



## GARDEN

Il Pet nei garden center

# Un canale sempre più importante



I garden center sono il canale distributivo preferito dalle aziende del settore Pet perché sono molto frequentati e consentono l'esposizione di una vasta gamma di prodotti

I numeri relativi alla distribuzione dei prodotti Pet nei garden center sono in costante crescita: le aziende del settore aumentano il numero dei prodotti esposti nei centri giardinaggio che consentono loro di mettere in mostra la loro offerta completa e in spazi espressamente dedicati. A tu per tu con le aziende e i loro protagonisti nelle interviste che seguono per capire i motivi dell'investimento sempre maggiore dei garden center come canale distributivo:

### DORADO-EXCLUSION

"I canali di distribuzione che utilizziamo per la vendita dei nostri prodotti sono diversi: tra questi rientrano a pieno titolo anche i garden center. Le nostre linee sono tutte presenti nei punti vendita, indubbiamente quella più richiesta è l'Exclusion diet. Questo canale distributivo, per il quale il nostro investimento è in crescita, è importante per noi perché i garden center sono molto frequentati e il personale è preparato sull'argomento. I nostri prodotti sono distribuiti anche attraverso i negozi pet specializzati indipendenti e i garden center per il 90 %, il rimanente 10% è veicolato dalle catene del settore".



### GIMBORN ITALIA

"Gimborn Italia distribuisce su tutto il territorio nazionale soprattutto attraverso una forte presenza sui petshop, ma anche i garden center rappresentano punti vendita importanti, anche grazie agli ampi spazi espositivi a disposizione che la metratura media dei negozi specializzati non consente. Gimborn è inoltre attiva anche in GDO, con un catalogo più snello ma molto interessante. Per quanto riguarda il canale Garden, Gimborn ha da sempre puntato su di esso in combinazione con gli altri, e ad oggi la scommessa sta continuando a portare buoni frutti. "Nel canale garden i prodotti più performanti per la nostra Azienda sono: nel segmento cane e gatto in primis le lettiere Biokat's (una vasta gamma di lettiere in bentonite per venire incontro a tutte le possibili esigenze dei consumatori), i giochi, i tappetini assorbenti Pupi Più e gli snack, a marchio GimCat (per gatto) e GimDog (per cane), di cui offriamo un vasto assortimento. Nel segmento roditori e conigli le nostre lettiere, i fieni e gli snack a marchio Gimbi".



### GIUNTINI

“Gli alimenti secchi, gli snack e i biscotti prodotti da Giuntini (con i brand Giuntini e con il marchio privato dell’insegna) sono prevalentemente distribuiti nel canale GDO, ma sono presenti anche nel canale specializzato e in quello tradizionale. L’obiettivo è incrementare la presenza anche nei garden, nei pet shop e nelle catene e cercare di presidiare al meglio tutti i canali. La novità Giuntini 2017 è Italian Way, la nuova linea di alimenti secchi superpremium per cane e gatto. Si tratta di alimenti secchi specifici per taglia, età e stile di vita, oltre che indicati per i pet con intolleranze: grain free o gluten free. Tutti gli alimenti della linea Italian Way sono privi di coloranti artificiali, senza OGM, cruelty free. Con oltre il 40% di carne (pollo e riso, anatra, tacchino) e più del 30% di pesce (salmone e ainghe), Italian Way è prodotta con materie prime fresche e disidratate e con i migliori ingredienti della tradizione mediterranea: olio di rosmarino (antiossidante naturale), olio di oliva (ricco di acidi grassi insaturi); pomodoro (contro i radicali liberi), olio di origano (con proprietà antisettiche), aglio in polvere, (per il sistema circolatorio). Italian Way è un’esclusiva Giuntini, secondo La Ricetta della Vita, frutto della collaborazione con il Dipartimento di Medicina Veterinaria dell’Università degli Studi di Perugia. Per la distribuzione della nuova linea sono stati selezionati punti vendita che puntano all’alta qualità degli alimenti per cani e gatti e il cui target è attento alla qualità degli ingredienti del petfood, alle esigenze alimentari dei pet e quindi alla loro salute e al loro benessere. In generale le nostre quote di distribuzione sono le seguenti: 73% GDO; 4% canale specializzato; 20% Agrarie; 3% altro e tradizionale”.



Mauro Landini



Sabrina Di Marco



### MA-FRA

“In generale per la distribuzione della nuova linea “Pet Line” sono stati selezionati punti vendita che puntano all’alta qualità dei prodotti e si rivolgono a un target attento alla salute e al benessere degli animali. Il target dei Garden Center è di sicuro interesse per la nostra azienda. Chi ha un giardino ha spesso un pet che vive sia all’aperto sia in casa e per questo è più probabile che necessitino di una pulizia più frequente. I nostri Shampoo sono indicati a questo scopo. Il Garden center è di certo il format ideale anche per le nostre esigenze di esposizione dei detersivi per auto e per i detersivi per la casa entrambe le linee di prodotti possono soddisfare le esigenze di igiene e pulizia di chi ha un pet”.



## GARDEN

### Il Pet nei garden center

Laura Morando

#### MORANDO

"Mornado è presente in tutti i segmenti del mercato pet food con una gamma di alimenti completi per cani e gatti sia nel canale grocery (supermercati, ipermercati, negozi al dettaglio) che nel canale specializzato (petshop, garden center, agrarie e brico) con un ampio portafoglio di brand. Migliorcane e Migliorgatto, Migliorcane "I Preferiti", Migliorcane Unico e Migliorgatto UNICO sono i brand per la grande distribuzione. Nei principali Garden Center italiani che trattano anche pet food, Morando è oggi presente con le linee esclusive per il canale specializzato:

Migliorcane Professional, Migliorgatto Professional (Linea Premium) e Miocane e Miogatto (Linea Super Premium). Il canale specializzato comprensivo dei Garden Center è un canale che negli ultimi anni ha vissuto un grande sviluppo e su cui l'azienda Morando vuole continuare a investire. Per i Garden Center il pet è un reparto relativamente nuovo e certamente interessante. È lo spazio naturale in cui trovare alimenti per cani e gatti e anche accessori per chi ha una casa con giardino e possiede degli animali. Inoltre le grandi superfici dei Garden Center, se ben gestite, possono dare un'offerta completa. Negli ultimi anni i Garden hanno fatto un salto anche di qualità. L'azienda Morando distribuisce i propri prodotti per il 60% nel canale grocery, il restante 40% è equamente distribuito tra canale specializzato e export".

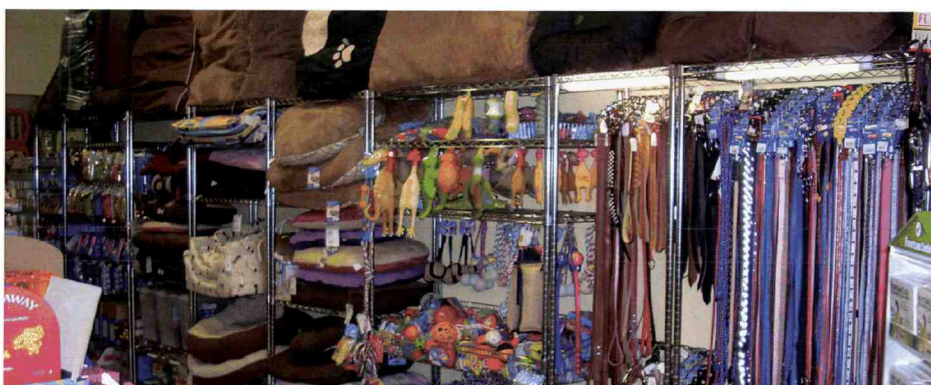


Nicola Lionani

#### PURINA

"Per soddisfare le crescenti esigenze dei proprietari di pet, siamo presenti in tutti i principali canali distributivi dalla GDO ai negozi specializzati, con un'ampia offerta di prodotti. Entrando nel particolare del canale garden center, come riportato dal Rapporto Assalco 2015, la distribuzione nei Garden, nei Brico Center e nelle Agrarie, a livello di totale mercato, è pari al 10%, rispettivamente 3,4% per i primi due e 6,6% per le seconde. In questo canale distribuiamo principalmente prodotti per i pet che trascorrono la maggior parte del tempo all'esterno, in modo da garantire apporti calorici e proteici adatti alla vita fuori dalle mura domestiche, nonché la giusta protezione per il pelo e la pelle, maggiormente esposti alle variazioni climatiche. Ne sono esempi Purina® PRO PLAN® MEDIUM ADULT OPTIDERMA, che fornisce una speciale combinazione di nutrienti

specifici per contribuire ad una pelle sana e ad un bel pelo del cane adulto, e TONUS® DOG CHOW Active, che, grazie agli alti livelli di proteine, grassi e antiossidanti, rifornisce le riserve di energia dei cani durante i periodi di attività. Per noi di Purina è fondamentale riuscire a soddisfare i bisogni di tutti i diversi profili di shopper: oggi, grazie all'ampiezza e alla profondità del nostro portafoglio di marchi e prodotti sviluppati negli anni attraverso attività di ricerca, siamo in grado di rispondere alle numerose richieste dei proprietari (da chi vuole il meglio della nutrizione con specifici benefici funzionali per il proprio pet, a chi privilegia gusto e varietà nelle ricette, senza dimenticare chi ricerca convenienza economica unita alla sicurezza di dare al proprio pet un alimento completo e bilanciato) e la multicanalità è la chiave per farlo. In questo senso, è vitale distribuire anche attraverso i Garden Center, che sono maggiormente frequentati da chi ricerca prodotti che possano da un lato offrire una certa convenienza economica e dall'altro la corretta alimentazione per un pet che passa le ore principali della giornata all'aperto".



## GARDEN

### Il Pet nei garden center

#### ROYAL CANIN ITALIA

"Il garden center è un fondamentale canale di vendita per Royal Canin grazie alla sua capacità di offrire ai proprietari di cani e gatti un'ampiezza di gamma interessante e una forte specializzazione in termini di servizio fornito. Il nostro obiettivo è quello di offrire ai proprietari di cani e gatti il massimo del nostro portafoglio assortimentale al fine di soddisfare al meglio le specifiche esigenze nutrizionali dei loro pet e fornire loro un'alimentazione su misura e di alta qualità. Nei garden center è quindi possibile rendere disponibile al consumatore finale l'intera offerta Royal Canin. I garden center sono importanti partner per Royal Canin, pertanto il nostro investimento in questo canale distributivo si conferma stabile nel tempo. I proprietari di cani e gatti infatti sono sempre più consapevoli dell'importanza di offrire al proprio pet un'alimentazione industriale di alta qualità, con materie prime selezionate e soprattutto in grado di rispondere adeguatamente alle specifiche esigenze nutrizionali del proprio animale. I punti vendita che mettono a disposizione questo tipo di offerta di valore sono quindi fondamentali per la nostra strategia. Gli alimenti Royal Canin vengono distribuiti nei punti vendita specializzati che possono garantire un'ampiezza e una profondità di assortimento di rilievo, oltre che un alto livello di consulenza e servizio per i proprietari di cani e gatti, fondamentali per far comprendere la specificità e la qualità dei nostri alimenti".

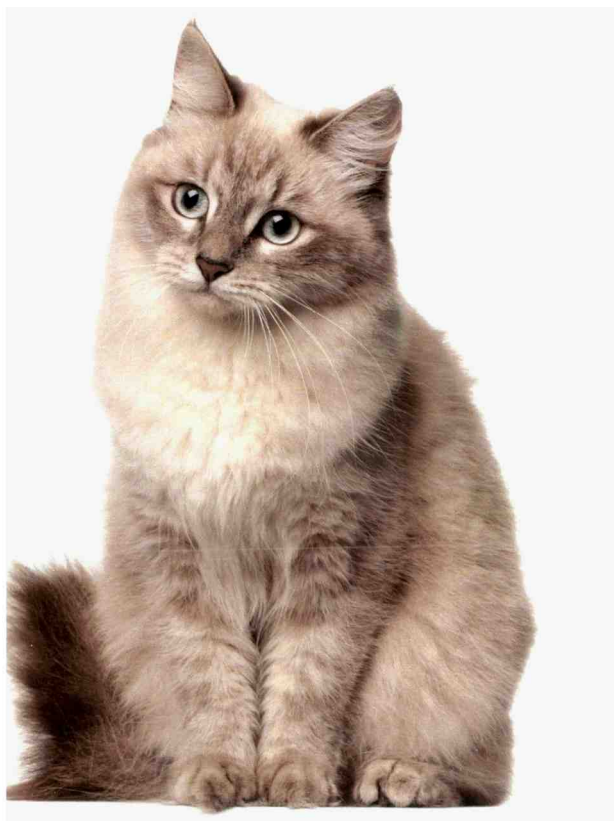


Carlo Giacobbe



### NUTRIX PIÙ

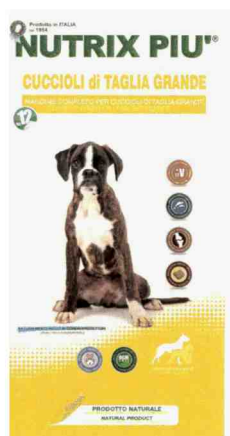
L'azienda NUTRIX PIU' è nata nel 1954 ad opera del Dr. Armelio Cristalli, veterinario dedito all'alimentazione animale e ha sviluppato un alimento per cani frutto di sperimentazioni dirette nel canile della fabbrica con l'ausilio di un attrezzatissimo laboratorio di analisi interno che consente anche uno scrupoloso e costante controllo delle materie prime e dei cibi ottenuti. La produzione di mangime per cani, iniziata soprattutto per passione nell'anno 1960, è diventata dal 1973 l'obiettivo principale dello sviluppo dell'azienda. E ci sono voluti altri 8 anni di ricerche e lo sviluppo di numerosi impianti sperimentali per arrivare al moderno procedimento industriale che permette a NUTRIX PIU' di utilizzare al massimo i progressi della scienza e della tecnica. Le acquisite capacità tecnologiche, unite alle eccezionali ed esclusive conoscenze in campo nutrizionale hanno consentito negli anni '90 alla NUTRIX PIU' di essere l'Azienda con il prodotto più venduto nel mercato Italiano. Alcuni nostri prodotti, come l'alta energia per cani da lavoro, hanno fatto la storia della cinofilia professionale italiana ed, ancora oggi, la NUTRIX PIU' è l'unica produttrice in Europa di un efficacissimo prodotto specifico per le fattrici in gravidanza e allattamento. Ogni prodotto viene sperimentato per lunghi anni prima di essere messo in commercio, garantendo così al consumatore l'ottimale totale copertura dei fabbisogni nutrizionali dei soggetti ai quali è destinato. Altra caratteristica basilare della politica dell'Azienda NUTRIX PIU' è assicurare il contenimento dei prezzi per l'utilizzatore finale, fornendo prodotti che si caratterizzano per l'elevatissima qualità ai vertici assoluti del mercato europeo, ad un prezzo moderato, contraddistinguendosi per essere l'unica Azienda che, garantendo la massima digeribilità e assimilabilità, consente costi accettabili per chi utilizza il mangime come alimentazione esclusiva. Altre Aziende sono entrate negli anni '90 e 2000 nel settore dell'Alimentazione dei cani e dei gatti fiutando un ottimo business od anche solo per controbilanciare il calo costante del settore zootecnico, con una grande attenzione alle belle confezioni ed al marketing evoluto, ma solo la NUTRIX PIU', la prima azienda in Italia a produrre mangime per cani ed attenta sperimentatrice per anni di ogni singolo prodotto, fa parte a pieno titolo della storia Italiana della nutrizione.



### TRA I PRODOTTI PIÙ INNOVATIVI DELLA STORICA AZIENDA:

#### NUTRIX PIU' CUCCIOLI DI TAGLIA GRANDE KG 12

Naturalmente ricco in CONDROPROTETTORI è l'alimento ideale per completare la crescita del Tuo Cucciolo di Taglia Grande. Attentamente studiato nella sua composizione apporta al cucciolo tutti i nutrienti per una crescita armoniosa tra l'apparato muscolare e quello scheletrico. Senza conservanti, né aromi, né coloranti ideale per le Taglie Grandi (oltre i 30 kg di peso da adulto) dai 5 ai 15/18 mesi di età del cane.



#### NUTRIX PIU' GATTO ST KG 1.5

Formulato espressamente per fornire al Tuo Gatto le sostanze di cui ha maggior bisogno preservandolo dalle complicazioni che alimenti non specifici possono provocare all'organismo dei soggetti sterilizzati. Naturalmente ricco in TAURINA, senza aromi, senza coloranti né conservanti è l'alimento ideale per tutti quei soggetti "delicati" e raffinati che apprezzeranno il reale gusto dato dalle pregiatissime materie prime: Aringhe da Pesce Intero oltre il 46%.

