

Tappetini e sacchetti: i consumabili che fidelizzano

I tappetini igienici e i sacchetti per la raccolta delle deiezioni dei cani sono prodotti a elevata frequenza d'acquisto e ad alta rotazione per i quali la componente prezzo è molto importante. Per le loro caratteristiche permettono di fidelizzare il cliente, che torna spesso in negozio per comprarli. E con il giusto assortimento si proteggono i margini.

di Aldo Cattaneo

I tappetini igienici e i sacchetti per la raccolta delle deiezioni dei cani rappresentano un segmento di prodotto ad alta rotazione, elevata frequenza d'acquisto e dai grandi volumi che certamente non possono mancare all'interno dei pet shop. Questi articoli che vengono spesso definiti i "consumabili" del mondo pet care hanno dinamiche che rispondono a esigenze diverse e quindi seguono trend differenti e durante le varie fasi di lockdown degli ultimi due anni hanno registrato alcuni fenomeni particolari che poi si sono più o meno consolidati anche una volta ritornata la normalità. Per quanto riguarda i tappetini, nei primi mesi di pandemia c'era stata la corsa all'approvvigionamento per la paura di rimanere senza scorte in casa, fenomeno che aveva generato picchi di domanda anomala con qualche criticità per aziende e rivenditori, ma anche il successo delle maxi confezioni. Inoltre, parlando dei tappetini, con il progredire della pandemia era aumentata la domanda



di prodotti trattati con sostanze igienizzanti che promettevano di garantire una maggiore azione battericida. Un argomento di vendita che sembra rimanere valido anche ora che

la situazione sanitaria va normalizzandosi. Poi in un secondo momento, quando sono riprese le uscite con il cane, si è verificato un rallentamento delle vendite di tappetini e

La parola al retail



"DETERMINANTE IL PREZZO"

Federico Bertello - Lupus in Fabula Pet Shop, Torino

«La componente prezzo rappresenta il principale fattore di acquisto della nostra clientela per questo motivo sui tappetini igienici si prediligono i grandi formati e questi offriamo in negozio. Nonostante la componente prezzo sia molto importante vedo comunque una tendenza al riacquisto del prodotto della stessa marca a meno di promozioni o sconti particolari su altri prodotti. L'acquisto dei tappetini come dinamica segue un po' quella del cibo per i pet. In prossimità dell'esaurimento delle scorte in casa si fa un approvvigionamento presso il punto vendita. Per i sacchetti vale ancora di più il discorso sul prezzo i nostri clienti non vedono ancora l'importanza di spendere di più per un prodotto che ultimamente serve per raccogliere le deiezioni dei propri animali. Per questo motivo è per noi difficile spingere prodotti eco, ma anche brandizzati. L'acquisto dei sacchetti non è programmato ed è strategico il posizionamento vicino alla cassa che spinge l'acquisto di impulso».

"TAPPETINI: SI INIZIA CON I CUCCIOLI"

Oriana Cera - Pet IT, Roma

«Per quanto riguarda i tappetini non vedo particolari esigenze da parte dei clienti. Certamente chi ha dei cuccioli tende ad acquistarli più frequentemente per esigenze dettate dall'età dell'animale. La tendenza a fare scorta di questi prodotti è venuta meno con l'allentarsi del lockdown, infatti il formato più venduto è quello da 10 pezzi. Vedo una buona fedeltà alla marca e spesso si riacquistano quei prodotti con i quali ci si era trovati bene quando il pet era piccolo. Per quanto riguarda i sacchetti vedo che i miei clienti sono disposti a spendere di più per prodotti ecologici e riciclabili. Naturalmente i sacchetti vengono esposti vicino alla cassa perché rappresentano un acquisto di impulso. La concorrenza dell'online la sentiamo poco perché abbiamo una clientela di una certa età che preferisce sempre recarsi dal suo negozio di fiducia».

un incremento dei sacchetti per la raccolta. Oggi che la situazione si va normalizzando il mercato dei tappetini igienici e dei sacchetti si sta muovendo su alcuni trend già presenti nel periodo pre-pandemia come quella del fattore prezzo come principale argomento di vendita, oppure sul loro utilizzo come prodotto civetta per aumentare la pedonabilità nel punto vendita e alla creazione di un giusto mix assortimentale per rispondere alle esigenze di diversi tipi di clientela e aiutare la marginalità. Mentre, come eredita degli ultimi due anni, il comparto si è trovato una maggiore domanda di tappetini con agenti anti batterici, una consolidata richiesta di maxi confezioni e più in generale un aumento dell'offerta di prodotti eco friendly che rispondono alla crescente sensibilità del consumatore su questi temi, ma anche ai nuovi obblighi di legge.

SI INIZIA CON I CUCCIOLI /

Le traversine da pavimento per cani sono un prodotto sempre più diffuso il cui primo acquisto avviene in particolare quando in casa arriva un cucciolo che naturalmente nei primi mesi difficilmente viene portato fuori e che deve essere educato a fare i propri bisogni in casa nel luogo scelto dal padrone.

È possibile affermare che per i cuccioli di cane il tappetino svolge esattamente il ruolo della lettiera per i gatti, ma con una soluzione usa e getta. Oltre che per i cuccioli spesso questo prodotto viene utilizzato per i cani di piccola taglia o per quelli anziani la cui permanenza in casa in certi casi è più lunga rispetto a quelli di taglia più grande o più giovani, soprattutto nel periodo invernale e nei giorni di pioggia. L'accento ai cuccioli come primo target di questi prodotti per l'igiene è tutt'altro che secondario. È infatti in questa fase che un consumatore può fidelizzarsi a un brand ed eventualmente a una tipologia di tappetino. In caso di soddisfazione nei primi mesi di vita, il consumatore tende infatti a riacquistare lo stesso articolo anche nelle fasi successive. Ma non solo. Per il negoziante, la vendita ricorrente delle traversine assorbenti a chi ha appena acquistato un cucciolo diventa un momento prezioso per entrare in contatto con il cliente, suggerire le modalità per accogliere l'animale in casa, fornire consigli preziosi e rimanere aggiornato sulla crescita e il cambiamento delle esigenze dell'animale ed eventualmente suggerire l'acquisto di altri prodotti.

IL FATTORE PREZZO /

Il prezzo rappresenta il criterio di scelta principale per i tappetini. Per questo motivo il cliente finale tende a prediligere le confezioni scorta, che consentono di ridurre ulteriormente il costo unitario dei prodotti e di attenuare la frequenza di acquisto. Anche per i pet shop il multipack è un formato vantaggioso, in quanto permette ai rivenditori di offrire al pubblico finale una maggiore convenienza, senza tuttavia portarlo necessariamente ad acquistare articoli di primo prezzo, dove la marginalità risulta ancora più compressa.

COSTANTINI (PET VILLAGE): "UN GIUSTO MIX PER SALVARE I MARGINI"

Alessandro Costantini, direttore commerciale di Pet Village



Quali sono le caratteristiche di questo segmento di mercato?

«Stiamo parlando di un prodotto di consumo, anzi uno dei consumabili per eccellenza della categoria igiene. Il loro utilizzo infatti è sempre più frequente e diffuso perché risponde a delle esigenze chiave nei possessori di animali domestici. L'utilizzo di questi prodotti si avvicina sempre di più a quello della lettiera per gatti, anzi in alcuni casi la sostituisce o integra, in particolare per i cani di piccola taglia che sono più a contatto con i proprietari e sono ormai completamente integrati nella famiglia. In particolare i tappetini sono la soluzione ideale per chi acquista dei cuccioli, soprattutto nel periodo di svezzamento, ed è uno dei prodotti base nell'educazione del cucciolo. Il loro utilizzo continua durante tutta la vita del cane, soprattutto nelle situazioni nelle quali è difficile o impossibile riuscire a portare fuori il cane, ad esempio di notte oppure se si lascia l'animale solo in casa anche per poco tempo».

Si può parlare di evoluzione "tecnologica" di questi prodotti?

«La funzione chiave ricercata dal consumatore è l'assorbimento, il prodotto deve funzionare e deve essere pratico da utilizzare, è il classico prodotto in cui non ci si accontenta di una prestazione inferiore alle aspettative minime di base. Tuttavia dato il suo utilizzo quotidiano il fattore prezzo gioca spesso un ruolo importante nella scelta del prodotto e rende più difficile fidelizzare il consumatore ad una marca. In Pet Village abbiamo cercato di differenziare l'offerta e rendere riconoscibili i prodotti agli occhi dei rivenditori e dei consumatori proponendo idee nuove e a più alto contenuto di servizio contribuendo a sviluppare il mercato e ad attrarre nuovi consumatori. Nella categoria dei tappetini ad esempio abbiamo introdotto prodotti ai Fiori di Campo, alla Clorexidina e ai Carboni Attivi, colorati e con specifiche caratteristiche antibatteriche».

Quindi il fattore prezzo è discriminante?

«Il fattore prezzo è importante per il consumatore ed anche per il negoziante. Si tratta di prodotti ad altissima rotazione che rappresentano anche una voce di spesa quotidiana per le famiglie proprietarie di pet. In tal senso va inquadrata la tendenza a ricercare confezioni di grandi dimensioni e formati risparmio spesso oggetto di attività promozionali sia nel canale retail che nel canale online, trattandosi di prodotti di largo consumo la ricerca di convenienza è ormai una costante nel comportamento d'acquisto».

I sacchetti per la raccolta delle deiezioni sono un prodotto ancora più particolare...

«I sacchetti igienici sono anch'essi un prodotto ad alta rotazione e dall'utilizzo sempre più diffuso. Per la delicata funzione che svolgono la qualità e la garanzia di prestazioni tecniche adeguate sono imprescindibili per un consumatore attento. Nonostante si tratti di un prodotto di base il basso costo unitario lo rende soggetto anche ad un acquisto di impulso, in tal senso elementi differenzianti come il colore o il disegno possono determinare la scelta e diventare un elemento di fidelizzazione alla marca. Anche in questa categoria vale la tendenza ad acquisto di confezioni multipack mentre va evidenziata la costante crescita di prodotti ecologici e green».

La categoria dei tappetini e dei consumabili, infatti, non ha margini elevati, ma rappresenta comunque una merceologia strategica in quanto favorisce un rapporto continuativo tra retailer e pet owner e porta questi ultimi a tornare con frequenza nel punto vendita. Il segmento tuttavia sta risentendo dei problemi di approvvigionamento dal far east, dove si registra un forte aumento dei costi di spedizione e della logistica, dinamiche che si ripercuotono sul prezzo finale. Quindi anche in questo segmento del mondo pet care è importante per i retailer offrire un giusto mix di offerta per rispondere alle esigenze di diversi target di clientela e assicurarsi anche il giusto mix di margini.

DIFFERENZIARE I PRODOTTI /

Fra le principali caratteristiche richieste dal consumatore finale per i tappetini, ci sono la capacità di assorbimento, un efficace sistema di fissaggio del tappeto al pavimento e l'eliminazione degli odori (anche se si registra una domanda consistente anche delle versioni neutre). Ma la leva principale è un ottimo rapporto qualità prezzo. L'offerta a scaffale si differenzia in parte con la scelta di alcuni fornitori di proporre modelli colorati e con disegni, che a volte possono orientare la vendita attirando il cliente con una grafica di maggiore impatto. Oltre a questo, per rispondere alla crescente sensibilità ambientale, alcune aziende produttrici

hanno introdotto materiali bio ed ecologici, mentre altre puntano su soluzioni lavabili e riutilizzabili. Inoltre per far fronte alle difficoltà di approvvigionamento dal Far East e per garantire una maggiore qualità dell'offerta, sono in aumento i made in Italy. Uno dei trend vincenti emerso durante la pandemia è quello dei tappetini trattati con sostanze igienizzanti e antibatteriche che potrebbe essere un argomento spendibile anche quando la situazione sanitaria si sarà normalizzata. Pur offrendo un prodotto con una funzione basilare e il rivenditore può allestire un'offerta che risponde anche alle nicchie di consumatori e salvaguardare così anche i margini.

LA COMPETIZIONE TRA I CANALI /

L'alta rotazione, l'importanza del fattore prezzo e il successo delle confezioni "maxi" per quanto riguarda i tappetini sembrerebbero renderli ideali per la GDO, luoghi dove si va a fare la spesa con il carrello e dove la promozionalità è una delle leve più usate per catturare la clientela. In realtà seppur questi canali stiano sempre di più conquistando le preferenze della clientela per l'acquisto delle traversine igieniche, i pet shop tradizionali e di prossimità hanno la possibilità di allestire esposizioni di tappetini assorbenti meglio assortite rispetto a quelle dei supermercati che spesso si concentrano su altre categorie di prodotto per il pet come il food o altra accessoristica. Inoltre la maggiore prossimità degli store tradizionali permette ai consumatori in caso di urgenza di approvvigionarsi di questi prodotti in tempi relativamente più brevi e in modo più facile in un negozio sotto casa. Anche le vendite online di questa categoria stanno crescendo aiutate da alcuni fattori. Innanzitutto in rete è possibile trovare il prodotto più economico in modo relativamente semplice. In secondo luogo, ordinando grandi quantitativi è possibile azzerare le spese di spedizione. E infine le ingombranti confezioni risparmio di traversine assorbenti vengono consegnate direttamente a casa.

SACCHETTI: PLASTICA ADDIO /

A differenza dei tappetini, i sacchetti per le deiezioni sono normalmente posizionati in prossimità della cassa e seguono la logica dell'acquisto di impulso. Anche in questo caso è indispensabile che i prodotti assolvano in modo completo e senza imprevisti la loro funzione quindi un certo livello di qualità è richiesta. Ad oggi si vendono ancora sacchetti di plastica, ma il recepimento di una direttiva europea, la Direttiva Single Use Plastics, ha equiparato i sacchetti per i cani a quelli della spesa vietando di fatto la vendita dei prodotti di plastica a favore di quelli biodegradabili e compostabili. I rivenditori potranno vendere i vecchi sacchetti che hanno in magazzino, ma non

AVONTO (FERRIBIELLA): "LA QUALITÀ VIENE PREMIATA"

Genny Avonto, creative director di Ferribiella



Quali sono le dinamiche di questo particolare segmento del mercato dei prodotti pet care?

«Queste categorie rappresentano i "consumabili" del settore pet: alta rotazione, volumi importanti, frequenza d'acquisto e attenzione al rapporto qualità prezzo. La fidelizzazione del consumatore avviene facendo in modo che i prodotti assolvano la loro funzione in modo ottimale ad un prezzo ragionevole. In particolare per i tappetini, visto l'utilizzo frequente, vengono spesso preferite le confezioni maxi che permettono di avere in casa sempre una buona scorta ed una convenienza sul prezzo di acquisto».

Ma esistono caratteristiche che i clienti apprezzano in modo particolare?

«Da ormai oltre 6 anni abbiamo introdotto i tappetini con clorexidina, innovati ulteriormente quest'anno con l'aggiunta di un anti batterico per garantire una maggiore igiene in casa. Una scelta che è stata particolarmente premiata, soprattutto durante la pandemia, ma che sta mantenendo elevati volumi di vendita nonostante il prezzo più elevato. Pertanto se i prodotti riescono ad intercettare e a rispondere a delle esigenze specifiche del consumatore, il prezzo può diventare secondario. L'importante è avere una gamma completa come dimensioni, capacità di assorbimento e quantità proprio per rispondere ad ogni tipo di richiesta».

Quali sono i vantaggi nel trattare questa tipologia di prodotti sia per i produttori sia per i rivenditori?

«Certamente la frequenza d'acquisto e l'alta rotazione sono aspetti importanti sia per i retailer che per noi. La possibilità di fidelizzare il cliente ai propri prodotti ed al proprio brand sono elementi condivisi».

L'utilizzo di materiali bio ed ecologici può essere un argomento spendibile?

«Sui tappetini ho qualche perplessità, qualcuno ha proposto dei prodotti lavabili e riutilizzabili, indubbiamente ecologici, ma con una gestione igienica complessa e poco pratica. Credo che la scelta di un prodotto di qualità sia quella più ecologica: un tappetino con caratteristiche di assorbimento elevate e un buon sistema di eliminazione degli odori può avere una vita media più lunga e generare meno rifiuti».

Quale marginalità possono garantire questi prodotti?

«L'aumento dei costi di trasporto ha inciso sul prezzo finale di tutti i prodotti e quindi anche per i tappetini. Come azienda, volendo mantenere un posizionamento competitivo, la marginalità è stata ridotta. I tappetini rappresentano prodotti civetta che vengono promozionati proprio per attirare i consumatori all'interno degli store, questo fa parte delle strategie commerciali di aziende ed insegne».

Mentre i sacchetti per la raccolta delle deiezioni rispondono ad altre logiche...

«Questi prodotti sono caratterizzati dall'acquisto di impulso. Vedo comunque una crescente attenzione verso i materiali biologici ed eco-compatibili».

La parola al retail



"DISCRETA FIDELIZZAZIONE ALLA MARCA"

Emanuela Pagliacci - Urban Dog, Bologna

«I consumatori, per quanto riguarda i tappetini, tendono a pianificare gli acquisti e a farsi delle scorte in casa, ma non a livello di quello che era successo durante il lockdown. Per questo motivo la nostra proposta si focalizza su confezioni da almeno 50 pezzi. I prodotti devono avere una buona capacità di assorbimento, essere fissabili al pavimento e possibilmente eliminare i cattivi odori. I brand vengono scelti sia perché il prodotto ha soddisfatto le aspettative sia per una certa fedeltà alla marca. Abbiamo una clientela che non mette il prezzo come primo criterio di scelta per cui riusciamo a vendere anche i sacchetti compostabili che hanno un prezzo medio più elevato. I sacchetti sono più soggetti ad un acquisto di impulso per questo motivo è strategico esporli in prossimità della cassa».

Irresistibilmente buoni!



**NUOVI
GUSTI**



Scopri i biscotti alla frutta RollsRocky

Non solo buoni, ma anche sani! Leggeri, facilmente digeribili e super gustosi, i biscotti alla frutta RollsRocky sono perfetti come alimento complementare fuori dai pasti o come premio. Disponibili in tanti gusti diversi: kiwi, frutti di bosco, ananas, mela, banana e melograno.

oltre. Questa novità legislativa andrà comunicata al consumatore finale così come i plus offerti dai materiali con cui vengono realizzati i sacchetti ecologici di nuova generazione. In questo senso il packaging svolgerà un ruolo fondamentale nell'informare e aiutare la scelta e l'acquisto dei sacchetti normalmente esposti a libero servizio. In ogni caso, che siano tappetini igienici oppure sacchetti per la raccolta degli escrementi dei cani, ci troviamo di fronte a prodotti con un'elevata frequenza di acquisto che porta i clienti a visitare più spesso i punti vendita, allora è importante che i rivenditori sfruttino questo fattore a loro favore cercando di intercettare e rispondere a delle esigenze specifiche del consumatore quando entra in negozio. 

DA CAMON LA SOLUZIONE LAVABILE E RIUTILIZZABILE



Qualità produttiva Made in Italy, forte potere assorbente e attenzione eco-friendly: tutto questo è offerto dai tappetini lavabili di Camon che,

grazie al loro multistrato, trattengono efficacemente i liquidi contribuendo a controllarne gli odori. Dotati di fondo impermeabile per una maggiore protezione, essendo riutilizzabili rappresentano una valida e sostenibile alternativa ai tappetini usa e getta. Lavabili sia a mano che in lavatrice, si asciugano rapidamente e sono pratici anche da inserire nei trasportini durante i viaggi in auto.

MATARRESE (EASYPÙ): "UNA RISPOSTA ALLA MAGGIORE SENSIBILITÀ AMBIENTALE"

Annamaria Matarrese, Ceo & Founder di Easypù



Easypù ha preso una direzione ben chiara nel mercato dei sacchetti igienici per cani. In quale contesto si inserisce la vostra offerta?

«Fino a qualche anno sui sacchetti non si prestava molta attenzione né ai materiali né ad altri aspetti oltre il prezzo e la funzionalità. Ma la nuova sensibilità ambientale un po' alla volta sta introducendo nuovi argomenti di acquisto. In questo nuovo scenario nasce Easypù che vuole proporre un prodotto che nel suo piccolo risponda alla nuova e sempre crescente sensibilità ambientale con la creazione di un sacchetto igienico per cani 100% compostabile realizzato con

materiali di prima qualità, ecocompatibili e che rappresenta una valida alternativa all'offerta attuale di sacchetti di plastica che ormai sono fuori legge».

Ci pieghi meglio...

«Lo scorso 14 gennaio è entrata in vigore in Italia la "Direttiva europea (UE) 2019/904 del Parlamento europeo e del Consiglio del 5 giugno 2019 sulla riduzione dell'incidenza di determinati prodotti di plastica sull'ambiente", la cosiddetta Direttiva SUP (Single Use Plastics). Di conseguenza, nel nostro Paese diventa vietata la commercializzazione di prodotti monouso in plastica tra cui anche i predetti sacchetti igienici per cani in plastica. Il divieto non riguarda solo la produzione e l'utilizzo dei manufatti, ma anche la vendita stessa da parte di supermercati e negozi, con sanzioni fino a 25.000 euro».

Un brand come può comunicare dei contenuti innovativi su prodotti così "umili"?

«Essendo dei prodotti normalmente esposti a libero servizio il packaging e la comunicazione in store sono importanti. Per questo abbiamo realizzato espositori e confezioni che permettono di comunicare e spiegare l'unicità dei nostri prodotti. La nostra è una scommessa fatta forse in anticipo sui tempi che però ci sta già dando riscontri positivi».

Ma questa sensibilità ecologica, soprattutto sui sacchetti, è veramente diffusa?

«Vedo che su questi temi c'è una maggiore sensibilità nel Nord Italia, mentre come spesso accade al Sud il prezzo rimane un fattore dominante. Ma credo che l'obbligo di legge e la crescente sensibilità sui temi ambientali rappresenteranno due fattori di crescita per la nostra azienda e per i nostri prodotti».

CIAM, SOSTENIBILITÀ PROFUMATA

Earth Rated realizza prodotti per la raccolta delle deiezioni dei cani avendo a cuore la sostenibilità in ogni sua forma. Il distributore con 15 sacchetti biodegradabili con fragranza alla lavanda è dotato di un comodo gancio sul retro dove è possibile appendere i sacchetti utilizzati. I sacchetti biodegradabili si deteriorano entro un anno, sono facili da aprire, super spessi e super resistenti. Tutti i materiali dei sacchetti



sono riciclati e a loro volta riciclabili nuovamente. La fragranza alla lavanda proviene da oli essenziali naturali.

CROCI PUNTA SUL BIO

I sacchetti eco compostabili e biodegradabili di Croci sono realizzati con sola fibra vegetale extra resistente. I nuovi sacchetti rispettano l'ambiente decomponendosi in soli 90 giorni, senza lasciare residui tossici o microplastiche. I tappetini igienici Super Nappy



sono realizzati con oltre l'80% di materiali biodegradabili. I Super Nappy sono composti da uno strato di tessuto non tessuto, uno strato di carta, uno di polpa vegetale, un secondo strato di carta e uno di pellicola di fibre vegetali che assorbe rapidamente.

FERRIBIELLA, ASSORBENZA ANTIBATTERICA

Nella nuova formula aggiornata di Assorbello Ferribiella nella versione Ultra con Clorexidina, top della gamma, oltre al disinfettante è stato aggiunto anche un utile antibatterico. Con polimeri super assorbenti, sistema anti-odore e strisce adesive, i tappetini Assorbello Ferribiella si posizionano nella fascia alta dell'offerta del mercato. Disponibili in formato 40x60cm, 60x60cm, 60x90cm e 90x120cm.





Ricetta Caratteristica della Famiglia Rocchetta, Cuore Emiliano!

*Biscotti buoni e genuini
prodotti in tanti gusti,
per cani di tutte le taglie.*



 *Produzione Artigianale*

 *con Farina Integrale*  *Cotti al Forno*



DUE ERRE di Rocchetta Alessandro e C. snc
Via Pradazzo 1/d - 40012 Calderara di Reno (BO) ITALY
Tel. +39 051/6466149 - Fax +39 051/6467654 - info@booby.it



Interzoo 2022 Hall 7A Stand: 7A-110

FOLLOW US

www.booby.it

 Booby

 biscottibooby

EASYPÙ È IL SACCHETTO CON IL BREVETTO



Easypù è il sacchetto igienico per cani 100% compostabile. Grazie alla chiusura ergonomica brevettata one-pull è possibile serrare il sacchetto con

una sola mano. L'altro principale vantaggio di questo prodotto innovativo è certamente la tutela dell'ambiente; gli Easypù, infatti, sono realizzati con materiali di prima qualità, ecocompatibili e certificati in base allo standard europeo EN13432 del 2002 del CEN (European Committee for Standardization), che sostituiscono definitivamente i vecchi sacchetti in plastica senza chiusura.

FARM COMPANY PRESENTA IL SACCHETTO CHE PIACE ALL'AMBIENTE

Farm Company lancia tre nuove referenze di sacchetti igienici compostabili e biodegradabili realizzati con materiali a base vegetale. I prodotti hanno un delicato profumo di lavanda e sono disponibili in confezioni da 4x15 rotoli e in espositore da banco a rotolo singolo da 50 pezzi. Il dispenser per i sacchetti igienici è realizzato in fibra di paglia e contiene un rotolo da 15 sacchetti compostabili.



SACCHETTI PLASTIC FREE CON BIOSAVE

I rotolini di sacchetti igienici compostabili BioSave sono certificati biodegradabili e compostabili secondo le ultime norme internazionali a tema ambientale. Utilizzandoli si rispetta la natura in più modi: tutta la carta è certificata FSC nel rispetto delle foreste e gli altri materiali sono compostabili Ok Compost; i rotolini BioSave sono totalmente plastic free.



RECORD AMPLIA LA GAMMA ASSORBIPIÙ

È arrivata la versione ecosostenibile dei tappetini AssorbiPiù Record: biodegradabili per oltre l'80%, con base impermeabile 100% di origine vegetale, mantengono il loro potere di trattenere i liquidi grazie ai polimeri assorbenti. Sottili ed efficaci, con superficie trapuntata, per evitare che l'interno si sposti una volta bagnato, e adesivi agli angoli per tenere il tappetino in posizione. Disponibili in pack da 10 tappetini nei formati 60x60 cm e 60x90 cm. La confezione è biodegradabile, realizzata con materie prime di origine vegetale.



ELANCO CATTURA I CATTIVI ODORI

I tappetini Sano e Bello da Elanco sono Made in Italy e composti da materiali di alta qualità. I polimeri assorbenti a contatto con il liquido si trasformano in gel mantenendo la superficie asciutta e catturando i cattivi odori; grazie agli appositi adesivi possono essere fissati al pavimento. Disponibili nei negozi specializzati in due pratici formati (60x60 e 60x90) in confezione da 10 o nel multipack da 30 pezzi.



ZOLUX PROTEGGE IL PAVIMENTO

I distributori di sacchetti di Zolux hanno un design originale e colorato e sono facili da utilizzare. Il sistema di apertura permette di erogare i sacchetti singolarmente e la pratica chiusura a bottoni permette di fissare il distributore ovunque. Le ricariche sono disponibili e vendute in confezione da 2 ricariche da 20 sacchetti. I tappetini ultra-assorbenti sono ideali per i cuccioli. Trattengono l'umidità grazie agli alveoli assorbenti, lasciando la superficie del tappeto asciutta per dare maggiore comfort all'animale. Le barriere anti-fuga per proteggere il pavimento.



LAVIOSA TRA CLOREXIDINA E CARBONI ATTIVI

ARYA, brand italiano del gruppo Laviosa, offre un'ampia gamma di prodotti dedicati all'igiene e al benessere, fra cui una linea di tappetini igienici di alta qualità, con polimeri controlla-odori super assorbenti. Disponibili nei formati 60x60cm e 60x90cm, in pratiche confezioni da 10 pezzi neutri, con clorexidina o con carboni attivi e in versione Multipack da 40 pezzi neutri o con carboni attivi.



VITAKRAFT È ECO FRIENDLY, DAL DISPENSER AL SACCHETTO

Vitakraft propone il nuovo dispenser ecologico prodotto con paglia di frumento. Ha un design semplice e morbido, è disponibile in tre colorazioni e misura solo 4x10 cm. Può essere facilmente tenuto in tasca, in borsetta oppure, grazie al pratico moschettone, essere agganciato alla cintura, allo zaino o direttamente al guinzaglio. All'interno sono presenti i sacchetti in amido di mais, completamente biodegradabili. Il pack è realizzato con il 100% di carta riciclata per un prodotto veramente eco friendly.



CON PET VILLAGE È TUTTO SOTTO CONTROLLO

Il tappetino assorbente Inodorina con polimeri odor control ha uno strato superiore in pura cellulosa vergine che permette il massimo assorbimento ed una migliore dispersione del liquido, mentre i polimeri odor control impediscono la formazione dei cattivi odori. Lo strato inferiore impermeabile evita qualsiasi fuoriuscita. Inodorina Training è ideale per addestrare il cucciolo ad uno spazio specifico per i bisogni; per trasportare in auto il proprio pet; come sotto ciotola; come fondo per cucce e trasportini.

