



Natale: voglia di regali

In occasione delle feste cresce la propensione da parte dei pet owner ad acquistare un regalo per il proprio animale o per amici e parenti che abbiano cani e gatti in casa. Le aziende si preparano a questo periodo proponendo articoli a tema, ma anche con attività marketing per rendere appealing la loro offerta. Anche il retail allestisce punti vendita e assortimento per catturare la voglia di shopping.

di Aldo Cattaneo



IL PARERE DELL'INDUSTRIA 4 VOCI A CONFRONTO



Rossella Baiocchi,
direttrice marketing di Bamapet



Alice Canazza,
marketing manager di Camon



Claudio Scurpa, amministratore
delegato di Vitakraft



Simone Zancato,
export manager di MyFamily

Ormai è un dato di fatto che gli animali domestici sono diventati a tutti gli effetti dei membri importanti all'interno delle famiglie dei loro proprietari. È il motivo per cui negli ultimi anni il Natale è sempre più un periodo sempre più fondamentale per i pet shop e per i produttori del settore pet care in termini di vendite. Questo perché, come accade con amici e parenti, è cresciuta l'abitudine di acquistare un regalo per cani e gatti in occasione delle feste natalizie.

È un periodo dell'anno in cui i possessori di pet hanno una maggiore possibilità di trascorrere del tempo con il proprio animale e, grazie anche all'atmosfera natalizia, si sente maggiormente la necessità di gratificarlo con regali.

La pandemia ha in parte rallentato il trend positivo generato dal Natale, sia perché è diminuita la capacità di spesa, sia perché lo stato d'animo delle persone, dopo un lungo periodo di restrizioni, forse sente con meno

1_IL PERIODO NATALIZIO QUANTO INCIDE SULLE VENDITE DI PRODOTTI PET RISPETTO AGLI ALTRI PERIODI DELL'ANNO?



Simone Zancato (MyFamily): «Il Natale rappresenta un momento clou dell'anno. I consumatori, sono più attenti a ricercare prodotti utili mentre per i fornitori è un'ottima occasione per farsi conoscere da nuovi target o fidelizzare i clienti abituali. Anche alcuni prodotti continuativi subiscono un'impennata di vendite nel periodo natalizio, ad esempio collari e guinzagli rossi possono creare l'outfit perfetto per le uscite di dicembre.»



Claudio Scurpa (Vitakraft): «Nel periodo natalizio, tra ferie, vacanze scolastiche e vari giorni di festa, i pet owner hanno una maggior possibilità di trascorrere il tempo con il proprio animale dedicandogli ancora più affetto, ricompense e a volte dei veri e propri regali. Per questo è sicuramente un ottimo periodo per incrementare le vendite.»



Alice Canazza (Camon): «Ci impegniamo per rinnovare ogni anno la nostra collezione natalizia con prodotti che sappiano unire la ricercatezza estetica, puntando sulle fantasie e sulle colorazioni tipiche del periodo, con la funzionalità. Si tratta di un'attività di ricerca decisamente sfidante e che necessita di creatività.»

intensità l'atmosfera natalizia. Il Natale rappresenta comunque un'occasione per avere ulteriori argomenti sia per il sell in per i produttori, che per il sell out per i pet shop, che possono ravvivare i punti vendita, per attrarre la clientela, per aumentare

la pedonabilità e, in diversi casi, per alzare il valore dello scontrino medio. Il Natale per la maggior parte dei pet shop è certamente un periodo importante e strategico, anche perché i negozi specializzati hanno un'occasione in più per differenziarsi

rispetto agli altri canali e per ingaggiare e fidelizzare la clientela allestendo una proposta esclusiva, magari puntando su articoli particolari e artigianali (come ad esempio la pasticceria dedicata ai pet). Ma parallelamente per alcuni retailer specializzati, soprattutto dopo la pandemia e in previsione degli effetti della crisi ucraina, la festività non sembra più un momento dell'anno con performance particolarmente positive.

PRODOTTI NATALIZI O IDEE REGALO? /

Sul fronte dei produttori è possibile rilevare diversi approcci strategici per ottenere il massimo da un periodo che vede generalmente una maggiore propensione alla spesa da parte dei consumatori finali. La scelta di creare linee ad hoc a tema natalizio è certamente vincente, seppur impegnativa: richiede programmazione a lungo termine per quanto riguarda la scelta della tipologia di prodotti con cui arricchire il proprio catalogo, per offrire sempre qualcosa di nuovo ogni anno, per capire la recettività del retail e per non sbagliare i quantitativi. Difficoltà, queste, che sono cresciute ulteriormente in questi ultimi anni, caratterizzati da tante incertezze e costi delle materie prime in continuo aumento. Sul fronte dei prodotti creati specificatamente per il Natale si è vista crescere l'offerta di calendari, panettoni, pandori e altri alimenti confezionati a tema, oltre ad accessori di uso comune realizzati con inserti o disegni che richiamano le festività in arrivo. Parallelamente ai brand che decidono di ampliare il catalogo per essere più appealing nell'ultimo periodo dell'anno, ci sono aziende che individuano nella propria lineup "ordinaria" i prodotti che, pur continuativi, possono diventare più facilmente dei regali natalizi, magari per il design facilmente adattabile alla ricorrenza. Il lavoro in questo caso si concentra sulla promozione attraverso una strategia comunicativa multicanale, che va dai canali social fino al trade marketing. In questo cluster possiamo inserire anche le aziende produttrici che scelgono di proporre un "cesto natalizio" con i migliori prodotti, per i quali realizzano confezioni a tema e che quindi sono facilmente identificabili come possibili regali.

TRA L'UTILE E IL DILETTEVOLE /

Anche sul fronte del consumatore emergono approcci diversi per quanto riguarda l'acquisto di articoli per festeggiare con gli animali domestici.

Da un lato ci sono pet owner che scelgono di dare priorità a prodotti di utilizzo quotidiano, dagli snack ai giochi, fino agli accessori, prediligendo l'utilità e, in alcuni casi, il basso impatto sul portafoglio.

Parallelamente all'approccio pragmatico c'è

2_ PER UN PRODUTTORE QUANTO È IMPORTANTE E IMPEGNATIVO ALLESTIRE UN'OFFERTA SPECIFICA DI PRODOTTI PER IL NATALE?



Claudio Sciorpa (Vitakraft): «Creare un assortimento natalizio attrattivo con delle novità tutti gli anni è e richiede uno studio di diversi mesi. Le difficoltà sono molte, specialmente in questi ultimi anni caratterizzati da tante incertezze e costi delle materie prime in continuo aumento».



Rossella Baiocchi (Bamapet): «Non avendo prodotti specifici per il periodo in questione, il nostro è piuttosto un lavoro di promozione: come sapete bene, Bamapet ha una strategia comunicativa multicanale, per cui parliamo dei nostri prodotti attraverso i canali social, il blog, radio e interviste. Lavoriamo sulla promozione, per cui anche set fotografici natalizi fanno parte del nostro piano comunicativo e ci occupano molto nelle settimane precedenti il mese di dicembre».

3_ COME È CAMBIATA L'OFFERTA E LA DOMANDA DI PRODOTTI PER IL PERIODO NATALIZIO?



Simone Zancato (MyFamily): «L'umanizzazione del pet, che si è diffusa negli ultimi anni, ha alimentato la domanda di prodotti a loro dedicati e la nascita del format "idea regalo" anche in questo settore».



Alice Canazza (Camon): «L'offerta e la domanda di prodotti propri del periodo natalizio si sono ampliate in modo rilevante negli ultimi anni, andando ad abbracciare categorie di prodotti che in passato non erano considerate centrali nel momento delle festività. Oltre ai più consueti giochi natalizi ed accessori, ad esempio si presta più attenzione al comfort con linee di cucce, cuscini e coperte molto calde e morbide o agli snack nelle forme e colori tipici del Natale».

4_ QUALI SONO I PRODOTTI BEST SELLER DURANTE LE FESTE?



Claudio Sciorpa (Vitakraft): «Sono sicuramente gli snack a farla da padrone, anche se riscontriamo un buon interesse verso i prodotti della linea comfort. La tendenza del consumatore è a una spesa superiore rispetto all'ordinario, puntando su maggior qualità e magari made in Italy».



Rossella Baiocchi (Bamapet): «La forte inflazione generata dallo scenario internazionale e i consumi sempre più responsabili orientano gli acquirenti a preferire prodotti di qualità, che resistano nel tempo e alle mode. Trovo difficile pensare possano sopravvivere politiche commerciali basate esclusivamente sul periodo natalizio».

certamente quello emotivo, legato all'atmosfera delle festività natalizie e alla personalizzazione dei pet che spinge una parte dei consumatori a puntare su regali ad effetto a tema strettamente natalizio

In particolare, chi ha in casa un cucciolo da poco tempo è più propenso a "coccolare" il

nuovo componente della famiglia e quindi anche a spendere qualcosa di più. Da qui, ad esempio, la crescita delle vendite delle rivisitazioni in chiave pet di panettoni, pandoro, calendari dell'Avvento e altri dolci tipici della tradizione che sono diventati ormai dei veri e propri classici anche per i cani e i gatti.

Sempre questo tipo di cluster di consumatori evidenzia inoltre una più marcata attenzione a categorie merceologiche come l'abbigliamento o la guinzaglieria anche di fascia alta che, nonostante il prezzo medio più elevato, permettono ai proprietari di abbellire il pet. Infine c'è chi, pur avendo a cuore l'animale domestico o quello degli amici, quando si tratta di scegliere un regalo, predilige prodotti particolari, a volte economici, che siano di grande effetto nella loro semplicità. I diversi approcci dei consumatori confermano una volta di più come a Natale gli argomenti di acquisto dei pet owner tendono a prendere altre strade rispetto al resto dell'anno, come ad esempio la propensione alla spesa o l'attenzione a un buon rapporto tra qualità e prezzo, grazie soprattutto all'aspetto emozionale legato alla ricorrenza.

OPPORTUNITÀ E STAGIONALITÀ /

Per i retailer in questo periodo la sfida più importante è anche quella di creare il giusto assortimento basato sui trend di mercato, sulla storicità dei Natali passati e sulla propria tipologia di clientela. Cosa non affatto semplice, anche per la ricchezza degli articoli natalizi proposti dai produttori per questo periodo. Oltretutto gli

5 TRA I VARI CANALI DISTRIBUTIVI, QUALE SECONDO VOI SFRUTTA MAGGIORMENTE LE POTENZIALITÀ DI QUESTO PARTICOLARE PERIODO DI SELL OUT?



Claudio Sciorpa (Vitakraft): «Se la grande distribuzione può sfruttare ampie aree promo, per i pet shop indipendenti il periodo natalizio risulta strategico sotto vari aspetti: assicurarsi un brand importante con prodotti di alta rotazione, allestire vetrine e spazi interni a tema, informare la clientela, magari con volantini speciali e attività social a supporto. Ovviamente con tutti i consigli e la guida all'acquisto di persona che solo il rivenditore specializzato può offrire».



Alice Canazza (Camon): «Le grandi catene specializzate hanno sicuramente possibilità maggiori di trasmettere, anche attraverso apposite campagne pubblicitarie o realizzando opportune isole in store dedicate, la bellezza e l'esclusività delle linee di prodotti natalizi. Ma anche i punti vendita indipendenti, con creatività e gusto possono senz'altro proporre vetrine luminose, attraenti e accattivanti, capaci di richiamare l'attenzione dei consumatori che sono sempre alla ricerca dell'idea regalo originale per il proprio pet friend».



Rossella Baiocchi (Bamapet): «Il negozio specializzato, con la sua clientela fissa che cerca il consiglio dal negoziante di fiducia, certamente è il favorito».

La parola al retail



“CRESCERE L'ATTENZIONE AI REGALI UTILI”

Alice Podgorska - Pianeta Animali, Modena

«Il Natale negli anni ha guadagnato sempre più importanza nel settore pet care. Per questa ricorrenza allestiamo una vetrina appositamente dedicata ai prodotti natalizi e all'interno del negozio creiamo un'area a tema. Proponiamo anche delle soluzioni regalo, abbinando tra loro articoli che possono essere scelti dai clienti per essere messi sotto l'albero per i loro pet. Diverse aziende fornitrici arricchiscono il catalogo con prodotti dedicati a questo periodo e così catturano l'attenzione dei consumatori, anche se si tratta di articoli che richiedono una gestione più attenta perché sono vendibili solo in un determinato periodo. Allo stesso tempo vediamo crescere in questi anni, da parte della nostra clientela, la scelta di fare regali utili».

“ELEVATA DISPONIBILITÀ DI SPESA”

Marco Timminia - Da zero a quattro zampe, Palermo

«Il Natale è diventato un periodo importantissimo per le nostre vendite: nella clientela è cresciuta in questi anni l'esigenza di fare un regalo al pet, per il quale spesso non si bada a spese. Infatti, riscontro un'elevata disponibilità di spesa in generale dove alcuni puntano sull'utilità e altri su articoli di grande effetto. Il punto vendita in quel periodo viene rivoluzionato e allestito proprio per catturare quel tipo di domanda. La vetrina e le aree espositive sono abbellite con prodotti a tema o articoli selezionati da noi che possono diventare idee regalo. Le aziende con le loro gamme dedicate rispondono proprio a questa esigenza del pubblico sempre più manifesta e importante. Per questo periodo è importante creare il giusto assortimento e non è affatto semplice, vista la ricchezza degli articoli proposti dai produttori. Oltretutto, quelli prettamente natalizi sono articoli vendibili per un periodo estremamente ristretto e questo implica un'ulteriore difficoltà in termini di sell in».

“PERIODO INTERESSANTE PER SELL OUT E PEDONABILITÀ”

Francesca Brunelli - Giù le Zampe Il tuo Fido Pet Shop, Castelfidardo (AN)

«L'effetto del Natale era certamente più importante negli anni passati, in particolare prima della pandemia, ma rimane comunque un periodo interessante in termini di sell out e di pedonabilità. Per questo motivo non può mancare l'allestimento della vetrina a tema e anche il punto vendita cambia con addobbi e soluzioni espositive a tema. In termini di offerta dedichiamo un'area dello store a prodotti specifici per il Natale: panettoni, pandoro, biscotti e calendari. Le aziende fornitrici con un'offerta dedicata al Natale aiutano ad avere in negozio prodotti con forte appealing e ideali per rispondere alle richieste della clientela. Anche la creazione di pacchetti regalo contenenti un mix di prodotti è una soluzione apprezzata dai consumatori. Credo che gli ultimi anni sottotono non siano da imputare esclusivamente al ridotto potere di spesa dei consumatori, ma anche ad un clima meno propenso a festeggiare che si è generato con la pandemia. Il nostro negozio ha una clientela alto spendente, ma il regalo è considerato una cosa frivola emozionale solo per le feste piuttosto che un articolo che risponde a un bisogno specifico. In questi anni ho visto un grande successo dei panettoni».

articoli prettamente natalizi sono vendibili in un intervallo di tempo estremamente ristretto e quindi con una stagionalità relativamente breve, fattore che implica un'ulteriore difficoltà in termini di sell in, per evitare stock a magazzino di articoli che, se non deperibili, potranno forse essere rimessi in vendita solo l'anno seguente. I retailer confermano che il Natale ha acquistato anno dopo anno sempre più importanza negli acquisti di prodotti pet care. Per catturare questo fenomeno viene spesso allestita una vetrina dedicata ai prodotti natalizi e all'interno del negozio vengono create aree a tema: soluzioni espositive impattanti in grado di conquistare l'attenzione di chi frequenta il punto vendita indirizzando gli acquisti anche di chi magari entra in negozio per comprare altro. E non è raro che alcuni pet shop creino appositamente delle confezioni natalizie con articoli di uso comune, proprio per invogliare l'acquisto. Alla trasformazione del punto vendita sotto le feste spesso contribuiscono anche produttori e brand che investono molto su packaging e materiali espositivi, che in questo modo aiutano il negoziante a creare l'atmosfera natalizia.



6_CREATE INIZIATIVE CHE AIUTANO A FAVORIRE LE VENDITE DI PRODOTTI DI NATALE??



Simone Zancato (MyFamily): «Lo scorso anno, in occasione del periodo natalizio, abbiamo lanciato un concorso a premi presso i rivenditori fisici con buoni spesa MyFamily, iPhone e una Fiat 500. L'iniziativa ha stimolato l'acquisto e aumentato la brand loyalty. Approfittiamo di questo momento dell'anno anche per comunicare il lancio di nuove collezioni.

In questo modo, il consumatore può sentirsi più stimolato a regalare un accessorio MyFamily al proprio amico a quattro zampe. Sicuramente, anche la nostra comunicazione digitale si struttura ad hoc per questa ricorrenza: social e newsletter diventano guide nella scelta del regalo giusto».



Claudio Scurpa (Vitakraft): «Per Natale Vitakraft propone a tutti i rivenditori dei palbox gratuiti da mezzo pallet per presentare i prodotti più ingombranti, come cuscini e cuccette, e dei pratici display da un ottavo e un quarto pallet in cui poter esporre calze della Befana, calendari dell'avvento e tutti gli altri prodotti della linea. Tutti i display sono gratuiti e si presentano con immagini di cani e gatti immersi in un'accattivante grafica natalizia che richiama la linea dei prodotti in vendita».



Alice Canazza (Camon): «Oltre al nostro consueto e aggiornato catalogo natalizio stiamo progettando alcune ulteriori iniziative, soprattutto sfruttando i canali social, per proporre la nostra nuova collezione e per supportare i nostri clienti diretti nella promozione di questa importante categoria di prodotti».

VETRINA PRODOTTI

MYFAMILY: UNA PREZIOSA SORPRESA

La medaglietta MyFamily in versione "Fiocco di Neve" è un regalo in perfetto stile natalizio ma non solo. Grazie all'incisione dei dati per il suo ritrovamento, può salvare la vita del pet e, con il suo design a tema, è l'accessorio ideale per le passeggiate durante le vacanze di Natale. La medaglietta è rifinita a mano e Made in Italy.



UNA CUCCIA PER LE FESTE DA CAMON

La Christmas Collection 2022 di Camon comprende anche una linea comfort che può vantare la qualità produttiva Made in Italy, caratterizzata da un'elegante texture natalizia realizzata dal team di designer dell'azienda. Come la cuccia rettangolare, rivestita in pregiato tessuto in cotone con comoda imbottitura in ovatta. Dotata di un cuscino staccabile con la scritta "You're knot alone".



ROLLSROCKY: UN NATALE GUSTOSO

RollsRocky per il Natale dei pet ha pensato di creare una linea di biscotti presentati nella veste natalizia. Si tratta di simpatici biscotti alla frutta o con i nuovi gusti alla cannella o alla vaniglia, che possono anche essere appesi all'albero di Natale per abbellirlo con qualcosa di gustoso. Allo stesso tempo l'elegante confezione a tema color oro li fa diventare il regalo perfetto per l'animale domestico.



DA AREA-DOG UN NATALE DA LECCARSI I BAFFI

Il Pan di Cane Mag-Dog firmato Area-Dog è stato realizzato anche in versione natalizia:



al tradizionale muffin 100% pet-friendly e naturale è stato aggiunto ancora più gusto e benessere. Bietola rossa e albicocche, alga spirulina e mirtillo, zucca e bacche di Goji sono gli abbinamenti pensati per sostenere l'organismo del pet con qualcosa di gustoso.

CROCI: UN PISOLINO CON BABBO NATALE

Per le feste natalizie Croci ha realizzato la cuccetta Xmas Santa Mouth. Un accessorio che permette ai cuccioli di rifugiarsi e riposare in una morbida cuccia a tema natalizio. Realizzata in tessuto super-soft, questo riparo a forma di piramide che raffigura il volto di Babbo Natale è adatto a gatti e cani di piccole dimensioni.



FARM COMPANY ASSICURA IL DIVERTIMENTO SOTTO L'ALBERO



Farm Company propone una vasta gamma di morbidi peluche per cani e gatti anche durante le feste natalizie. Da pinguini, bradipi, elefanti e unicorni in versione Babbo Natale, a casette e calze natalizie contenenti altri giochi in peluche. Tutti realizzati con attenzione a dettagli e cuciture, hanno inseriti sonori, materiali con consistenze diverse e parti staccabili.

ASPETTARE IL NATALE CON FERRIBIELLA



Per il Natale 2022 Ferribiella propone i suoi famosi "Ortolini" in edizione natalizia. Snack per cani a base

vegetale con minerali aggiunti e molto appetibili. Le ricette di sempre ai sapori dell'orto, da scoprire ogni giorno con il nuovo calendario dell'avvento. Sei gusti, cinque nuove forme adatte a cani di tutte le taglie per un regalo dai sapori naturali.

LE DOLCI SORPRESE HYGGE-DOG



Happy holidays for happy dogs è l'idea natalizia di Hygge-dog che propone una scatola di biscotti natalizi da tenere sotto l'albero. Dal design accurato in perfetta sintonia con le festività, questa proposta rappresenta un dolce regalo per i pet e un modo per rendere più ricco e bello l'albero di Natale.

DOLCE ATTESA CON LILY'S KITCHEN

Il calendario dell'avvento di Lily's Kitchen, disponibile sia per cani sia per gatti, nasconde dietro a ogni finestrella dei deliziosi biscottini cotti al forno e realizzati con ingredienti pregiati. È ideale per condividere ogni giorno di dicembre con il proprio pet il conto alla rovescia che ci separa dal Natale.



CANI FELICI CON PET VILLAGE

Soffici e morbidi all'esterno, i Kong Wild Knots sono al contempo internamente forti e resistenti.

Ideali per i cani grazie alla loro trama intrecciata, questi morbidi pupazzetti vantano anche una lunga durata grazie al corpo in peluche rinforzato.

Poco imbottiti per sporcare meno, i Kong Wild Knots stimolano il gioco con il loro divertente sonoro.



PUPAKIOTTI, QUESTIONE DI STILE

Per le feste natalizie Pupakiotti propone un elegante set è composto da una pettorina in pelle per cani, esclusivo modello ergonomico e regolabile, abbinato a guinzaglio e porta sacchetti coordinati. Qualità e Design 100% Made in Italy; la Pettorina ergonomica a forma bustier è in vera pelle con doppia regolazione e interno soft touch.



VITAKRAFT: UN GUSTOSO CALENDARIO

Per le prossime feste di Natale, Vitakraft ha realizzato un prodotto pensato proprio per gratificare i pet in attesa del 25 dicembre. Il calendario dell'Avvento è una speciale confezione con 24 finestrelle riempite

con una selezione dei migliori snack. Ogni finestrella rappresenta un giorno dall'1 al 24 dicembre e contiene un goloso premio. Novità di quest'anno: la versione per gatti.



UN NATALE DA... RECORD



Record presenta il nuovo catalogo natalizio 2022 con una selezione di prodotti per cani e gatti: giochi, cucce, abbigliamento e guinzagliera adatti a festeggiare il periodo. La grande novità di quest'anno è il calendario dell'avvento per cani con biscotti artigianali grain free, contenenti solo ingredienti naturali.

I NUOVI CANETTONI DI DOGGYEBAG

A "Il Canettone Classico" e "Gastronomico con Salmone" Doggyebag aggiunge un'altra novità: "Il Canettone Gastronomico con Prosciutto Cotto".

Realizzato con metodo artigianale e lievitato naturalmente nel laboratorio artigianale di pasticceria per cani Doggyebag, il nuovo Canettone è farcito con Prosciutto Cotto di alta qualità.

