

e antiparassitari Vendite ok oltre il lockdown

Complice l'emergenza sanitaria, il rapporto tra pet owner e animali domestici è diventato sempre più stretto con conseguente incremento della ricerca di prodotti dedicati alla loro salute. Un trend destinato a non fermarsi anche grazie a clienti sempre più attenti ed esigenti.

di Antonio Molinari

Se c'è stato un antidoto allo stress e alla paura causati dal Covid-19, questo è stato il rapporto sempre più stretto con gli animali domestici e l'attenzione rivolta dai proprietari al benessere e salute. L'emergenza sanitaria ha costretto l'Italia a un primo lockdown la scorsa primavera, cui è seguito il periodo di ritorno a una certa normalità in estate per piombare di nuovo nel dramma in autunno. Questi mesi, hanno portato a un cambiamento dei rapporti e dei legami famigliari; la casa è diventata sempre più luogo di sicurezza e affettività.

È in questo contesto ha trovato una nuova enfasi la relazione tra pet owner e animali domestici, conseguenza anche del ricorso sempre più diffuso allo smart working e al fatto che i proprietari hanno passato in media molte più ore nella propria abitazione. Ciò ha favorito una maggiore attenzione a tutto ciò che concerne la salute e il benessere del pet. Tralasciando il settore alimentare nel 2020 a livello di sell in le vendite no food si sono chiuse in sostanziale equilibrio con il 2019 (+0,4%), risultato ottenuto grazie alla crescita del 10,6% nell'ultimo trimestre con protagonista la GDO, seguita dai pet shop e dalle catene. Interessante il comportamento del segmento di antiparassitari e parafarmaci. Il 2020 è terminato con una flessione di vendite sell in del 12% causata, probabilmente, da un fattore determinante: il

ANNUNZIATA (FRONTLINE): "PANORAMA FAVOREVOLE PER L'INCREMENTO DEGLI ANTIPARASSITARI"

Stefania Annunziata, trade marketing manager di Boehringer Ingelheim Animal Health Italia



Quale trend riscontrate negli ultimi mesi per le vendite di antiparassitari e prodotti da parafarmacia?

«L'emergenza ha sicuramente favorito la crescita del mercato degli antiparassitari, una crescita a fasi alterne per i diversi canali distributivi. Durante il primo lockdown, infatti, i pet shop tradizionali e la farmacia hanno riscontrato un incremento importante, insieme all'online che ha avuto tassi di crescita esponenziali. Nel periodo estivo e nella seconda parte dell'anno scorso, invece, le catene e il mass-market hanno recuperato».

Vi aspettavate questo tipo di richiesta da parte del consumatore?

«Riscontriamo da parte dei pet owner una maggior attenzione alla salute e un contestuale incremento della quota di spesa media dei nuclei familiari a favore degli animali. E non soltanto: le ricerche ci dicono anche che negli ultimi mesi si è verificato un aumento della propensione all'adozione di cani e gatti. Dunque non vediamo solo proprietari più attenti ma anche nuovi proprietari che si avvicinano alla nostra categoria. Come Boehringer Ingelheim Animal Health siamo convinti che le vite degli animali e delle persone sono interconnesse in modi profondi e complessi, per questo fornendo valore attraverso l'innovazione, puntiamo a migliorare il benessere di entrambi».

Quali prodotti hanno maggior riscontro?

«In questo contesto è ancora più forte l'esigenza di contare su marchi affidabili e prodotti efficaci, non solo per la protezione del pet ma anche dell'abitazione. Nel caso di Boehringer Ingelheim, gestire un portafoglio di prodotti completo ha permesso di ottenere una buona risposta da parte di diversi segmenti di consumatori, ai quali abbiamo offerto soluzioni specifiche al bisogno di protezione nelle sue declinazioni. Inoltre, l'alternanza dei trend riscontrati nei diversi canali ha fatto emergere l'importanza di essere presenti a tutti i livelli della distribuzione».

Come vedete il futuro di questo segmento?

«La crescente attenzione alla salute animale e l'evoluzione dell'offerta ci prospettano importanti opportunità. Sappiamo che, dal punto di vista della protezione antiparassitaria, non tutti i pet owner trattano l'animale e che chi utilizza gli antiparassitari lo fa per solo quattro o cinque mesi l'anno. Vediamo, quindi, importanti possibilità di sviluppo sia della penetrazione sia della frequenza di trattamento».

ADVANTIX E SERESTO, LE SOLUZIONI DI ELANCO





Contro i principali parassiti esterni, Elanco offre soluzioni che permettono di rispondere alle esigenze specifiche di ciascun cliente. Advantix: spot on per cani (Imidacloprid Permetrina) ad ampio spettro protegge dai parassiti, dal rischio di leishmaniosi e dalle larve di pulce in casa grazie alla particolare azione sinergica dei suoi principi attivi. Seresto: pratico collare per cane e gatto (Imidacloprid Flumetrina) offre fino a 8 mesi di protezione contro pulci e zecche e dal rischio di leishmaniosi nel cane.

INNOVET: ARTICOLAZIONI SANE PER UNA VITA SEMPRE IN MOVIMENTO

Condrogen Energy di Innovet è indicato per la salute articolare di cuccioli di razze grandi/ giganti, di cani sportivi e adulti sottoposti a intenso carico articolare (ad esempio, cani in sovrappeso). Contiene Oxiforce complex, esclusiva associazione di sostanze naturali (SOD, superossido dismutasi e nucleotidi) che potenziano l'efficienza energetica dei muscoli e ottimizzano la stabilità articolare. Condrogen Energy rinforza anche il metabolismo cartilagineo grazie a condroitin solfato e glucosamina. Info in "Prodotti" di www. innovetit. Condrogen Energy e Oxiforce sono marchi registrati di Innovet Italia.



CANISHIELD, PROTEZIONE A LUNGO TERMINE





Canishield è il collare alla deltametrina che offre una protezione contro zecche, pulci e flebotomi. Il collare è facile da applicare e grazie al rilascio graduale dell'ingrediente attivo offre una protezione a lungo termine. Canishield raggiunge il 95% dell'efficacia a sette giorni dall'applicazione. Il collare è inodore e facile da applicare, sicuro da utilizzare su cani da sette settimane di età. Disponibile per cani di taglia piccola/media (48cm) e di taglia grande (65cm). In commercio il formato da un collare che quello da due collari (confezionati singolarmente).



primo lockdown ha costretto le persone a stare a casa privilegiando nettamente gli acquisti online che sono esplosi. L'ultimo trimestre dell'anno, però, ha registrato fortunatamente un'importante inversione di tendenza a livello di sell in: +24,5%. Un dato, questo, che si può spiegare con il ritorno a una certa normalità nella vita quotidiana che non ha registrato lockdown totali come in primavera, con la destagionalizzazione negli acquisti di antiparassitari ma anche con l'appeal sempre più crescente di prodotti quali i mangimi complementari.

VENDITE IN CRESCITA /

Al di là di questi dati, il business complessivo di antiparassitari e prodotti da parafarmacia si sta consolidando, visto il numero maggiore di animali che stanno rallegrando la vita nelle nostre case. Ma questo consolidamento non può ridursi solo a conseguenza di un mero dato quantitativo. È cresciuta qualitativamente nel tempo l'attenzione che i proprietari di cani e gatti rivolgono ai loro animali che sono trattati sempre più come membri della famiglia a tutti gli effetti e per i quali si ricerca il miglior benessere; questo tipo di attenzione si concretizza anche nella volontà di tenere i pet in modo sempre più sano e, nello stesso tempo, di mantenere la casa che li ospita ancora più pulita. Si spiega anche in questo modo la ricerca crescente di antiparassitari e prodotti da parafarmacia. Dichiara Stefania Annunziata, trade marketing manager di Boehringer Ingelheim: «La crescente importanza della relazione tra pet e pet parents, il ruolo rilevante dei pet all'interno delle famiglie

GRAMENZI (NBF LANES): "DIFFERENZIARE L'OFFERTA COMMERCIALE"

Alessandro Gramenzi, responsabile ricerca e sviluppo di NBF Lanes



Come viene gestita nei punti vendita la categoria dei parafarmaci in generale e dei mangimi complementari in particolare?

«Nel recente passato la categoria dei mangimi complementari per cani e gatti non ha ricevuto molta visibilità nel canale pet shop in quanto considerata vendibile solo su prescrizione medico-veterinaria e quindi destinata alle farmacie.

Nell'ultimo periodo, anche a causa del lockdown forzato, molti titolari di pet shop e catene hanno rivalutato la possibilità di differenziare la propria offerta commerciale con

mangimi complementari».

Che tipo di prospettive di sviluppo può avere questo segmento?

«Le prospettive saranno di continua crescita, a patto di prevedere una corretta informazione e formazione del mercato sia in termini di opportunità della categoria sia di caratteristiche di prodotto. Occorre aumentare il livello di conoscenza dei consumatori che troppo spesso attingono informazioni su canali alternativi poco attendibili».

Per un negoziante, quali sono i punti di forza di questi prodotti?

«I mangimi complementari possono essere utilizzati sempre, in qualsiasi stadio della vita dell'animale e soprattutto in particolari condizioni che necessitano di un'integrazione appropriata. Inoltre, si possono abbinare a qualsiasi strategia alimentare e sono utili sia in prevenzione che in caso di problematiche anche in abbinamento a trattamenti farmacologici».

Quali sono le strategie più efficaci per favorire le vendite?

«Oltre alla formazione, sarà opportuno chiarire il campo di utilizzo dei prodotti e in particolare dei mangimi complementari, i quali potranno essere consigliati non solo in qualità di razioni casalinghe ma anche in abbinamento a mangimi completi. Soprattutto in particolari condizioni dove è opportuno ricorrere a un'integrazione specifica. Altro aspetto è la visibilità e riconoscibilità dei prodotti, affidandosi sempre ad aziende serie che utilizzano alti standard qualitativi».

FRONTLINE: UNA GAMMA COMPLETA CONTRO I PARASSITI



Frontline offre una gamma di prodotti completa che permette di scegliere la soluzione migliore per il pet nelle varie fasi di vita. Tri-Act per cani ha una formula a tripla azione: elimina pulci e zecche entro sei ore; è repellente contro zanzare, pappataci, zecche e mosche cavalline; protegge dai parassiti esterni per quattro settimane. Combo per cani e gatti elimina pulci, zecche e pidocchi e inibisce la generazione di pulci dopo l'applicazione. A questi si aggiungono lo spot on e lo spray. Infine, Homeguard è un insetticida e acaricida per l'ambiente domestico. Tutti i prodotti hanno un'azione topica, cioè uccidono i parassiti per contatto.

CON VECTRA 3D DI CEVA, CANE PROTETTO, CASA PROTETTA

Vectra 3D è l'antiparassitario spot-on per cani a più ampio spettro, proposto da Ceva contro pulci, zecche, pappataci, zanzare, mosche. Grazie alla sua esclusiva formulazione, protegge il cane dalle punture dei parassiti e difende la casa da uova e larve di pulce per due mesi dopo l'applicazione. Entra in azione rapidamente ed è efficace contro i principali parassiti fino a un mese dall'applicazione. L'innovativa pipetta è studiata per un utilizzo agevole, in linea continua e contropelo dalla coda fino al collo, grazie alla punta arrotondata.



VITAKRAFT FIPROVIT SOLUZIONE SPOT-ON PER CANI



Vitakraft spot-on è la soluzione con Fipronil per il trattamento e la prevenzione delle infestazioni da pulci nei cani. La durata contro queste infestazioni è di cinque settimane. Il prodotto protegge i cani da nuove infestazioni da zecche dal 7° al 28° giorno dopo l'applicazione del prodotto. La linea spot-on di Vitakraft comprende tre prodotti per cani (a seconda della taglia) e uno per gatti. Della linea antiparassitari cani e gatti fanno parte anche i collari a base di Diazinone, lo shampoo a base di bioalletrina e lo spray con permetrina. Assortimento completo su vitakraft.it.



La parola al retail



"NOI NEGOZIANTI SIAMO CONSIDERATI ANCORA UN PUNTO DI RIFERIMENTO" Andrea Albanese, Cucciolandia – Quarrata (PT)

«Di antiparassitari obbiettivamente ne stiamo vendendo. Il problema, però, è che ormai internet con il meccanismo dell'e-commerce, ha conquistato la scena proponendo i nostri stessi prodotti ma a un prezzo più basso. Di conseguenza, ne vendiamo un po' meno degli anni scorsi, per lo meno nel nostro negozio. Per quanto riguarda i parafarmaci, devo dire che i clienti – prima di andare dal veterinario e farsi prescrivere una ricetta – vengono da noi. Siamo sempre un supporto importante per i consigli che possiamo dare, e questo è un nostro punto di forza. Rapporto con i fornitori? Registriamo un ritardo nella consegna, magari non tanto di parafarmaci o antiparassitari, quanto soprattutto per quanto riguarda il mangime e un po' tutti i prodotti di punta. Complessivamente, però, in questo anno di pandemia il nostro giro di affari è cresciuto; non ci possiamo lamentare grazie soprattutto alla clientela fidelizzata».

"MIGLIORARE IL DIALOGO CON I FORNITORI"

Valerio Tarpani, Chihuahua Pet - Frosinone

«Per quanto riguarda i prodotti antiparassitari da banco, non abbiamo riscontrato un particolare incremento nelle richieste negli ultimi mesi da parte della clientela; direi che è un segmento stabile rispetto a qualche anno fa. Non abbiamo avuto un'eccessiva concorrenza dall'e-commerce; qualcosa abbiamo perso, certo, ma il calo è stato contenuto. Non ci possiamo lamentare; stiamo reagendo bene e stiamo mantenendo i prezzi abituali. Il dialogo con le aziende potrebbe essere migliorato. Realtà come la nostra sono piccole gocce

stiamo mantenendo i prezzi abituali. Il dialogo con le aziende potrebbe essere migliorato. Realtà come la nostra sono piccole gocce nel mare; noi proviamo a farci ascoltare dai fornitori ma non è facile. Mi riferisco in particolare al tema dei prezzi che ci vengono proposti e non tanto alla fornitura dei prodotti per la quale non abbiamo riscontrato problemi».

"DIFFICILE LA CONCORRENZA CON L'E-COMMERCE" Margherita Simeoni, Perdincibracco Pet Shop – Bussolengo, (VR)

«Non ho riscontrato un incremento particolare di richiesta. Gli antiparassitari da aprile in poi registrano sempre un boom delle vendite, anche se iniziamo a notare un anticipo nell'acquisto: i clienti puntano ad avere a disposizione il prodotto prima del classico periodo primaverile. I proprietari stanno comunque maturando una maggiore attenzione al trattamento e alla cura dell'animale per tutto l'anno. Le vendite, quindi, ci sono anche in inverno tanto che possiamo parlare di destagionalizzazione degli antiparassitari. Purtroppo, come per molti colleghi, su questo segmento la concorrenza di internet è molto forte. È inevitabile; per quanto ci sforziamo di proporre subito il prodotto, pubblicizzarlo, fare campagne di sconti importanti e di confrontarci tra noi, lo shop online è imbattibile in tema di prezzi. Magari un cliente acquista un prodotto da noi e, se si trova bene, poi lo va a ricercare in rete a un costo più basso. Funziona bene il dialogo con i fornitori. Trovo che siano molto attenti; inviano il prodotto sempre più in anticipo, si premurano di farci avere spiegazioni e materiali pubblicitari per i clienti».

"IMPORTANTE LA FIDELIZZAZIONE DELLA CLIENTELA" Davide Miglionico - Pet's Garden, Matera

«Nell'ultimo anno abbiamo avuto un grosso aumento di vendite. I proprietari trattano i loro animali domestici come figli e li curano in tutto e per tutto con attenzione. Quello che richiedono in particolare è un tipo di prodotto che non sia troppo tossico per il cane o il gatto e che li protegga da tutto. Notiamo che si crea un rapporto di fiducia con il cliente che segue i nostri consigli; l'antiparassitario va spiegato e conosciuto bene. Grazie a questo tipo di dialogo, siamo riusciti anche a contenere la concorrenza dell'e-commerce. Per quanto riguarda il prodotto da parafarmacia, vengono ricercati soprattutto i cosiddetti integratori, in particolare per i cani di grossa taglia che, con il passare degli anni, tendono a cedere e hanno bisogno di essere rinforzati fin da quando sono cuccioli. Sono molto richiesti anche gli integratori che tengono lucido il pelo degli animali, altro esempio di una maggior cura delle loro esigenze».

italiane e la centralità dell'attenzione al cat benessere degli animali da compagnia del sono fattori che riconosciamo da tempo fer e che già delineavano un trend positivo per il settore e quindi anche per la nostra

categoria. Questo andamento, a seguito dell'emergenza Covid, non solo è stato confermato ma ha anche subito un'importante accelerazione, ponendo l'accento e sviluppando una sensibilità ancora maggiore sull'importanza della protezione dei pets, sia fuori casa sia nel contesto casalingo». Per quanto riguarda gli antiparassitari, un altro fenomeno che si sta osservando con continuità è appunto quello della destagio-

NIKI NATURAL DEFENCE DI CROCI, CONTRO GLI OSPITI SGRADITI

Niki Natural Defence è una linea completa per aiutare le difese naturali degli animali. Ingrediente principale è l'olio di Neem che,



grazie alle sue caratteristiche olfattive, crea un ambiente sfavorevole per eventuali sgraditi

ospiti. In particolare il collare impregnato di olio essenziale di Neem, può essere usato da solo o anche in sinergia con la lozione per pelo o le fiale spot-on. È un prodotto naturale che utilizza solo essenze e oli vegetali efficaci contro infestazioni di origine esterna e al contempo delicati con il mantello e la cute dell'animale.

LINEA PELÙ DI MUGUE PER LA CURA DELL'ANIMALE

Le spazzole Pelù rimuovono solo il pelo già staccato e lo lasciano delicatamente profumato e protetto grazie agli oli essenziali naturali. Pelù Pet Dog per cani è con olio di Argan e olio di Neem, conosciuto e utilizzato per le sue capacità antisettiche e antimicotiche. Pelù Zanzastop è ideale per la stagione estiva: grazie ai suoi oli essenziali vegetali (tra cui la Citronella) rilascia sul pelo una delicata e piacevole fragranza protettiva. La linea Pelù è consigliata anche dai veterinari e certificata in sicurezza ed efficacia in importanti centri universitari italiani.



TICKLESS, ANTIPARASSITARI AMICI DELL'AMBIENTE



Tickless è un dispositivo efficace contro pulci, zecche e acari, scientificamente dimostrato e adatto a tutta la famiglia. Grazie all'uso degli ultrasuoni allontana i parassiti senza l'uso di sostanze chimiche pericolose, è resistente agli schizzi d'acqua ed è innocuo sia per chi lo utilizza (uomo o animale), che per l'ambiente circostante. È di facile utilizzo e la sua lunga durata (6-12 mesi) lascia l'animale libero di correre senza problemi nella natura.



nalizzazione. Fino a qualche tempo fa la vendita era concentrata in primavera, tra aprile e maggio, quando zecche, zanzare e affini fanno la loro comparsa; oggi non è più così visto che il volume di vendite si sta implementando anche in altri momenti dell'anno perché i proprietari degli animali domestici vogliono essere pronti in anticipo e non farsi sorprendere dall'arrivo dei parassiti.

DAL PET SHOP ALLE CATENE /

Come si diceva prima, durante il lockdown di primavera ha avuto una crescita esponenziale il canale dell'e-commerce che si è imposto anche per i suoi prezzi molto competitivi. Da non trascurare, però, il ruolo svolto dai pet shop di prossimità. Anche se non tutti hanno potuto vantare fatturati in crescita grazie ad antiparassitari e parafarmaci, il negoziante specializzato è stato giustamente visto come la persona di fiducia e competente cui chiedere informazioni sui tipi di prodotti migliori e su come funzionano. Per questo i singoli negozi – pur avendo risentito dell'impatto e della concorrenza di Internet - hanno continuato a svolgere un ruolo importante. Inoltre, con il passare dei mesi e una volta archiviate le settimane di chiusura, sono aumentate molto anche le vendite nelle catene specializzate.

VITALITÀ DEL SETTORE ANTIPARASSITARIO /

Ma quello che si sta riscontrando in questi ultimi mesi è un vivace dinamismo nel

ZUIN (VIRBAC): "LEGAME TRA PROPRIETARIO E PET RAFFORZATO DURANTE LA PANDEMIA"

Marco Zuin, product manager companion animals di Virbac



Qual è stato l'andamento delle vendite di prodotti antiparassitari e da parafarmacia negli ultimi mesi? «L'emergenza sanitaria ha destabilizzato gli equilibri e l'andamento storico delle vendite. Il trend ha seguito le riaperture e ha sviluppato dinamiche uniche. Nelle vendite stiamo tornando alla normalità anche se siamo sempre attenti a come la situazione sanitaria possa limitare gli spostamenti e cambiare le dinamiche di vendita tra i negozi e grossisti».

Come vi siete rapportati ai vostri clienti?

«Dall'inizio dell'anno scorso abbiamo lavorato per aumentare il nostro peso nel mercato di pet shop e farmacie/parafarmacie. Nonostante le varie chiusure durante il 2020, siamo sempre stati al fianco dei nostri clienti per supportarli al meglio con materiali marketing sia fisici che digitali. I proprietari di cani e gatti sono diventati più attenti alla cura e alla salute dei pet in quanto membri della famiglia. Durante la pandemia si è rafforzato questo legame».

Quali obiettivi vi siete posti in questa fase?

«Il primo obiettivo è quello di lavorare su un'offerta commerciale interessante e sul far conoscere i nostri prodotti al pubblico attraverso varie attività di marketing. Il secondo obiettivo è mantenere la relazione con i nostri clienti fornendo formazione agli addetti alla vendita per far in modo che il nostro know-how venga trasferito ai proprietari di pet. Gli antiparassitari sono il comparto più importante e rappresentano il nostro biglietto da visita con i pet shop e le farmacie».

Come immagina il futuro di questo segmento?

«Puntiamo a crescere e conservare questo trend, anche se probabilmente si andrà verso una fase di stabilizzazione generale. Il nostro obiettivo è quello di aumentare i clienti con cui lavoriamo e ampliare il portfolio prodotti. La stagionalità degli antiparassitari traina le vendite e attira i clienti ma abbiamo molti prodotti del comparto parafarmaco che sono davvero interessanti».

DA CAMON LA PROPOSTA NATURALE PER L'ANIMALE E PER GLI AMBIENTI

Protection line è l'innovativa linea di Camon che offre protezione ad animali e ambienti domestici grazie all'azione



dell'olio di Neem, estratto naturale la cui attività ed efficacia sono state confermate da molti studi e rinomati enti di ricerca. Protection line comprende un'ampia gamma di prodotti, utilizzabili anche in sinergia tra loro, come il nuovo collare Leis Collar Maxi nella misura da 75 cm, unico nel mercato in queste dimensioni. Pensato per cani oltre i 30kg, Leis Collar Maxi contiene un'alta concentrazione di olio di Neem, offre un gradevole profumo di pompelmo e ha una durata di circa 2 mesi.

SCALIBOR, COLLARE ANTIPARASSITARIO PER CANI

Proteggere il proprio pet significa proteggere la propria famiglia e l'ambiente che ci circonda: per questo è importante consigliare le soluzioni adeguate. Come Scalibor, collare antiparassitario per cani che protegge dalla puntura del flebotomo per 12 mesi (riducendo il rischio di trasmissione della leishmaniosi), da zecche e zanzare per sei mesi e dalle pulci per quattro mesi. O anche Exspot spot-on per cani che protegge da pulci, zecche, pappataci, zanzare, pidocchi e mosche per quattro settimane e può essere utilizzato su cani a partire dalle due settimane di vita.





ANTIPARASSITARIO FIPREX DUO DI LIVISTO



Fiprex Duo dell'azienda Livisto è la soluzione Spot-on monopipetta contro pulci, zecche e pidocchi con azione acaricida disponibile

per gatti/furetti e per quattro taglie di cani, distribuito da Rinaldo Franco Spa. Con la combinazione dei principi attivi Fipronil e (S)-methoprene, Fiprex Duo elimina forme adulte di pulci, zecche, acari e pidocchi masticatori e agisce sugli stadi immaturi delle pulci di cui previene la moltiplicazione inibendo lo sviluppo delle uova, delle pupe e delle larve dopo l'applicazione sull'animale.

segmento degli antiparassitari. Un segnale, quindi, di grande vitalità del settore. Alle storiche aziende leader del mercato si sono aggiunti nuovi player che si sono proposti con prodotti innovativi che hanno accresciuto l'offerta per il cliente e che hanno trovato la loro vetrina naturale nel retail: il negoziante ha potuto così arricchire la propria gamma di prodotti e intensificare ancora maggiormente il dialogo con i pet owner, fidelizzandoli ancora di più.

Ma perché questo avvenga, è necessario che a monte sia proficuo il confronto – anche dialettico – e lo scambio di informazioni tra negozianti e aziende sulle caratteristiche dei prodotti e su come proporli alla clientela.

QUALE FUTURO? /

Tutti ci auguriamo che l'emergenza sanitaria passi il prima possibile o che si riesca quantomeno contenere il virus. Ma cosa accadrà al segmento di antiparassitari e prodotti da parafarmacia una volta vinto il Covid 19? Difficile fare previsioni in questo momento. Diciamo, però, che in questi mesi sono talmente cambiate le nostre abitudini e le attenzioni verso gli animali, che risulta difficile pensare che si possa andare verso un brusco ridimensionamento commerciale nella vendita di questi prodotti. Lo conferma anche Alessandro Gramenzi, responsabile ricerca e sviluppo di Nbf Lanes: «Sicuramente la situazione sanitaria che stiamo vivendo ha dato uno straordinario impulso alla vendita nel settore della salute

PANSERA (TICKLESS): "AUMENTO DELLA SENSIBILITÀ VERSO LE SOLUZIONE NON CHIMICHE"

Domenica Pansera, direttrice sanitaria di Veterinaria Tridentina



Quale trend riscontrate in questi ultimi mesi per la vendita di antiparassitari e prodotti da parafarmacia? «Il trend di vendita è rimasto coerente all'anno precedente, durante le ultime settimane vi è stata una ripresa del mercato, accompagnata dal mitigarsi delle temperature».

È cambiata la cura del pet owner erso gli animali domestici?

«La cura dell'animale passa anche attraverso l'acquisto dell'antiparassitario; durante questo ultimo anno in molti hanno vissuto a più stretto contatto con il proprio animale, ponendo

maggiore attenzione ai suoi bisogni/esigenze, come ad esempio l'eliminazione dei parassiti di cui l'animale può farsi vettore e portarlo direttamente in casa».

Quali prodotti stanno ottenendo maggior riscontro?

«Oltre alle classiche pipette e collari, un'attenzione maggiore si è focalizzata su prodotti di natura non chimica, come ad esempio i dispositivi ad ultrasuoni, e sui prodotti che proteggono anche la casa. Ciò deriva dal fatto che i piccoli amici animali vengono sempre di più considerati parte integrante della famiglia, e si tende a curarli come curiamo noi stessi, ovvero utilizzando sempre più prodotti naturali e completamente atossici, anche per l'ambiente».

La destagionalizzazione delle vendite sarà sempre più punto di forza questo segmento?

«Questo è un segmento che vedrà sempre una crescita. Soprattutto negli ultimi anni, abbiamo visto che la necessità della difesa dai parassiti non segue più la classica stagionalità primaverile/estiva, ma si estende durante tutto anno».

e il benessere animale, anche in virtù di una disponibilità di tempo maggiore che il consumatore ha dedicato alla sua informazione a riguardo. Proprio per questo assisteremo a una crescita costante anche quando questa fase terminerà in quanto un consumatore informato sarà sempre più attento al mercato e alle novità che questo potrà offrire per la salute e benessere del proprio pet».

ZOLUX, PIPETTE E COLLARI BARRIERA PER CANI E GATTI

I prodotti verdi rappresentano un'alternativa "senza insetticida" per proteggere l'animale dai parassiti (pulci, pidocchi, pappataci). Le pipette e i collari barriera Francodex sono formulati con estratti di piante dalle proprietà repellenti (Neem, Citronella e Lemongrass) e sono disponibili per cani e gatti dai cuccioli fino agli esemplari adulti, fornendo una soluzione su misura per le loro esigenze. Biocidi TP 19; leggere l'etichetta e le informazioni sul prodotto prima dell'uso.



NBF LANES, UN ESPOSITORE UNICO PER TRE AREE DI BENESSERE



Espositore unico di NBF Lanes dedicato all'area benessere degli animali per venire incontro alle esigenze dei clienti. Il

primo ripiano riguarda l'area benessere cutaneo con la possibilità di esporre quattro prodotti: Ribes Pet Ultra Shampoo dermatologico; Omega Pet; Ribes Pet e Ribes Pet Sollievo. Il secondo ripiano ospita l'area benessere digestivo con la proposta di Carobin Pet Digest granulare, Carobin Pet Ultra pasta e Carobin Pet Ultra, Microbiotal cane. Il terzo ripiano è dedicato invece all'area benessere articolare con l'esposizione di Artikrill Dol Cane, Artikrill Gatto e Perognidol gocce.

PREVENDOG, IL COLLARE ANTIPARASSITARIO VIRBAC PER CANI

Prevendog è il collare antiparassitario per cani di Virbac. A base di deltametrina, svolge un'efficace azione insetticida e acaricida a lunga durata. Grazie alla tecnologia produttiva "molding", il principio attivo viene rilasciato in maniera continua e costante, proteggendo per sei mesi il cane dalle punture di zanzare e per cinque da quelle di flebotomi; aiuta la prevenzione di malattie come la leishmaniosi e la dirofilariosi (i vermi del cuore). Nel caso di zecche la durata è di circa sei mesi e previene la reinfestazione grazie all'azione acaricida. Non usare nei gatti e sui cuccioli di meno di sette settimane.



