

All'interno del perimetro della gdo (iper, supermercati e superette), igiene e lettiera si difendono e crescono a valore e volume

Barbara Trigari
 @pointoutto

LE PERFORMANCE PER ACCESSORI E LETTIERE



La complessità del contesto di mercato nel corso del 2022 ha avuto un riflesso anche nella vendita di accessori e lettiera per animali da compagnia. I dati del 2021 nel Rapporto Assalco-Zoomark erano tutti positivi. Il 2022 registra significativi cambiamenti: i pet lover si sono concentrati sugli acquisti che hanno ritenuto imprescindibili, ovvero i prodotti per l'igiene e le lettiera, trascurando almeno per il momento prodotti come masticativi, giochi, anche gli antiparassitari. Il perimetro sotto osservazione è quello della gdo, ipermercati, supermercati e superette: il fatturato nel 2022 per gli accessori è cresciuto del +3,2%, con un giro d'affari complessivo pari a 80,073 milioni di euro. In attivo anche la numerica per unità di prodotto, +1%. In crescita il prezzo medio rilevato, +2,2% pari a poco più di quattro euro per unità.

L'IGIENE RIMANE CENTRALE

I consumatori hanno scelto di puntare sui prodotti per l'igiene animale: tappetini, assorbenti igienici, salviette, shampoo, spazzole, deodoranti, prodotti in generale dedicati alla cura e bellezza. Questi sono cresciuti del +11,7% a valore e del +6,9% per unità, mentre tutti gli altri segmenti sono in flessione, sia a valore che per vendite unitarie.

Il calo a valore più marcato è stato quello degli antiparassitari, -6,6%, mentre per tutti gli altri segmenti, giochi, masticativi e altri accessori, la decrescita è più marcata nelle unità vendute rispetto ai valori.

EVOLUZIONE DEGLI ASSORTIMENTI

Canale	referenze 2022	referenze 2021	A valore %	Δ valore%	Lettiere 2022	Lettiere 2021	A valore %	Δ valore %
Ipermkt	420,1	409,6	27,5	0,1	21,0	17,5	18,4	12,2
Supermkt	58,9	64	66,3	3,2	9,6	9,6	71,0	9,6
Libero servizio	5,8	6,2	6,2	19,4	4,2	4,1	10,6	5,9
Italia	145,1	148,7	100	3,2	11,4	10,5	100,0	9,7

Fonte: Circana

TRAINO DEL SUPERMERCATO

Il canale più importante nella gdo è quello dei supermercati, con una quota pari al 66% del fatturato, seguito dalla fetta degli ipermercati, 27,5%, e del piccolo libero servizio, 6,2%. I supermercati sono anche la tipologia di negozio che traina la crescita, +3,2% a valore, insieme alle superette, +19,4% (una conferma della riscoperta del vicinato anche per quanto concerne gli acquisti per gli animali domestici), mentre sono stabili le vendite per gli ipermercati.

I due canali in crescita sono anche quelli che hanno operato una razionalizzazione nel numero delle referenze in assortimento, con una lieve riduzione.

Gli ipermercati invece ne hanno aumentato il numero passando da 409,1 del 2021 a 420,1 del 2022 ma senza trarne benefici nell'immediato. La focalizzazione sulla praticità dell'assortimento risulta evidente guardando alla numerica

marcatamente più bassa per i supermercati (58,9 referenze in media sugli scaffali), e ancora di più per le superette (5,8 referenze mediamente in esposizione).

SEGMENTO PIÙ RILEVANTE

Le lettiere per gatto rappresentano entro la gdo il segmento più rilevante nel non food pet. Il loro valore nel 2022 ammontava a 87,6 milioni di euro con una crescita a valore pari al +9,7% e a volume del +1,9%. Ancora una volta i supermercati sono il canale principali nella gdo per questi prodotti, con vendite pari al 71% del fatturato complessivo, e sono in attivo del +9,6%, a volume del +1,6%.

L'inflazione viene rilevata, ma non ha impedito al segmento di crescere. In attivo anche il canale ipermercati, +12,2% a valore e +3,1% a volume, e le superette, +5,9% a valore e +1,5% a volume. Anche qui come per il pet food

c'è un formato che domina le vendite, e si conferma anche nel 2022 quello compreso tra 5 kg e 8 kg, in crescita a valore del +8%. Conquista quote però anche il formato salvaspazio fino a 5 kg, che cresce del +10,4% a valore e del +3% a volume. Meno conveniente del formato più grande ha però una battuta di cassa inferiore, aspetto che può essere d'aiuto per i consumatori con maggiori difficoltà economiche. Cresce in maniera ancora maggiore il formato sopra gli 8 kg, +33,7% a valore, +4,8% a volume.

PET VISION: I TREND NON FOOD DALLA FIERA

L'area dedicata alle novità della fiera Zoomark ha offerto diversi spunti anche nel settore igiene e accessori. Ecco le tendenze trasversali, che si intersecano con quelle identificate dai selezionatori del concorso, ovvero green transition, health & functional, value for money, tailor made e spoil me more. **L'area dei prodotti attenti al borsellino è trasversale e non copre solo, come si potrebbe pensare, prodotti di prima necessità, ma anche per esempio abbigliamento tecnico, prodotti naturali per l'igiene.** Gli spunti sono tanti, a dimostrazione che l'industria è sempre a caccia di novità.

MATERIALI RICICLATI E DURABILITÀ

Pet toys in poliestere riciclato, tappetini da gioco e cuccie per i cani ricic-

IL MONDO DEL PET CARE IN ITALIA

Categoria	mln €	Δ%	Qdm%
Lettiere gatto	79,9	5,0	(*)
Prodotti igiene	35,9	8,7	50,3
Antiparassitari	12,6	5,8	14,7
Masticativi	8,0	7,6	9,8
Giochi	6,4	12,5	8,0
Altri prodotti	14,2	5,8	17,1
Totale	157,1	5,4	100,0
Vendite in unità (mln)	19,9 €	1,0 %	
Prezzo medio unità	4,01 €	2,2 %	

(*) Lettiere 5-8 kg 64,8%; Lettiere <5 kg 30,9%; Lettiere > 8kg 4,3%

Fonte: Circana

vati dalla plastica delle bottiglie riciclate invece che in pile, pannolini per cani biodegradabili, lettiere vegetali da agricoltura sostenibile e senza additivi chimici, anche biodegradabili, lettiere in paglia più durature. **Legno, fibre vegetali, cartone, nuovi materiali come Infienergy e-Tpu (poliuretano, autorizzato da Basf che lo ha brevettato), altri ricavati dagli scarti della produzione di banane e ananas o dalle arachidi, materiali riciclati sostituiscono quelli usa e getta non recuperabili, anche per le confezioni.**

Accanto alle caratteristiche green, la doppia funzionalità: giochi che puliscono i denti e massaggiano le gengive, che stimolano le capacità dell'animale. Nel campo dei prodotti per l'igiene del pet, il lavoro dell'industria va verso la riduzione delle confezioni di plastica, la ricerca di ingredienti naturali che tutelano la salute degli animali, e la maggiore efficienza del prodotto. Per esempio, lo shampoo solido per cani, una unità di prodotto viene proposta come equivalente a tre confezioni in flacone tradizionale, eliminando la plastica e seguendo i trend di consumo tipici del mercato fmcg: ecologia e prodotti vegani.

Le ciotole diventano più ergonomiche e funzionali: studiate per rallentare la velocità di consumo del pasto, per arrivare alla giusta altezza e inclinazione, antiscivolo. Le cuccie sono anche rinfrescanti e traspiranti, i guinzagli hanno il Qr code per trovare l'animale in caso di smarrimento.

I prodotti evolvono nell'area del rispetto ambientale, della sostenibilità, con nuovi materiali e performance superiori nel segno dell'economia circolare, quindi si cura anche il ciclo produttivo, guardando all'inclusività oltre che al rispetto dell'ambiente, e alla riduzione degli sprechi tema molto caldo negli ultimi tempi.



SVILUPPARE LE ABILITÀ

Tutti ci aspettiamo di stimolare la curiosità del gatto o l'agilità del cane facendolo giocare. Un po' meno di riuscire in casa ad addestrare il cane in modo che "parli", ovvero impari a svolgere una determinata azione al fine di comunicare con il padrone, o in generale ad andare oltre le capacità più comuni, senza essere addestratori. Anche questo si può fare per migliorare il legame con l'animale di casa. Sempre giocando si può favorire un pasto più lento, per gli animali che tendono a ingozzarsi. I giochi sono adatti agli animali ma anche pensati per essere usati da tutte le persone, anche gli anziani o chi si muove in sedia a rotelle, quindi con facilitazioni di tipo ergonomico.

TECNOLOGIA PET FRIENDLY

Il Gps nel collare e la app di tracciamento per non smarrire mai il cane o il gatto, o il collare Led ricaricabile: anche questo si può fare. Ma **la tecnologia trova anche applicazioni diverse, a partire dai dispenser per alimentare il gatto che rimane a casa nel fine settimana, con tanto di purificazione dell'acqua. Non solo dispenser: controlla anche l'animale, con la telecamera, e permette di parlargli, perché non si senta**



solo, oppure lo intrattiene, facendogli scegliere i biscottini preferiti. E per pulirlo? Il trasportino e contenitore per la toelettatura, che favorisce la raccolta del pelo se abbinato a un aspiratore, e l'aspirapeli, per pettinarlo, massaggiarlo e rifilare il pelo. Ma anche un dispositivo per pulire facilmente le zampe infangate dopo la passeggiata, la ciotola che protegge le orecchie lunghe evitando che finiscano nella pappa. Entrando nel digitale, ci sono app per gestire la salute del proprio animale, che abbinano bacheche virtuali per nuove adozioni, animali smarriti, consigli nutrizionali, e app dedicate ai proprietari di negozio per costruire un programma



fedeltà. Anche i giocattoli possono essere animati con la tecnologia, per un effetto più realistico.

GRANDI FIRME E DESIGN PER I PET

Non solo stilisti per confezionare abitini e cappotti per cani e gatti, trasportini e borse. Anche le ciotole possono essere di design. A Zoomark c'erano Liu-Jo con una linea di abbigliamento e accessori, Guzzini con il vaso per l'erba gatta, la cuccia-comodino cubo Meg di Arianna Goldoni, il piumino sfoderabile Camon, l'abbigliamento su misura o la pettorina con gli swarovsky Pupakiotti, l'abbigliamento di lusso per bassotti

Longobasso, il giubbotto jeans di Piera Gabrieli, la collezione di abbigliamento termico realizzata da Farm Company con lo specialista Thindown, i cappottini trendy Going Kolombo, l'abbigliamento tecnico di Gimborn.

La cura artigianale contraddistingue anche marchi che non arrivano dal mondo del fashion e del design "umano", ma nascono espressamente per i pet, come i maglioni in jersey bio per barboncini di Piera Gabrieli o ricamati di Buddy Boo. E anche qui entra il tema green con tessuti ricavati dagli scarti della produzione del succo di mela. Non mancano le certificazioni. Sul fronte del design, si applica anche a cucce e mobili dedicati agli animali: One di Petvision ha vinto German Design Award e l'IF Design Award, e la serie D&D si ispira alle collezioni di arredo casa.

OLTRE LA SEMPLICE CURA E PULIZIA

Se la pulizia dell'animale e dell'ambiente in cui vive è la base della convivenza in appartamento o comunque in un contesto umano, il trend è superare le richieste basiche spostando in alto l'asticella non solo per partecipare a concorsi di bellezza, ma anche semplicemente per coccolare il pet (e sé stessi) o rispondere a esigenze sempre più specifiche. Come la lettiera per i gattini.

In mostra a Zoomark profumi e colonie per il pelo del cane, per esempio dell'azienda Cosmetica Veneta, che li produce per le persone, balsami districanti e spray che proteggono il manto dallo smog e dalle polveri sottili, trattamenti termali rivolti anche al benessere psicofisico dell'animale, oli da massaggio, collutori per cane e gatto, prodotti a base di estratti vegetali e a prova di vegano, o secondo i principi dell'ayurveda. Rinaldo Franco ha proposto una

vera e propria linea cosmetica per toelettatori, dalla pulizia alla profumazione.

Per i cani soggetti a reazioni inconsulte a causa dello stress, dai forti rumori alla separazione dal compagno umano, ci sono diffusori di essenze anti-stress, il cappottino rilassante da usare quando si lascia il cane da solo o per le sedute dal veterinario o dall'addestratore. C'è anche una linea di vestiario refrigerante, che si attiva solo quando percepisce che la temperatura corporea è in aumento, e un cappottino che tiene caldo e l'accapatoio, dopo il lavaggio o una nuotata. Più focalizzati sulla salute, la lettiera che evidenzia malattie delle vie urinarie per il gatto cambiando colore, lo spray che contrasta il tartaro e migliora l'alito del cane grazie alla funzione antibatterica e antinfiammatoria, disinfettanti spray prodotti in base al sistema immunitario dello stesso animale.

E per la cuccia? Un rivestimento che migliora il sonno con un sistema che cattura i Fir, raggi infrarossi lontani, il calore del corpo dell'animale, e lo riemette. Anche per i cani anziani e con problemi di mobilità ci sono soluzioni specifiche: l'imbracatura per sostenerlo, per salire e scendere le scale o salire in macchina.

ALTRI ANIMALI

Criceti, topolini, conigli, volatili, hanno esigenze specifiche anch'esse indagate dall'industria dell'accessorio. Tra le novità, il trasportino trasparente e smontabile per il criceto, così da osservarlo, la mangiatoia per uccelli selvatici in plastica riciclata, la lettiera per roditori e lagomorfi in carta dalle bustine del tè e dai filtri del caffè. Zolux Italia ha pensato a una gabbietta modulare, da "inventare" e assemblare in base alle esigenze dell'animale. Attenzione anche agli uccelli in libertà: per alimentarli al sicuro da gatti e altri predatori.