



Lettiere Missione difficile ma non impossibile

Con vendite fortemente sbilanciate sulla Gdo, potrebbe essere lecito pensare che questo segmento non sia strategico per gli indipendenti. In realtà puntare su prodotti di fascia alta e dall'elevato contenuto innovativo, come prodotti profumati o con principi calmanti e attiranti, potrebbe essere la chiave per non entrare in diretta concorrenza con la grande distribuzione dove non trova spazio l'innovazione e il driver resta il prezzo.

di **Monica Viganò**

Una delle conseguenze dell'umanizzazione dei pet è l'aumento esponenziale delle occasioni di convivenza con i loro "parent". Questo porta alla condivisione non solo di momenti ma anche, in concreto, di ambienti. Si rende sempre più necessaria quindi l'adozione di alcune misure che agevolino la convivenza in un'ottica di reciproco rispetto. È forse anche questo uno dei motivi per cui il mercato delle lettiere è in costante crescita. Negli ultimi anni, alcuni tra i principali player di questo segmento hanno registrato tassi di crescita compresi tra il 10% e il 20%. È importante sottolineare l'evoluzione di questo comparto,

verso soluzioni sempre più innovative che rispondono a molteplici funzioni. In primis l'assorbimento degli odori e la facilità di smaltimento. In quest'ottica la fanno da padrone le lettiere minerali più all'avanguardia e quelle vegetali, che sono anche di dimensioni contenute e quindi più agevoli da trasportare. Ma al contempo queste soluzioni sono anche le più costose. Per questo trovano maggior spazio nei punti vendita indipendenti, che possono puntare su una vendita assistita e consulenziale. Al contrario le soluzioni più basiche e i formati più importanti in termini di peso e volume sono predominanti nella grande distribuzione organizzata dove il principale driver di acquisto resta il

prezzo. E proprio in Gdo questa tipologia merceologica fa registrare le maggiori vendite. Le lettiere rappresentano infatti il più importante segmento non food del canale.

L'ABC DELLE LETTIERE /

Nella categoria delle lettiere si riconoscono quattro tipologie di prodotto. Alla base troviamo le lettiere minerali in bentonite e sepiolite, che coprono metà delle vendite del segmento e che sono caratterizzate da un prezzo basso. Nel mezzo c'è il silicio, che sembra sempre meno richiesto e sul quale, a differenza di quanto accade nelle lettiere minerali, l'industria non è propensa a investire per innovare. Infine ci sono le lettiere vegetali, caratterizzate da un prezzo elevato. Queste ultime

registrano il più alto tasso di crescita della categoria, ma al contempo la market share minore.

In dettaglio, a valore la maggior crescita è registrata dalle lettiere vegetali a causa del prezzo elevato.

Ma a volume è ancora il minerale il segmento prediletto, «con una market share circa del 35% in caso di sepiolite e del 50% in caso di bentonite», sostiene Olimpia Laviosa, pet care business unit manager di Laviosa, che aggiunge: «A seguire si trova il silicio, con una quota del 10% in costante calo. In ultima posizione si collocano quindi le lettiere vegetali che valgono il 5% del mercato». Percentuali bene o male confermate anche da Valentina Menato, marketing director petcare & food di Catsan, che riporta i dati del mercato largo consumo: «In Italia la percentuale rappresentata da lettiere minerali (bentonite e sepiolite) rimane predominante rispetto al resto. Le lettiere minerali rappresentano il 72% del mercato e sono in leggera flessione, quelle in silicio rappresentano il 14% del mercato risultando stabili mentre le vegetali sono al 14% del mercato, in crescita del 20».

Pertanto anche in presenza di un'evoluzione chiaramente visibile dei consumi, la domanda viene soddisfatta dalle lettiere minerali. Ed è anche per questo che l'industria continua a investire in soluzioni sempre più performanti.

Infine stando ai dati Assalco-Zoomark, il formato più venduto nel 2018 è quello compreso tra i 5 e gli 8 kg che rappresenta il 72% delle scelte e presenta una

MENATO (CATSAN): "MOLTO POTENZIALE PER LA TECNOLOGIA AGGLOMERANTE"

Valentina Menato, marketing director petcare & food di Mars



Quanto vale il mercato lettiere per la vostra realtà?

Mars opera in questo mercato con il brand Catsan, che considerando le vendite del solo canale grocery rappresenta più del 7% del fatturato del gruppo. Il largo consumo risulta predominante per noi, rappresentando il 74% del fatturato di Mars in ambito lettiere. La lettiera Catsan Hygiene, in particolare, ha vendite a valore pari a 14,3 milioni di euro in questo canale.

Qual è il trend delle vendite delle lettiere per Mars?

Negli ultimi tre anni le vendite sul mercato grocery in questo comparto sono state molto positive per Mars che ha registrato un tasso di crescita medio annuo del 2% nonostante abbia operato nel mercato con la sola referenza Catsan Hygiene 10LT, a cui poi a luglio 2019 si è aggiunta la referenza Catsan Naturale agglomerante 5LT. In generale in questo canale il mercato delle lettiere è dominato dalla marca privata che rappresenta il 27% delle vendite a valore.

A livello generale invece come valutate il mercato lettiere?

Questo mercato nell'ultimo anno ha presentato un tasso di crescita dell'1,3% guidato principalmente dalla tecnologia agglomerante, che ha un enorme potenziale pur rimanendo minoritaria, rappresentando il 27% del mercato contro il 73% rappresentato dalla tecnologia non agglomerante.

Come valutate invece il trend delle lettiere vegetali?

Le lettiere vegetali presentano il tasso di crescita più alto del mercato e negli ultimi anni l'incidenza percentuale di queste sul totale è aumentata sensibilmente. Per questo motivo Mars a luglio del 2019 ha presentato la nuova Catsan Naturale agglomerante nel formato 5LT.

crescita a valore del 5,9%. Continua anche la crescita del formato "salvaspazio" fino a 5 kg: +7,2% a valore. Questo formato consente una battuta di cassa

inferiore e in definitiva meno conveniente del formato grande. In crescita del 4,3% a valore anche il formato oltre gli 8 kg. Interessante notare che, stando

LA LETTIERA "CALMANTE" DI GIMBORN ITALIA



Biokat's Diamond Care Vet Line Attracting & Calming garantisce un elevato assorbimento dei liquidi e un'efficace neutralizzazione dei cattivi odori, ma è anche arricchita di una sostanza olfattiva ottenuta da estratti vegetali ed erboristici dalla natura che esercita sul gatto un effetto attirante e calmante. Inoltre è a base di argilla natura-

le agglomerante a granulometria fine ed è arricchita con carbone attivo per massimizzare l'effetto assorbente.

ORIGINE INTERAMENTE VEGETALE PER ECO CLEAN DI CROCI



Eco Clean di Croci è una lettiera interamente di origine vegetale a base di orzo. È inoltre completamente naturale e biodegradabile, oltre che del tutto priva di componenti chimici. L'azione agglomerante delle fibre vegetali trattiene i liquidi creando una palla

compatta, facilmente rimovibile e smaltibile nel wc o nel compost domestico. La lettiera garantisce massima assorbenza e controllo degli odori rimanendo leggera e delicata sulle zampe. È infine sicura e non tossica per l'uomo o l'animale, non graffia i pavimenti e non rilascia polvere.

LA TOILET DI FARM COMPANY ANCHE PER PICCOLI RODITORI E RETTILI



Farm Company presenta la lettiera ecologica La toilet, che nasce da fibre vegetali ecocompatibili e leggere che permettono lo smaltimento direttamente nel water o nel compostaggio. A contatto con i liquidi, le fibre si addensano

creando una palla mentre il disodorante naturale ad azione igienizzante neutralizza i cattivi odori per 90 giorni. Un prodotto innovativo e tutto Made in Italy, pensato per i gatti, ma adatto anche per piccoli roditori e rettili.

ai retailer, il cliente chiede anche formati superiori ai 10 kg ma il mercato italiano, a differenza dell'estero, non li offre.

LA CRESCITA DELLE VEGETALI /

Nonostante il maggiore volume di vendita interessi le lettiere minerali, è innegabile la crescente attenzione verso soluzioni vegetali. La motivazione è da ricercare in diverse cause. In primis, la sensibilità crescente verso i temi di sostenibilità ambientale e sociale che crea bisogni che l'industria si impegna a soddisfare. Come sostiene Rita Giglioli, marketing manager di Gimborn Italia, il trend di crescita del naturale prosegue «e le aziende continuano a rispondere a sollecitazioni diversificate della domanda. La lettiera naturale si allinea a una diffusa sensibilità verso l'ambiente e al desiderio individuale di contribuire, anche nelle piccole cose, alla sua salvaguardia». Da aggiungere che la lettiera vegetale non solo è eco-sostenibile per la materia prima utilizzata e per i processi di lavorazione adottati, ma anche per la modalità di smaltimento pratico. Un aspetto evidenziato anche da Diego Crociati, titolare del punto vendita Animaliamo di Savignano sul Rubicone (FC): «Le lettiere minerali vanno smaltite nell'indifferenziata e, con la raccolta porta a porta dei rifiuti, il pet owner deve tenersele in casa fino al giorno di ritiro». A queste motivazioni c'è da aggiungere che la lettiera vegetale è più pratica grazie a un peso specifico inferiore rispetto alle soluzioni minerali. Il vantaggio che ne consegue è un trasporto più agevole,



Una delle conseguenze dell'umanizzazione dei pet è l'aumento esponenziale delle occasioni di convivenza con i loro "parent". Si rende sempre più necessaria l'adozione di alcune misure che agevolino la convivenza in un'ottica di reciproco rispetto.

La parola al retail



L'IMPORTANZA DELLA VENDITA ASSISTITA

Diego Crociati - Animaliamo, Savignano sul Rubicone (FC) – Zoovet, Gambettola (FC)

«Nel 2018 abbiamo registrato un raddoppio delle vendite nelle lettiere biologiche e al contrario un dimezzamento di quelle delle soluzioni in silicio. Le vendite di lettiere in sepiolite sono stabili mentre quelle di lettiere in bentonite di alta qualità crescono del 20%. Le vendite si stanno spostando verso l'alta gamma anche perché, nonostante una superficie espositiva di 300 metri quadri, puntiamo molto sulla vendita assistita come se fossimo un negozio di quartiere. Spesso chi compra una lettiera è al primo acquisto, non sa su cosa orientarsi e si lascia consigliare. I clienti che invece prediligono la Gdo sono difficilmente raggiungibili perché seguono driver diversi. Ho comunque prodotti per chi ha colonie feline e predilige soluzioni più economiche ma, non potendo competere con la Gdo, punto a differenziarmi. In totale abbiamo circa 30 tipologie di sabbia».

MARCHI ALTERNATIVI ALLA GDO

Ilaria Candileno - Mondo Animali Pet Shop Toelettatura e Spa, Giugliano in Campania (NA)

«Per il nostro punto vendita, le vendite relative alle lettiere sono stabili e rappresentano il 30% del nostro fatturato. Notiamo una crescente attenzione verso prodotti biodegradabili ma spesso il prezzo elevato frena l'acquisto. Il naturale ha quindi poco appeal, almeno in questa zona, e per quanto ci riguarda vendiamo più lettiere minerali che rappresentano il 70% del sell-out in questo segmento. Riusciamo a non entrare in diretta concorrenza con la Gdo perché optiamo per marchi che non presidiano quel canale».

IN CITTÀ VINCE LA GDO

Biagio Teseo - Luxury Pet Shop - Lecco

«Purtroppo abbiamo diversi negozi Gdo nel raggio di 2 km e non riusciamo a vendere questa categoria merceologica. In generale abbiamo a scaffale prodotti di alta gamma ma, per quanto i nostri clienti siano altospendenti, non sono disposti a investire troppo per una lettiera. Il discorso cambia leggermente in estate, quando con il caldo le soluzioni a basso costo non trattengono bene gli odori. A quel punto il pet owner cerca soluzioni più innovative anche se deve spendere di più».

PERCHÉ NON USARE LA PLASTICA RICICLATA?

Simone Bacci - Simba il Re della Crocchetta - Laives (BZ)

«Negli ultimi tre anni le vendite in questa categoria sono cresciute per noi tra il 10% e il 15%. Penso che questo trend di crescita si rifletta a livello generale su tutto il mercato. Per quanto ci riguarda, il 55% delle nostre vendite si riferisce a soluzioni naturali e il 40% a lettiere in bentonite. Il silicio rappresenta solo il 5% delle vendite, quindi. In termini di formato, sono maggiormente richiesti sacchi tra i 7 e i 10 litri. Ci differenziamo dalla Gdo lavorando con marchi diversi e specializzandoci su soluzioni naturali e minerali agglomeranti innovative, che richiedono da parte nostra una spiegazione al cliente, un servizio di consulenza che in Gdo non può trovare. A proposito di innovazioni, sarebbe interessante trovare un'alternativa ecologica ma non naturale alla bentonite, magari sfruttando la plastica riciclata».

ALTO POTERE AGGLOMERANTE PER LA LETTIERA DI MARPET

La lettiera Æquilibriavet Natural Litter di Marpet ha una composizione 100% vegetale e biodegradabile a base di mais bianco, risultando così compatibile con lo smaltimento nei rifiuti organici e nel wc. Possiede un elevato potere assorbente e agglomerante e impedisce la formazione di odori sgradevoli.



soprattutto in ambienti urbani e nel caso di abitazioni a piani elevati di edifici privi di ascensore.

L'INNOVAZIONE NELLE MINERALI /

Accanto alla crescita delle lettiere naturali, da segnalare anche gli investimenti in innovazione in ambito di lettiere minerali. Nell'ultimo anno abbiamo assistito al lancio di soluzioni interessanti come prodotti con capacità di assorbimento fino a tre volte il loro peso o lettiere con diverse profumazioni. Questi vantaggi correlati alle lettiere minerali sono uno dei motivi alla base della preferenza accordata a queste soluzioni dal cliente. Inoltre nel caso di cliente tradizionalista la scelta ricadrà su prodotti con una lunga esperienza sul campo. Le lettiere minerali sono poi predilette per chi ha più gatti in casa sia per la loro elevata capacità assorbente sia per il punto prezzo più basso rispetto alle naturali che, considerando le quantità necessarie a chi ha colonie feline, sicuramente risulta un driver importante. Nell'universo delle lettiere minerali, a proposito di prezzo, ci sono prodotti basici e quindi economici che per molti pet owner risultano vincenti sulle alternative.

IL PESO DELLA GDO /

Per quest'ultima considerazione legata al prezzo, alla quale si aggiunge il fatto che le lettiere minerali godono di maggior storicità e riconoscibilità che le rendono un acquisto abitudinario, questa tipologia di prodotti trova maggior campo d'azione nella grande distribuzione organizzata. Stando al rapporto Assal-

AVONTO (FERRIBIELLA): "CAMBIAMENTI E SCELTE SOSTENIBILI SONO IL FUTURO DEL COMPARTO"

Genny Avonto, creative director Ferribiella



Quanto vale il mercato lettiere per la vostra azienda?

«La lettiera Assorbella sta seguendo le orme del tappetino igienico Assorbello, con il quale Ferribiella detiene circa il 30% della market share. La commercializzazione di prodotti dedicati all'igiene influisce in maniera importante sul fatturato dell'azienda».

Qual è l'andamento delle vendite di questo comparto per la vostra azienda?

«Grazie alle strategie di comunicazione e a una clientela sempre più sensibile e attenta, nel 2019 le vendite relative alle lettiere sono cresciute del 10% circa».

Qual è il vostro core-business?

«Ferribiella propone esclusivamente soluzioni vegetali, perseguiamo l'obiettivo della sostenibilità ambientale, ove possibile, introducendo sul mercato soluzioni etiche e poco impattanti. Questo significa anche produrre in Italia, riducendo i costi di trasporto e importazione e al contempo garantire tracciabilità e qualità del prodotto. Attuiamo inoltre cambiamenti sostenibili nei processi lavorativi per ridurre l'impatto ambientale dei prodotti, partendo in primis dai pack utilizzati».

Quali sono i formati più venduti?

«Nel nostro caso, i formati convenienza: Assorbella è disponibile da 6 e da 10 litri. Solitamente il primo formato viene utilizzato come tester-prova, ma rapidamente il consumatore si orienta sull'acquisto dei 10 litri che soddisfano il fabbisogno igienico di un gatto per 80/90 giorni».

Come spiega l'importanza della Gdo in questo comparto?

«Penso che incida molto la comodità di trovare lettiere al supermercato quando si fa la spesa, senza porsi troppe domande. Nell'assortimento Gdo sono presenti soluzioni alternative ma credo che in questo canale decretino il successo della vendita il punto prezzo e la messa in evidenza dei prodotti».

C'È MAIS ITALIANO ALLA BASE DI MONGE EASY GREEN



La lettiera Easy Green di Monge è fatta di mais piemontese al 100%. La sua granulometria è piacevole al tatto del gatto rendendola soft touch. Ha un alto potere assorbente e ultra-agglomerante ed è smaltibile nel wc o nel compostaggio. Leggera e facilmente trasportabile, inibisce la formazione del cattivo odore. Non

rilascia inoltre polveri, risultando adatta anche ai cuccioli. È disponibile in confezioni da 10 litri (3,8 kg) solo nei negozi specializzati.

UNA DURABILITÀ DI 7 SETTIMANE PER CAT'S BEST DI PET VILLAGE



Partendo dagli elementi presenti in natura, Pet Village ha migliorato le fibre di legno rendendole capaci di catturare liquidi e odori in modo 100% naturale ed efficace. Liquidi e odori sono inoltre

bloccati in profondità all'interno di queste fibre. La lettiera Cat's Best dura fino a 7 settimane.

BENATURAL DI RINALDO FRANCO, UNA LETTIERA VEGETALE AL TOFU



La nuova lettiera al tofu BeNatural completa la gamma delle lettiere vegetali firmate Cat&Rina di Rinaldo Franco. BeNatural è naturale, leggera e facile da smaltire. Grazie ad un agglomerante naturale forma rapidamente una "palla" garantendo un minor consumo del prodotto. Infine, assorbe perfettamente gli odori.

co-Zoomark del 2019, il fatturato della grande distribuzione relativo alle lettiere per gatto ha raggiunto i 72,3 milioni di euro nel 2018, in crescita del 6,2% a valore e del 2,5% a volume rispetto al 2017. Le lettiere costituiscono il più importante segmento non food del canale. Più in dettaglio i supermercati nel 2018 hanno sviluppato una crescita del fatturato del 7,9%, gli ipermercati sono cresciuti del 2,2% e il libero servizio piccolo del 3,5% (dati a valore).

Nella grande distribuzione, il cliente può comodamente soddisfare un'esigenza del pet mentre sta provvedendo alla sua spesa domestica, concludendo un acquisto di routine dettato dall'abitudine e con una battuta di cassa inferiore rispetto a uno shop indipendente.

Questa tipologia di cliente non vaglia alternative ecologiche o minerali particolarmente innovative e non cerca una vendita assistita. Che al contrario dovrebbe essere ampiamente adottata dal retailer indipendente. Il negoziante è quindi l'anello di giunzione tra l'industria che guarda al futuro e il consumer che necessita di essere indirizzato sulla strada dell'innovazione, sia essa naturale o minerale.

INDIPENDENTI: UN ANELLO DI GIUNZIONE /

Il ruolo del retailer indipendente è fondamentale nella promozione delle soluzioni più all'avanguardia e del loro elevato valore aggiunto. Negli shop specializzati, commenta Genny Avonto, creative director di Ferribiella, «c'è maggiore possibilità

GIGLIOLI (BIOKAT'S): "LA FORMAZIONE AL RETAILER È UTILE PER COMUNICARE CON IL CLIENTE"

Rita Giglioli, marketing manager di Gimborn Italia



Quanto vale il mercato lettiere per la vostra realtà?

«Le lettiere rappresentano un segmento davvero importante, fino al 45% del fatturato del gruppo Gimborn nel suo insieme, ma anche di più per quanto riguarda l'Italia. Si tratta di un segmento in costante crescita in tutti i canali che presidiamo».

Quale percentuale è rappresentata da bentonite e sepiolite, quale dal silicio e quale dalle soluzioni vegetali?

«La nostra azienda è tradizionalmente forte sulle bentoniti, che oggi per noi valgono oltre l'80% rappresentando il nostro core-business. Il silicio ha una quota largamente inferiore. Le vegetali, pur in percentuale ancora bassa, stanno crescendo anno su anno, in particolare con la nostra referenza di punta del segmento, la Biokat's Eco Light».

Come aiutate i retailer a comunicare le novità?

«Lavoriamo soprattutto con gli specializzati, ai quali forniamo materiali POS, pop up, volantini, promo di primo inserimento, eccetera. Con le catene lo spazio di manovra è più limitato e si sfrutta maggiormente il digitale, ad esempio con l'invio di newsletter. Un utile ed importante strumento è anche la formazione al personale, che poi comunica direttamente con il consumatore».

Le lettiere vegetali hanno aperto il mercato all'innovazione. Quali sono state le idee più particolari del 2019?

«Gimborn Italia ha proposto la Biokat's Diamond Care Vet Line Attracting & Calming, una lettiera innovativa, consigliata dai veterinari e ideale per cuccioli, gatti anziani o gatti sotto stress. La sostanza olfattiva che abbiamo utilizzato trasmette un senso di benessere e familiarità che induce il gatto a sentirsi a proprio agio e a imparare a usare la lettiera senza difficoltà».

di raccontare il prodotto e i consumatori che entrano in questo genere di negozio sono più disponibili a investire il tempo necessario per un acquisto più attento e

consapevole». Quali leve dovrebbe usare quindi il negoziante? Per attirare l'attenzione del consumatore, dovrebbe spiegare che la spesa iniziale

CINQUE LE FRAGRANZE DISPONIBILI PER LA SOLUZIONE NATURAL SAND



La lettiera agglomerante Natural Sand, distribuita da Veterinaria Tridentina, è composta al 95% di mais giallo del Piemonte che ha grande capacità agglomerante. Il principio attivo inibisce il proliferare di batteri e neutralizza gli odori. Natural Sand può essere

smaltita nel wc, nell'indifferenziato, nell'umido, nel compost o nel prato come concime. Non è tossica ed è disponibile in cinque fragranze: naturale, essenze alpine, limone, lavanda, essenze tropicali.

PURE CAT PREMIUM DI ZOLUX ASSORBE FINO AL 300% DEL SUO VOLUME



Pure Cat Premium di Zolux è la nuova lettiera minerale agglomerante e ultra leggera dall'elevato

potere assorbente: assorbe infatti fino al 300% del suo volume. E a base di argilla naturale ed è facile da trasportare perchè più leggera del 40% rispetto alle altre lettiere. Il suo elevato potere agglomerante ne prolunga inoltre la durata: 16 litri durano fino a 90 giorni. Assicura comfort di utilizzo grazie all'assenza di polvere al 99% e al suo profumo zen che neutralizza gli odori.

ASSORBELLA DI FERRIBIELLA: 100% MADE IN ITALY



Assorbella di Ferribiella è una lettiera ecologica 100% biodegradabile per gatti, conigli, roditori, furetti e rettili. È ricavata da speciali fibre vegetali assorbenti ed agglomeranti che, a contatto con i liquidi, si addensano creando una "palla" facilmente smaltibile.

Grazie al principio attivo, neutralizza gli odori. La lettiera è interamente prodotta in Italia, con un controllo diretto sulla qualità e sulle tecniche di coltivazione delle fibre. È disponibile nei formati da 6 lt e 10 lt, è ecologica, non riga i pavimenti e non danneggia i tappeti.

sicuramente maggiore viene ripagata, nel caso di lettiere naturali o lettiere minerali particolarmente innovative, perché queste soluzioni durano di più e richiedono una minor movimentazione di sabbia e dunque la spesa è ammortizzata nel tempo. Diego Crociati, titolare del punto vendita Animaliamo di Savignano sul Rubicone (FC), testimonia: «Nel caso delle lettiere naturali spiego al cliente che, a conti fatti, il costo giornaliero rimane uguale, che si generano meno rifiuti e che si ha un basso impatto ambientale. Su 10 clienti, 5 iniziano a rifletterci. È chiaro che se esponessi una lettiera naturale senza spiegarla, per forza il cliente si orienterebbe su soluzioni economiche e probabilmente preferirebbe altri canali al mio store».

Le lettiere più innovative quindi necessitano di una vendita assistita e possono essere la chiave di differenziazione dalla Gdo. C'è da considerare anche che spesso il cliente in cerca di una lettiera in un negozio specializzato è al suo primo acquisto e quindi è poco informato sulla categoria merceologica, di conseguenza è propenso a lasciarsi consigliare. Una volta che il negoziante ha spiegato la parità di costo quotidiano con modelli meno innovativi, sarà facile aggiungere gli altri benefici correlati all'utilizzo di una lettiera all'avanguardia. Anche nel caso del naturale che rappresenta la fascia di prezzo più elevata. Ecco quindi che l'indipendente diventa canale di riferimento per prodotti naturali o minerali dall'elevato valore aggiunto.

LAVIOSA (LINDOCAT): "LETTIERE VEGETALI APPANNAGGIO DEGLI INDIPENDENTI"

Olimpia Laviosa, pet care business unit manager di Laviosa



Quanto vale il mercato lettiere per la vostra azienda?

«Per noi vale circa il 40% del fatturato dell'azienda, un dato in crescita negli ultimi due anni del 26%. Laviosa storicamente produce lettiere minerali per cui le soluzioni vegetali rappresentano al momento solo una piccola parte del fatturato».

Qual è il vostro core-business?

«Siamo specializzati da 35 anni nelle lettiere minerali. Abbiamo miniere in diverse località come Sardegna, Francia, India e Turchia. Da sempre lavoriamo anche sulle vegetali ma fino a pochi anni fa mancava la domanda, che invece si è creata a seguito della crescente attenzione all'ecologia».

Come diversificate la vostra presenza nei vari canali?

«Siamo presenti in Gdo, dove forniamo la private label alla grande maggioranza dei player del canale e dove commercializziamo il nostro marchio Signor Gatto. Nello specializzato, un canale dove registriamo una costante crescita, proponiamo il brand Lindocat».

Come il retail comunica le novità?

«Il negoziante specializzato favorisce l'ampiezza di assortimento ed è quindi cruciale per l'industria. Inoltre è attento alle novità che ha poi la pazienza di spiegare anche all'acquirente. La Gdo invece solitamente "segue" le orme degli indipendenti. In questo caso, sta aspettando che le lettiere vegetali si diffondano nello specializzato prima di metterle a scaffale».

Quali sono state le idee più particolari del 2019?

«Con Lindocat abbiamo ad esempio proposto una lettiera in bicarbonato e bentonite bianca. È uno strumento con un'elevata capacità di assorbimento odori ed è perfetto per chi ha più gatti in casa e ne fa quindi uso intenso».

E L'E-COMMERCE? /

Quanto vale invece il comparto lettiere per l'e-commerce? O meglio, quanto la vendita online influisce sul fatturato del

negoziante indipendente? Per una volta, il retailer può stare tranquillo su questo fronte: la categoria delle lettiere è infatti una delle poche in cui l'e-commerce non

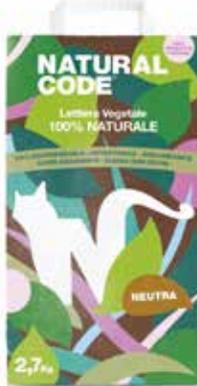
BIOLITTER DI CLIFFI: ANCHE L'IMBALLO RISPETTA L'AMBIENTE



Cliffi presenta la lettiera naturale Biolitter, composta esclusivamente da fibre vegetali e adatta per piccoli mammiferi, uccelli e gatti. Ha un alto potere assorbente ed è in grado di neutralizzare gli odori. Non contiene additivi chimici né sostanze minerali, è un prodotto organico antistatico e

non rilascia polvere. È inoltre al 100% compostabile e biodegradabile. Anche l'imballo in carta è al 100% riciclabile.

ECOLOGICA E SOSTENIBILE LA VERSIONE VEGETALE DI NATURAL CODE



La lettiera Natural Code è vegetale e al 100% naturale. È inoltre prodotta a ridotto consumo di energia, senza residui di lavorazione e scarichi nell'atmosfera e nelle acque. Favorisce il rispetto dell'ambiente anche nella fase di smaltimento. Agglomerata in 30 secondi senza lasciare odore. È priva di polvere e 100% atossica,

antibatterica e adatta per persone allergiche e per cuccioli. Non si attacca ai polpastrelli del gatto e non fuoriesce dalla cassettona. Disponibile in due versioni (talco e neutra), in confezioni da 2,7 kg.

È IN BAMBÙ LA LETTIERA ORGANICA BAMBOO DI M-PETS



La lettiera Bamboo M-Pets è al 100% ecologica perché prodotta con residui di potatura di bambù, che è una pianta dai notevoli poteri assorbenti, fungicidi e agglomeranti. Questa lettiera

è quindi al 100% naturale e biodegradabile. Non fa muffa e assorbe fino al 95% degli odori. Inoltre ha un potere di assorbimento dei liquidi fino a 6 volte il suo peso.

riveste alcun ruolo. Le motivazioni sono molto semplici. Innanzitutto la spesa di spedizione elevata, considerando il peso del prodotto, fa perdere la convenienza. Inoltre l'acquisto delle lettiere spesso non è programmato: il più delle volte, infatti, il pet owner si accorge all'ultimo momento di essere senza prodotto e non può attendere i tempi di spedizione di un ordine fatto online.

CON UN OCCHIO AL FUTURO /

Se si analizzano i dati delle rilevazioni effettuate da Pet B2B, è evidente lo spostamento degli acquisti in Gdo. Il canale registra infatti importanti vendite, che peraltro sono in crescita di mese in mese. Il retailer indipendente ha quindi la possibilità di recuperare molte quote di mercato, sottraendole alla Gdo con una strategia ben studiata.

Come visto, infatti, investendo in una vendita assistita il negoziante ha la possibilità di ritagliarsi uno spazio importante relativamente a soluzioni con alto valore aggiunto che assolutamente non trovano spazio in Gdo. A questo si aggiunge un'importante considerazione, suggerita da Genny Avonto, creative director di Ferribiella: «Cerchiamo di giocare d'anticipo per evitare eventuali e probabili normative penalizzanti nei confronti di prodotti impattanti e potenzialmente pericolosi per gli animali. Nel frattempo, i consumatori saranno sempre più attenti e



Nonostante il maggiore volume di vendita interessi le lettiere minerali, è innegabile la crescente attenzione verso soluzioni vegetali. La motivazione è da ricercare in diverse cause. In primis, la sensibilità crescente verso i temi di sostenibilità ambientale e sociale che crea bisogni che l'industria si impegna a soddisfare.

Nella foto una parte dell'offerta di lettiere naturali del negozio Simba il Re della Crocchetta di Bolzano

informati perché i vantaggi offerti dalle soluzioni più innovative sono tangibili, sia in termini di salute per l'animale sia di facilità di utilizzo del prodotto per i

pet owner». La comunicazione, in ottica di creazione di cultura del cliente finale, sarà quindi sempre più necessaria. E non può che avvenire nei negozi indipendenti. 

DAL CHICCO DEL MAIS BIANCO NASCE NATURAL CLEAN DI VITAKRAFT



Natural Clean di Vitakraft è una lettiera vegetale agglomerante e superassorbente realizzata dal chicco del mais bianco. È un prodotto made in Italy al 100%, ecologico e può essere smaltito sia nel wc che nell'organico. Non fa polvere, non si attacca alle zampe del gatto ed elimina immediatamente l'odore. Il pack da 2,4 kg dura 4 settimane.

LINDOCAT ADVANCED CON BICARBONATO PER CHI HA PIÙ GATTI IN CASA



controllo naturale dei cattivi odori. Risulta per questo ideale per chi ha più gatti in casa.

Multi-Cat+ di Lindocat Advanced è una lettiera igienica agglomerante a base di bentonite di colore bianco a granulometria fine. Grazie alla speciale formula con bicarbonato è in grado di assicurare un maggiore

CATSAN NATURALE, NUOVA LETTIERA VEGETALE PER MARS



A luglio del 2019 Mars, rispondendo al trend di crescita delle lettiere vegetali, ha presentato il prodotto Catsan Naturale agglomerante 5LT che è al 100% biodegradabile e naturale ed è realizzato dal grano, che garantisce un grande controllo degli odori.