



Guinzaglieria: un accessorio sempre indispensabile

Guinzagli, collari e pettorine si trovano oggi a far fronte a nuove criticità, come il costo delle materie prime, quello della logistica e la contrazione dei consumi. Questa categoria però resta un acquisto obbligato per chi possiede un cane. Per intercettare i nuovi bisogni dei pet owner, l'industria continua ad arricchire la propria offerta. L'attenzione alle necessità del consumatore permette di uscire dalla logica del primo prezzo.

di Aldo **Cattaneo**

Uno dei segmenti più importanti del comparto accessori per cani è quello della guinzaglieria, che comprende guinzagli, collari e pettorine e riesce quindi a ritagliarsi una buona fetta dell'assortimento dedicato all'accessoristica. È difficile, infatti, che il pet owner non ne acquisti almeno uno nella vita

del cane, e se si possiede un cucciolo ne compra quasi sicuramente più di uno. Dopo qualche anno di sofferenza, con il miglioramento della situazione sanitaria, c'è stata una inversione di tendenza, soprattutto con la bella stagione, quando i proprietari di pet hanno potuto ricominciare a uscire più frequentemente

per le passeggiate con i loro cani. Oggi però il mercato deve far fronte a nuove criticità, come il costo delle materie prime, quello della logistica e la contrazione dei consumi, ma i produttori continuano a investire su un comparto che promette comunque una certa stabilità. L'industria continua comun-

IL PARERE DELL'INDUSTRIA 4 VOCI A CONFRONTO



Francesco Croccolo,
direttore generale di Hundog



Giancarlo Tavasci,
general manager di On Site



Monica Franco,
responsabile marketing di Record



Valentina Racioppi,
sales director di Tre Ponti

que ad aggiornare la propria offerta per intercettare la domanda di articoli specifici per rispondere a nuovi bisogni, con il costante inserimento di materiali innovativi e nuove soluzioni, ma anche con gli articoli destinati, ad esempio allo sport, all'addestramento e alla vita attiva e con il segmento fashion che continua sempre a ritagliarsi il suo spazio. Ed è sempre più frequente anche l'utilizzo di materiali ecologici e sostenibili per intercettare la crescente sensibilità del pubblico a questi temi. Un aumento dell'offerta che, nei rivenditori, da un lato può generare complessità nella creazione dell'assortimento, ma dall'altro può aumentare le possibilità di vendita intercettando nuovi bisogni dei pet owner.

L'ANDAMENTO DEI PREZZI /

Con l'aggravarsi della situazione internazionale, il comparto ha dovuto fare

1_ QUALI SONO I CRITERI DI SCELTA DEI CONSUMATORI?



Francesco Croccolo (Hundog): «Il consumatore è sempre più alla ricerca di un prodotto riconoscibile e di qualità. Il quinzaglio "moda" sostituisce il semplice quinzaglio entry level, arricchendo la funzionalità con aspetti di identificazione nei valori del brand che gratificano il consumatore. L'ecosostenibilità ed il rispetto della natura del nostro amico peloso sono ulteriori driver chiave nella scelta dell'acquisto».



Giancarlo Tavasci (On Site): «Quando la disponibilità è destinata ad altre voci di spesa, la tendenza generale è quella di prestare maggiore attenzione al prodotto acquistato scegliendo spesso quello con il migliore rapporto qualità-prezzo. Da parte nostra, la garanzia della qualità è divenuta ancora più fondamentale perché vogliamo che il nostro cliente abbia sempre il giusto corrispettivo di quanto investito».



Monica Franco (Record): «Il consumatore in questo comparto viene guidato molto dalla riconoscibilità del brand, dalla qualità, dalla vestibilità del prodotto e dalla scelta di colori e fantasie. Ovviamente il prezzo, soprattutto in questo periodo storico delicato, non passa comunque in secondo piano».



Valentina Racioppi (Tre Ponti): «Oltre ad un fattore estetico, utile a catturare l'attenzione iniziale, il consumatore finale vuole essere informato sulla qualità dei materiali e sulla sicurezza del prodotto».

i conti con le problematiche legate ai trasporti e al rincaro delle materie prime. Il pellame oppure i tessuti tecnici, ma anche la minuteria utilizzati per il confezionamento di questi accessori, che in molti casi provengono dal Far East, hanno visto un calo di produzione nei paesi di origine e quindi, una minore disponibilità e un conseguente aumento dei prezzi. È vero che ultimamente il problema dell'approvvigionamento sta gradualmente rientrando, e si vede un ritorno a flussi costanti nella consegna della merce, ma il tutto è comunque toccato da un incremento dei costi. Certamente le produzioni più "artigianali" con prodotti totalmente Made in Italy hanno risentito meno di questo fenomeno, al netto dei maggiori costi di produzione in Italia, ma si parla di segmenti di prodotto che si collocano nella fascia alta del mercato che da un lato sono toccate dal problema della minore capacità di spesa, ma dall'altro si rivolgono a una clientela alto spendente. In questo scenario lo sforzo della maggior parte delle aziende per produzione distribuzione è costantemente rivolto al contenimento di tali aumenti per essere comunque competitive.

UN PRODOTTO NECESSARIO /

La contrazione della capacità di spesa spesso penalizza il comparto accessori a favore dei beni di prima necessità, ma guinzagli, pettorine e collari riescono in qualche modo ad uscire da questa logica. Pur non essendo identificata come un prodotto di prima necessità, la guinzaglieria è certamente uno di quegli accessori che i possessori di cani (e in alcuni casi di gatti) devono avere. Per questo si può affermare che si tratta di

2_A QUALI DINAMICHE DI PREZZO È STATO SOGGETTO IL COMPARTO IN QUESTO ULTIMO ANNO?



Francesco Croccolo (Hundog): «Il segmento degli accessori pet è stato colpito principalmente dalle problematiche legate ai trasporti ed al caro materie prime. L'incremento dei noli mare, fino a 6-7 volte rispetto alle quotazioni ante-Covid, ha gravemente intaccato la marginalità di questo segmento, costringendo a revisioni dei listini ulteriormente aggravate dal caro materie prime registrato fino a fine 2021. A complicare ulteriormente il quadro si sono poi aggiunti i disservizi nella rete di trasporti internazionali, che hanno reso difficoltosi gli approvvigionamenti causando rotture di stock e mancanze di prodotto sul mercato. Quest'ultima problematica sta gradualmente rientrando, garantendo la ripresa di flussi costanti, ma sempre affetti da costi maggiorati».



Giancarlo Tavasci (On Site): «L'aumento di costo dei materiali e dei trasporti ha raggiunto un livello tale da non poter più essere sostenuto senza un riallineamento dei listini. Questa tendenza al rialzo potrebbe caratterizzare anche i prossimi mesi, rinvigorita in particolare dai costi dell'energia. L'attuale sforzo della maggior parte delle aziende di produzione e di distribuzione è costantemente rivolto al contenimento di questi».



Monica Franco (Record): «Quest'anno purtroppo è stato segnato da repentini innalzamenti di prezzo dovuti principalmente all'aumento dei costi delle materie prime, dei trasporti e del cambio per produzioni extra Comunità Europea. Anche il reparto guinzaglieria non è stato risparmiato, quindi ha subito gli aumenti generalizzati».



Valentina Racioppi (Tre Ponti): «Nel momento attuale, la tematica "prezzi" è davvero scottante e complessa. Le prospettive di inizio anno che promettevano un'imminente uscita dalla pandemia, in un'ottica di fiducia crescente nel mercato, sono state deluse dal peggiorarsi del contesto socio-politico internazionale. L'incertezza degli incrementi dei costi fissi, la scarsità di offerta delle materie prime e la conseguenziale lievitazione dei prezzi delle stesse, sono tutti fattori che si sono riflessi a cascata, e continuano a riflettersi sui costi di produzione in maniera sostanziale. In un contesto così mutevole ed instabile, le previsioni di aumento diventano davvero tanto difficili quanto indispensabili».

La parola al retail



"FATTORE PREZZO SEMPRE PIÙ IMPORTANTE"

Nicoletti Stanislao - Paradiso degli animali, Torino

«Tendiamo a offrire tutte le fasce di prezzo partendo anche dalla tipologia di clientela che normalmente entra in negozio. Il prezzo sta diventando un criterio di acquisto sempre più importante, per cui si predilige il prodotto pratico, essenziale e di lunga durata. Questo inevitabilmente penalizza gli accessori che fanno dell'estetica il loro punto di forza. Se fino a ieri i clienti acquistavano lo stesso guinzaglio in diversi colori per avere più scelta su come "vestire" il pet, oggi si tende a comprare il singolo pezzo. Questo accade ancora di più con i cuccioli, che cambiano più frequentemente, e quando il cane ha raggiunto la sua taglia è più facile che si spenda qualcosa di più per un prodotto che verrà usato molto più a lungo. Inoltre, l'aumento del costo delle materie prime e del trasporto sta incidendo sul prezzo e questo crea ulteriori criticità».

"L'ASSISTENZA ALLA VENDITA FA LA DIFFERENZA"

Stefania Martorelli - Alfa-Tec, Grosseto

«Nel nostro assortimento tentiamo di coprire tutte le taglie, cercando di creare anche degli abbinamenti tra guinzagli e pettorine suddivisi in tre fasce di prezzo. Per quanto riguarda la nostra clientela, il criterio di scelta è dettato dalla tipologia di cane oppure dal tipo di utilizzo, che può andare dalla semplice passeggiata all'addestramento. È più facile che il possessore di un cane di taglia piccola si orienti su una pettorina più elegante rispetto a chi possiede un animale più grande. Il fattore prezzo e la diminuita capacità di spesa hanno certamente toccato questo settore, ma se si riesce a fornire una adeguata assistenza alla vendita si è spesso in grado di indirizzare gli acquisti e alzare lo scontrino medio».

articoli che hanno grande penetrazione, ma non altissime rotazioni, ma che allo stesso tempo assicurano volumi costanti del tempo. Un'eccezione a questa tendenza alla bassa frequenza d'acquisto è naturalmente rappresentata dai possessori di cuccioli, che comprano la guinzaglieria seguendo la crescita del proprio animale per poi stabilizzarsi sul modello più adatto una volta che il pet ha raggiunto la sua taglia.

I CRITERI D'ACQUISTO /

Per quanto riguarda i criteri d'acquisto, ci si trova di fronte ad approcci molto diversi, dove i fattori che portano a scegliere un prodotto cambiano da consumatore a consumatore. C'è chi è alla ricerca di un accessorio riconoscibile e di qualità. In questo caso il guinzaglio fashion e alla moda viene preferito al semplice guinzaglio entry level poiché si scelgono, oltre alla funzionalità, quegli aspetti estetici che gratificano il padrone e fanno distinguere il cane che lo indossa. Allo stesso modo l'ecosostenibilità ed il rispetto della natura rappresentano ulteriori driver chiave nella scelta dell'acquisto, in quanto fattori sempre più sentiti dal grande pubblico. C'è poi anche chi viene guidato dalla riconoscibilità del brand oltre che dalla qualità, dalla vestibilità e dalla scelta di

3_IL CAROVITA STA MODIFICANDO I COMPORTAMENTI D'ACQUISTO?



Francesco Croccolo (Hundog): «La congiuntura economica non è favorevole, e il consumatore sta mostrando la propensione a ridurre gli acquisti di accessori a favore degli alimenti. È proprio in questo caso che risulta fondamentale distinguersi dalla concorrenza per far ricadere la scelta dei clienti sulla nostra offerta. Ancora di più in questo momento vogliamo offrire al consumatore la possibilità di scegliere, in un solo acquisto, un prodotto funzionale, duraturo e gratificante dal punto di vista estetico».



Giancarlo Tavasci (On Site): «La percezione di necessità per i prodotti per animali è comunque mutata nel tempo. Gli accessori scontano sempre il fatto di essere prodotti longevi, non di consumo quotidiano, ma sono sempre più percepiti come prodotti necessari per il proprio pet».



Monica Franco (Record): «Chi ha un cane non può fare a meno di avere un guinzaglio da tenere sempre in perfetta efficienza per questioni non trascurabili relative alla sicurezza durante il passeggio. Il segmento non ha le crescite proprie di altre categorie, ma registra comunque stabilità».



Valentina Racioppi (Tre Ponti): «Risulta difficile prevedere quali saranno i reali risvolti del carovita e quali saranno considerati davvero "beni di prima necessità" dal consumatore finale. Possiamo solo attendere e stare in ascolto per poter rispondere in maniera efficace ai segnali che il mercato ci invierà nei prossimi mesi».

QBERG: TRE ANNI DI GUINZAGLIERIA TRA FLYER E SITI DI E-COMMERCE

QBERG ha analizzato l'andamento tendenziale della Guinzaglieria sui volantini promozionali (i "Flyer" di GD e Specialisti) e sui principali siti di e-commerce (sui siti della GD e dei principali Specialisti, sia fisici che "pure player"), mettendo a confronto l'offerta dei mesi di settembre 2022, 2021 e 2020.

Guinzagli, collari e pettorine rappresentano un segmento fondamentale all'interno dell'offerta degli accessori cane, addirittura il primo per quota assortimentale ("Quota display") sui siti di e-commerce. Analizzando la quota di visibilità emerge come, dopo una crescita netta nel passaggio 2020-2021, vi sia invece un calo nettissimo nel 2022 che atterra ad un 3.2%. Per la cronaca, sui volantini, sono stati i "Giochi cane" a rubare la quota della guinzaglieria. Molto meno netto il calo sul display virtuale dei siti di e-commerce: pur restando (come già detto) la prima tra le sottocategorie della categoria "Accessori cane", vediamo come la curva sia del tutto analoga a quella del Flyer.

Sul fronte dei prezzi, notiamo subito come sui volantini siano in crescita mentre l'e-commerce vede un deciso calo. Gli andamenti si differenziano poi per quanto riguarda il raffronto dei prezzi medi. Assistiamo infatti a un tendenziale e continuo aumento per quanto riguarda le promozioni a volantino, mentre sul web, dopo un incremento nel passaggio tra 2020 e 2021, registriamo un nettissimo calo, pari al 40%, nel passaggio tra 2021 e 2022.

Quota di visibilità flyer e web per la Sottocategoria Guinzagli/Collari/Pettorine Cane (set 2022, set 2021, set 2020; Quota Qp3, Quota display sul totale Accessori Cane)



Prezzo medio flyer e web per la Sottocategoria Guinzagli/Collari/Pettorine Cane (set 2022, set 2021, set 2020; Prezzo medio promo, Prezzo medio)



Va sottolineato inoltre il ben diverso posizionamento di prezzo degli articoli in promozione sui volantini (cifra che varia tra i 7 e i 9 euro) rispetto al web (con un prezzo che oscilla tra i 15 e i 25 euro).

colori e fantasie. In ogni caso, ultimamente, la minore capacità di spesa ha fatto sì che ci sia una maggiore attenzione alla qualità e durabilità dell'accessorio acquistato e alla ricerca del migliore rapporto qualità-prezzo. Ad esempio, se fino a qualche tempo fa per lo stesso animale si arrivavano ad acquistare più colorazioni dello stesso modello di guinzaglio per avere più scelta su come "vestire" il pet, oggi si tende a comprare il singolo pezzo. Inoltre la lunga durata dell'attuale guinzaglieria, legata ai maggiori standard di qualità dell'attuale produzione, fa sì che la frequenza di acquisto non sia alta come un tempo. La polarizzazione degli acquisti, con articoli di primo prezzo da un lato e quelli premium dall'altro, è sempre

presente, ma l'attuale situazione sembra premiare soprattutto la fascia media, e ancora di più quella medio-bassa, con i consumatori che preferiscono scegliere prodotti pratici e sicuri e con il migliore rapporto qualità-prezzo.

IL PUNTO VENDITA È STRATEGICO /

Per i propri acquisti, i consumatori si informano attraverso ricerche online, tramite blog o recensioni, oppure si basano sull'esperienza diretta di amici e conoscenti, ma in questo processo il punto vendita diventa ancora più centrale. Il guinzaglio è un accessorio che ultimamente deve garantire sempre una perfetta efficienza per questioni relative alla sicurezza durante il passeggio, per

questo chi compra questi accessori tende a non scendere a compromessi eccessivi al momento dell'acquisto.

Come per altri accessori, l'assortimento in negozio deve tener conto della capacità di spesa e delle caratteristiche della clientela, cercando di coprire tutti i segmenti e con un giusto mix tra guinzagli, collari e pettorine, magari coordinati tra loro, per incrementare le vendite e alzare lo scontrino medio. In particolare per la guinzaglieria all'interno del negozio, occorre intercettare le esigenze e la ricerca di informazioni che la clientela evidenzia, in questo modo si riesce ad indirizzare la vendita non solo sul prodotto più adatto, ma anche su quello che garantisce una migliore marginalità.

FERRIBIELLA, STILE ED ELEGANZA

La collezione Kami è la linea di Ferribiella pensata per coniugare comfort ed eleganza.

Presenta sette fantasie ispirate alla natura, abbinata a colori freschi e vivaci, insieme a

due tipi di collari, pettorine morbide e avvolgenti in sei taglie, robusti guinzagli in coloratissimo nylon e confortevole cotone. Completano con stile la collezione i dispenser porta-sacchetti coordinati, dotati di chiusura magnetica e decorati con raffinate nappine in jersey.



MYFAMILY, NEL SEGNO DELL'ARTIGIANALITÀ



I collari e guinzagli Premium di MyFamily esprimono un'artigianalità 100% made in Italy. In vera pelle, similpelle o sintetico, hanno design ispirati alle città del mondo. Fanno eccezione Hermitage, con pettorine dai dettagli raffinati, e Royal, prima edizione limitata del brand. Tutti stilosi e funzionali, con Always Ready D-Ring per agganciare facilmente il guinzaglio e porta-tag per la medaglietta.



CROCI, PASSEGGIATE DI CLASSE

La collezione invernale di Croci si compone di accessori fashion e sempre attuali. La pettorina Snow Leopard è realizzata in morbido velluto nero e impreziosita da un soffice e vaporoso collo in eco pelliccia maculato nero e bianco. Il collo è removibile all'occorrenza e, per creare un ulteriore look, la pettorina si può indossare anche dall'altro lato. La fodera è infatti realizzata in calda stoffa di finta pecora che diventa un perfetto capo invernale. La linea si completa anche con un collare e guinzaglio abbinato.



GLI ECOSOSTENIBILI DI FARM COMPANY



Farm Company propone, nella sua ampia selezione di prodotti Green, un'innovativa gamma di collari e guinzagli ecosostenibili realizzati con soia e cotone. Gli scarti di lavorazione della soia vengono processati, trasformati in fibra e uniti

al cotone per dare la giusta tenuta e robustezza al materiale finale. Il risultato è un tessuto dal morbido effetto soft touch, delicato sul pelo dell'animale e confortevole al tatto. Presenta infine diverse minuterie metalliche in bronzo di alta qualità, un packaging in cartoncino riciclabile e cinque tonalità di colore che richiamano i toni caldi della terra: verde oliva, tortora, vinaccia, zucca e blu navy.

HURTTA, COMFORT E SICUREZZA



Il nuovo guinzaglio Hurtta Adjustable Training è lungo ben 300 cm e regolabile a partire da soli 100 cm. Dotato di doppio moschettone e di anello di riduzione, è disponibile in un nuovo colore grigio melange e realizzato in materiali ECO Green.

La gamma in corda Hurtta Adjustable Rope è disponibile in differenti diametri, da 6mm per i cani più piccoli fino a 11mm per i cani grandi e forti. I guinzagli Hurtta Adjustable sono il complemento ideale per le pettorine tecniche Weekend Warrior. Una soluzione che guarda al comfort e alla sicurezza, realizzata con materiali tecnici leggeri, traspiranti, robusti ed anche ecologici.

IL GUINZAGLIO DA CITTÀ DI TRE PONTI

Control è il guinzaglio corto pensato per cani di grossa taglia che si trovano in contesti affollati, come accade spesso in città. La passeggiata è più confortevole grazie all'impugnatura imbottita, ma non solo. Il sistema di scorrimento brevettato da Tre Ponti permette una presa salda, evitando frizioni al polso in caso di strattonamenti.



CON VITAKRAFT SICURI ANCHE DI NOTTE



I collari e guinzagli della linea riflettente di Vitakraft sono realizzati in nylon resistente e morbido. Disponibili in varie misure e nei colori arancione e turchese, sono ricoperti da una doppia banda di materiale altamente riflettente che rende l'uso del guinzaglio particolarmente adatto e sicuro anche di notte.

ZOLUX, UN PRODOTTO PER OGNI CANE

Imao è la collezione di collari, guinzagli e pettorine di Zolux dai tessuti e colori di tendenza. Le cinque collezioni che compongono la gamma sono pensate per adattarsi a tutte le esigenze dei cani, da quelli più sportivi a quelli più alla moda. Tessuto scozzese, corda, motivi vegetali, colori accesi o più tenui. Stili e texture diverse per soddisfare tutti i gusti. Ogni modello è disponibile in diverse tonalità e taglie.

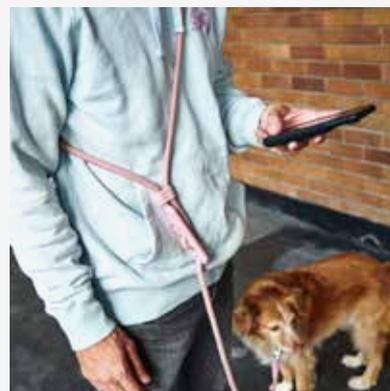


FERPLAST OFFRE COMFORT E DESIGN



Daytona Deluxe è la nuova linea di guinzagli, collari e pettorine per cani di Ferplast, realizzata in tessuto robusto con un elegante pattern bicolore. Le cuciture riflettenti garantiscono una buona visibilità anche nelle ore serali o notturne. Sono in tre colorazioni diverse per incontrare i gusti di tutti e abbinarsi al meglio al manto del cane. Il guinzaglio presenta un comodo porta-sacchetti igienici integrato nella fettuccia, mentre la maniglia è imbottita per una presa più confortevole e un controllo sicuro dell'animale. Collare e pettorina hanno un'imbottitura sulla parte interna a contatto con il corpo del cane.

MANI LIBERE CON HUNDOG



Leggero e colorato, l'hand-free leash, prodotto iconico della gamma Zee.dog è stato studiato per avere le mani libere e rimanere sempre a contatto con il proprio cane. Si può indossare in vari modi: a tracolla sulle spalle, in vita a cintura oppure come un normale guinzaglio, poiché è dotato di una fibbia estremamente facile da regolare. Inoltre, si può

passare rapidamente da una posizione all'altra grazie alla comoda coulisse e al gancio in metallo facile da aprire e chiudere. Disponibili in diversi colori e varianti, la sua lunghezza va da 1,20m a 2,40 m.

PUPAKIOTTI, A PASSEGGIO CON IL MADE IN ITALY

Il set da passeggio Pupakiotti è composto da collare, guinzaglio, pettorina, porta sacchetti, e può essere aggiunto un simpatico fiocco. Il prodotto è fatto a mano in Italia, ed



è 100% vera pelle. Una selezione di materiali di prima qualità risponde a caratteristiche di resistenza, innovazione, comfort. La pettorina è un modello ergonomico e con doppia regolazione, Interno soft touch,

e con accessori metallici che non vanno a contatto con pelle e pelo. Il guinzaglio con porta sacchetti in pelle, elegante e resistente, è studiato, testato e garantito per cani da 1 a 16 kg. Il porta sacchetti è pratico ed elegante, a forma di borsetta.

NUOVA GUINZAGLIERA FASHION BY RECORD



Sono tre le linee appena lanciate dal brand, parure perfette per passeggiate all'insegna della moda e della qualità, dotate di pack elegante con finestra trasparente per mostrare il prodotto. Linea London: collare, pettorina e guinzaglio per cani realizzati in similpelle di ottima qualità morbida ed elegante con pratica clip di chiusura in metallo. Disponibili nei colori rosa, beige e grigio. Linea Paris: collare, pettorina e guinzaglio per cani e gatti realizzati in morbida similpelle di ottima qualità, impreziosito con strass. Disponibili nei colori rosa e azzurro. Collare e guinzaglio per cani e gatti della linea Tokyo, realizzato in similpelle con effetto olografico sul lato esterno.

