



FORMATI E APPEAL SCELTE NON SECONDARIE

Alcune lettiere sono prodotti piuttosto pesanti, quelle tradizionali in particolare, e abbastanza ingombranti. Ma quali sono le preferenze dei consumer italiani in tal senso? Il Rapporto Assalco 2019 dice quanto segue: il 72% in valore degli acquisti è stato generato dalle confezioni da 5 a 8 kg; il 25,1% dai sacchi "salvaspazio" fino a 5 kg; le confezioni dagli 8 kg in su hanno assorbito la quota valore rimanente. Tutti i formati, comunque, hanno beneficiato della crescita del segmento registrata nel 2018. Ma non è soltanto il peso o la tipologia a contribuire al successo di una lettiera. Altri fattori rilevanti riguardano sia il canale di vendita sia la visibilità e la "leggibilità" del prodotto. Nei lunghi e dispersivi corridoi della GDO, dove la vendita delle lettiere è molto forte, potrebbe essere più efficace restringere l'offerta per evitare un sovraffollamento e il conseguente "overkill visivo" per il consumatore, limitandola ai prodotti di fascia bassa e media. Nei pet store, dove gli spazi sono minori, un'esposizione molto selezionata e fuori scaffale potrebbe avere più appeal, magari accompagnata dalla possibilità di vedere e toccare fisicamente la lettiera, soprattutto se di nuova generazione. È un articolo che è più probabile trovi acquirenti tra gli shopper che preferiscono il retail specializzato, differenziando gli acquisti per i loro pet dalla spesa familiare: sono tendenzialmente più esigenti, più informati e più disponibili a cogliere il valore delle proposte high profile. Infine, per i prodotti innovativi è decisivo che il packaging sia green e con informazioni chiave di immediata, convincente e facile lettura, così da motivare il consumatore a un cambio di rotta verso l'alto di gamma.



Spesso le corsie della GDO sono molto disperse e una sovrabbondanza di prodotti porta facilmente a difficoltà di riconoscimento da parte del consumatore.

Il mercato mondiale Buona crescita dal 2018 al 2025

Un'analisi del mercato globale delle lettiere per gatti pubblicata di recente da Qy Research indica un valore complessivo di 3,9 miliardi di dollari nel 2018, con previsioni di crescita a 5,38 miliardi nel 2025, a un tasso annuo composto del 4,1%: un indice sicuramente interessante. Sempre a livello globale, il report individua attualmente nella GDO il canale preponderante di vendita per circa i tre quarti dei prodotti, assegnando il rimanente a pet store (catene e privati). Il peso dell'e-commerce, però, non è stimato, anche se ne è ovviamente prevista la crescita sempre più forte, come un po' in tutti i settori.



Soffice, profumata e cattura-liquidi

In anteprima da Giuntini, ItalianWay Soft & Natural, lettiera a base vegetale che si ispira alla struttura di legno e mais, combinandola alle proprietà di limone, spezie, oli essenziali e Zeolite, roccia a struttura cristallina che intrappola i liquidi e mantiene il supporto asciutto e soffice. Perfetto connubio tra natura e ricerca per un prodotto innovativo, in grado di far sparire velocemente i bisogni del gatto e dire addio a odori sgradevoli tracce residue. Smaltibile nel WC. Info: italianwaypet.it



Biodegradabili con orzo, neem, cellulosa e lieviti

Le lettiere Oasy sono biodegradabili al 100%, vengono prodotte in Italia e sono state formulate per minimizzare l'impatto ambientale e garantire il massimo controllo degli odori. Sono disponibili in due referenze: a base di Orzo e Neem, una sostanza completamente naturale con proprietà antiparassitarie, e a base di Cellulosa pura e lieviti naturali attivi, che aiutano ad eliminare gli odori. Info: oasy.com



Fibre vegetali assorbenti e agglomeranti

Natura è l'esclusiva lettiera per gatti di Winnerplus, composta da speciali fibre vegetali naturali, senza profumo, altamente assorbenti e agglomeranti. Il principio attivo naturale inibisce il cattivo odore e la sua composizione, senza silicio e senza polveri, non lascia residui sui pavimenti. Completamente biodegradabile, si smaltisce nel WC o nel compostaggio. Info: winnerplus.eu

