inserti catari-frangenti migliorano la visibilità in condizioni di scarsa luce. Il capo è disponibile in 3 colori e 12 taglie.

ripagato se si considera l'elevata marginalità di questi articoli e soprattutto se viene colto come occasione per stabilire un rapporto di fiducia tra negoziante e pet owner.

### OLTRE LA STAGIONALITÀ /

Oggi molteplici fattori stanno contribuendo

## INTERLANDI (CROCI): "DOMANDA FOCALIZZATA SULLA PICCOLA E MEDIA TAGLIA"

Ruggero Interlandi, sales & marketing manager di Croci



### Quali sono i principali comportamenti di acquisto per l'abbigliamento?

«La domanda si focalizza soprattutto per i cani di piccola e media taglia. I proprietari puntano a creare un guardaroba con una vasta selezione di capi che variano a seconda della stagione. Cane e uomo si rendono quindi più simili attraverso un abbigliamento che li omologa per condizione e stile».

### Nelle vendite si registrano trend particolarmente degni di nota?

«Assistiamo a un nuovo concetto di vestire l'animale. Non ci si limita più a rispondere a un'esigenza di funzionalità, ma si vuole esprimere un'identità attraverso la creazione di uno stile personale, di un outfit completo che abbina capi leggeri come camicie ai cappottini fino ad arrivare a borse, guinzagli e collari».

### Quali sono le strategie più adatte a spingere il sell out?

«L'abbigliamento per cani deve essere interpretato con le stesse logiche dell'abbigliamento umano per quanto riguarda l'esposizione e i relativi servizi offerti. Noi proponiamo un allestimento a scaffale con un'esposizione completa di modelli e taglie in modo da poter toccare e provare il capo al proprio cane direttamente sul punto vendita».

### Come evolverà questa categoria di prodotto in futuro?

«L'offerta continuerà a espandersi verso tutti i segmenti del mercato fino ad arrivare a quello del lusso».

animali domestici  
esperienza  
veterinaria  
principi attivi  
selezione  
tecniche farmaceutiche  
Dogoteka  
ricerca  
scoperte scientifiche  
Dogoteka  
natura  
conoscenza  
Dogoteka  
ProArtLeg®  
LactoAdapt®  
ProArtLeg® junior  
ProArtLeg® maxy  
CortiAdapt®  
MultiAdapt®  
Soft Pad Butter  
Soft Pad Butter

**D GOteka**

**VEMA**  
petfood&care

all'evoluzione della categoria abbigliamento, che sta lentamente superando la logica della stagionalità. Il processo è ancora lungo e influenzato parzialmente dal contesto geografico in cui si trova un pet shop. Tuttavia è sempre più evidente che anche le mezze stagioni come l'autunno e la primavera stanno diventando momenti in cui si registra una domanda in crescita di prodotti con cui difendere il cane dalle intemperie e, aspetto non secondario, tenere lontano sporco. Da questo comportamento deriva in particolare l'aumento delle vendite di impermeabili, che sia in ambiente urbano sia durante le escursioni in natura, permettono di difendere il pelo dell'animale da pioggia e fango, richiedendo una minore frequenza di tolettatura. L'estensione delle vendite di apparel al di fuori del periodo invernale sta interessando anche i mesi estivi. Lo sviluppo del turismo pet friendly e dell'abitudine di praticare sport assieme al cane sta infatti contribuendo al successo dei modelli specifici per l'outdoor. Stiamo parlando di una delle tendenze più interessanti del settore, anche se ancora in fase emergente, tanto che viene trattata da un ridotto numero di marchi prevalentemente originari dei Paesi del Nord Europa. Ma è indubbio che questo segmento sia in espansione, tanto che alcuni negozianti hanno già iniziato a dargli lo stesso peso all'interno del negozio rispetto all'abbigliamento tradizionale.

## L'AVANZATA DELL'OUTDOOR /

Per gli articoli sportivi si evidenzia una maggiore preparazione da parte del consumatore medio, rispetto a quelli di moda. Frequentemente il cliente è maschio, oltre che escursionista o runner abitudinario, già molto informato sui prodotti che utilizza per sé. Le abitudini di acquisto per l'apparel del cane sono di conseguenza molto simili all'umana, anche perché i prodotti per gli animali sono realizzati utilizzando le stesse tecnologie delle giacche e degli shell per gli uomini. Questi modelli sono molto tecnici e hanno un

## TAVASCI (HURTTA): "CONSUMATORI SENSIBILI A QUALITÀ E PROTEZIONE"

**Giancarlo Tavasci, proprietario di On Site S.r.l.u.**



**La vostra proposta è orientata prevalentemente all'abbigliamento per chi vuol fare vita attiva con il pet. Quali sono i principali comportamenti di acquisto per questo genere di prodotto?**

«Chi fa attività outdoor con il proprio cane è sempre più attento a esigenze specifiche e cerca prodotti di qualità che offrano sicurezza e protezione. Questi consumatori sono spesso sportivi, hanno idee piuttosto chiare, tendono a informarsi in anticipo e prediligono i capi realizzati con materiali innovativi, leggeri e confortevoli».

### Quali fattori influiscono sull'andamento delle vendite di questi articoli?

«I proprietari italiani di cani, seguendo la tendenza che rileviamo in tutta Europa, praticano sempre più spesso attività outdoor con l'animale. È un'abitudine che viene sperimentata per tutto l'anno anche con condizioni ambientali e meteorologiche impegnative. Questi pet owner percepiscono la necessità di proteggere il cane così come proteggono loro stessi. Inoltre proteggendo il cane con un capo impermeabile di qualità, si riduce la necessità di lavare frequentemente il manto, diminuiscono i cattivi odori e si risparmia anche il divano».

### Quali sono le strategie più idonee per spingere le vendite?

«Occorre cercare di realizzare aree all'interno dei negozi, offrendo soluzioni specifiche e personalizzate per ciascun cliente. Le metrature e le differenti disposizioni dei punti vendita non rendono questo compito semplice, ma è importante che il consumatore possa riconoscere facilmente l'offerta di un brand. Il nostro team offre una costante assistenza ai retailer oltre alla formazione iniziale di base. Le specifiche caratteristiche dei prodotti Hurttà vanno trasferite con chiarezza al rivenditore, il quale potrà fornire conferme a un consumatore dalle aspettative sempre più elevate».

### Come evolverà questa categoria di prodotto in futuro?

«L'abbigliamento tecnico per il cane avrà un peso ancor più importante nel canale specializzato e inizierà ad interessare anche la grande distribuzione per via della crescente richiesta anche in questo canale».

### DA CAMON, LA GIACCA CON CAPPUCCIO STACCABILE



La Dog Coat Collection 2018-2019 di Camon è composta da 35 modelli. Fanno parte di questa offerta maglioni, tutine, cappottini, impermeabili e giacche a vento. Tallinn è una giacca a vento imbottita, dotata di apertura per pettorina e di chiusura fasciante, impreziosita dalla zip di abbellimento sul cappuccio staccabile.

### DA ZOLUX, IL PULLOVER ALLA MARINARA



Zolux presenta il pullover Marin, che si caratterizza per lo stile alla marinara. Il capo ha infatti un motivo a righe, classico e di tendenza allo stesso tempo. Il modello a dolcevita con bordi a costine è dotato di fessura per il guinzaglio e passa-zampe integrati ton sur ton. Il prodotto è disponibile in quattro taglie nei colori rosso e blu notte.

### PUPAKIOTTI PENSA ANCHE ALL'ESTATE



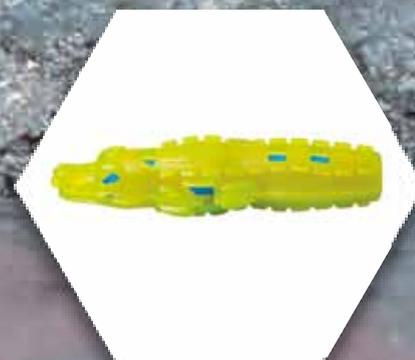
Pupakiotti propone un simpatico cappottino estivo impermeabile, realizzato in cotone cerato con stampa a cuoricini. Il modello è dotato di pettorina integrata con cinturino in cuoio. Il cinturino è interscambiabile e permette graziosi abbinamenti. Il capo è perfetto per chihuahua, yorkshire, barboncini, maltese, spitz, in genere cani di piccola taglia con peso fino a 5 kg.

IT'S NERF  
OR NOTHIN'!

NERF  
DOG™

O Nerf... O niente!

Nerf Dog presenta una nuova ed ampia gamma di giochi acquatici per il vostro cane



Distribuito in esclusiva da:



ALPI SERVICE Srl Via dell'Artigianato, 5  
12030 Faule (CN), Italia

tel: +39 011 975687 - +39 011 975941

info@alpiservice.com - www.alpiservice.com



posizionamento di prezzo superiore rispetto ai capi lifestyle. In futuro non è da escludere che si registri una diffusione ben più ampia, con soluzioni più economiche e una distribuzione anche nel largo consumo, anche se è ancora presto perché si verifichino questi sviluppi. Una delle caratteristiche peculiari dell'outdoor è rappresentata dalla maggiore concentrazione delle vendite sui pet di media e grossa taglia. Inoltre sul mercato si registra una minore scelta di colori e proposte grafiche, anche perché in questo caso l'estetica conta meno delle performance, della resistenza e della funzionalità.

## TRA MODA E FUNZIONALITÀ /

A differenza delle soluzioni per l'outdoor, gli articoli per la città rispondono prevalentemente alla moda.

Alcune aziende produttrici hanno anche iniziato a proporre collezioni stagionali autunno / inverno, le quali vengono rinnovate di anno in anno come accade nell'abbigliamento per l'uomo. E, sempre seguendo i consumi umani, queste gamme sono ispirate nelle fantasie e nelle scelte colore dalle tendenze fashion del momento. La preferenza dei negozianti per i produttori italiani, motivata sia dal gusto estetico, sia dalla maggior facilità di rapporto con le aziende locali, si accompagna a una forte sensibilità da parte del pubblico finale verso i modelli made in Italy. L'offerta di questi articoli è ben segmentata nelle varie fasce di prezzo.

Non mancano, ad esempio, nella fascia super-premium i modelli con Swarovski o materiali pregiati, dedicati prevalentemente alla clientela alto spendente con una spiccata sensibilità per la moda, che veste capi e accessori firmati e cerca lo stesso tipo di prodotto anche per il quattrozampe. La concentrazione dei consumi nelle vendite di questi prodotti si registra tuttavia nell'offerta di posizionamento medio,

## RIVOLTA (UNITED PETS): "INVESTIRE NELL'ESPOSIZIONE"

**Cristina Rivolta, product development manager di United Pets**



**Quali sono i principali comportamenti di acquisto per l'abbigliamento per cani?**

«I consumatori cercano prima di tutto la risposta a un bisogno: ad esempio si acquista un piumino o un maglione per proteggere il cane dal freddo, o un impermeabile per le giornate di pioggia. La seconda leva di acquisto è la funzionalità e solo successivamente si pensa all'estetica, che è principalmente uno sfizio del proprietario».

**Quali sono i cani per cui c'è maggiore richiesta di abbigliamento?**

«Oltre i cani di piccola taglia, c'è molta richiesta da parte dei proprietari di pet a pelo corto, come ad esempio i levrieri che hanno bisogno di maggiore protezione dal freddo. Inoltre riceviamo anche molte richieste per cani tipo golden retriever, il cui folto manto ha la tendenza a inzupparsi e sporcarsi notevolmente durante le brutte giornate».

**Quali sono le strategie più idonee per spingere le vendite?**

«Occorrerebbe investire sull'esposizione. In molti negozi ancora non sembra esserci la cura necessaria a esaltare questi prodotti, mentre invece un reparto specifico, con eventualmente dei manichini, aiuterebbe a spingere le vendite di questi articoli. Noi ad esempio abbiamo iniziato a collaborare con un'azienda produttrice di manichini che ha un importante background nel settore dell'abbigliamento umano e che ha sviluppato dei modelli specifici per cani. Si tratta di articoli molto curati esteticamente e funzionalmente, che valorizzano molto le nostre proposte per il dog apparel».

anche se va considerato che spesso all'acquisto di un capo viene abbinato quello di un bracciale, una borsa o una t-shirt per il proprietario, che richiami l'outfit dell'animale. L'evoluzione dei comportamenti di acquisto per questi capi sta portando inoltre a una sempre maggiore diffusione di proposte pensate per eventi e contesti particolari, quali compleanni, matrimoni, feste, o vita da spiaggia, senza dimenticare la ricorrenza del Natale, periodo durante il quale si rinnovano quasi completamente gli

assortimenti di maglioni e cappottini con motivi a tema.

Va segnalato comunque che anche all'interno del segmento dello urban apparel non mancano proposte per un pubblico più attento alla funzionalità e alle esigenze dell'animale da compagnia.

Per questi consumatori la vestibilità del capo sul pet è la priorità, anche se molto spesso segue la ricerca del miglior prezzo, che diventa la prima leva di acquisto.



## INAMORADA ABBINA IL PIUMINO ALLA BORSA



L'accoppiata borsa-piumino Big Ben di Inamorada si caratterizza per un design

che consente un perfetto abbinamento. Il piumino è dotato di inserto in pelliccia bicolore e una fodera in ecopelliccia rasata, per offrire calore, impermeabilità e morbidezza. La borsa è disponibile in due misure, mentre il piumino è proposto dalla taglia 21 alla 80.

## SWITCHDOG VESTE NELLE MEZZE STAGIONI



Switchdog propone Bullover, un pullover in neoprene e cotone sulla pelle, declinato nelle taglie dal

cucciolo all'adulto. Proposto nelle colorazioni arancio e nero, il capo è ideale in autunno e primavera. Prossimamente l'offerta del brand si amplierà con l'aggiunta di capi in cotone invernale nelle versioni camouflage e optical e con uno specialissimo modello ispirato al "chiodo".

## FANTASIA PIED DE POULE PER CHARLOTTE'S DRESS

Charlotte's Dress propone Valerie, un elegante abito composto nella parte superiore da un jersey di viscosa e dotato di gonna a pieghe in tessuto dal perfetto stile Chanel. Il corpetto è impreziosito da un grazioso fiocco con pon-pon. Questo capo è proposto nella fantasia pied de poule.

