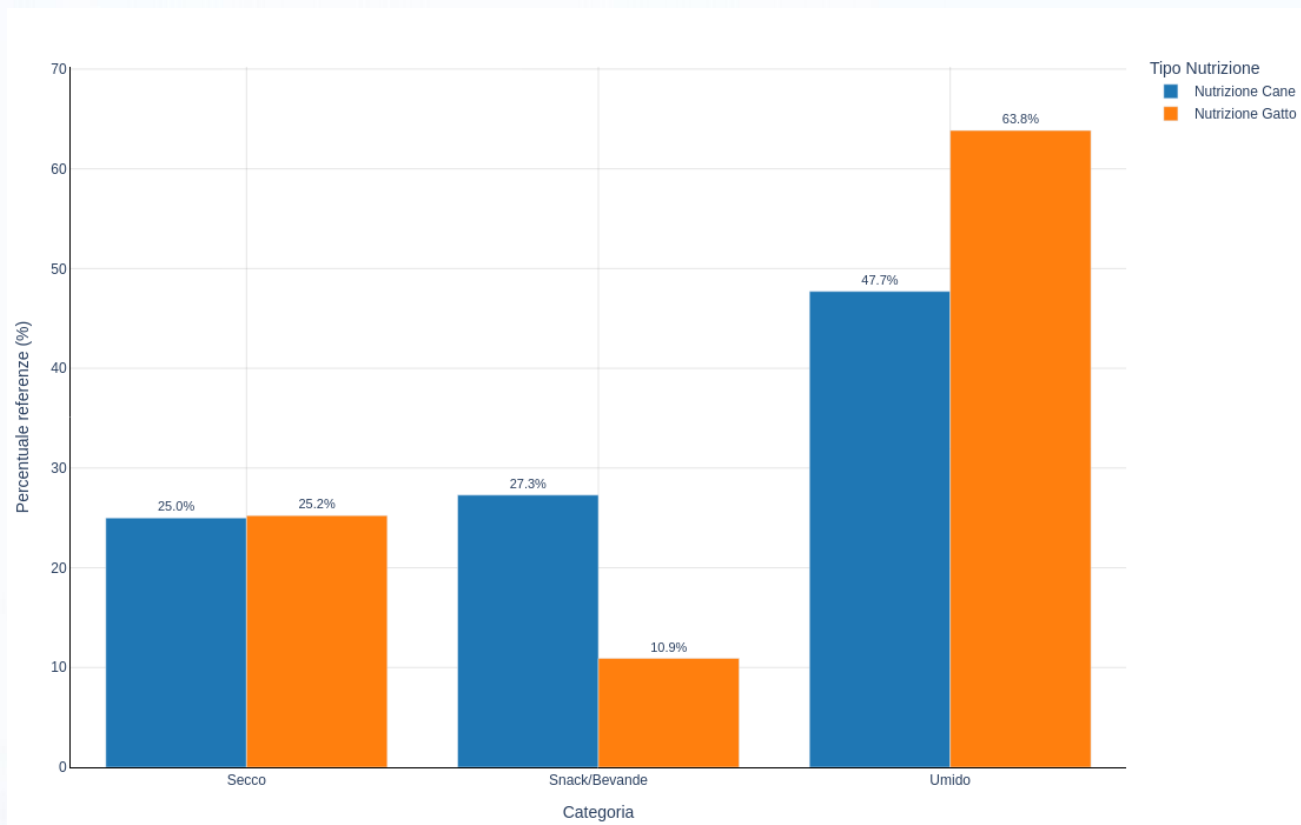


# GDO e Pet Food: chi guida davvero la crescita?



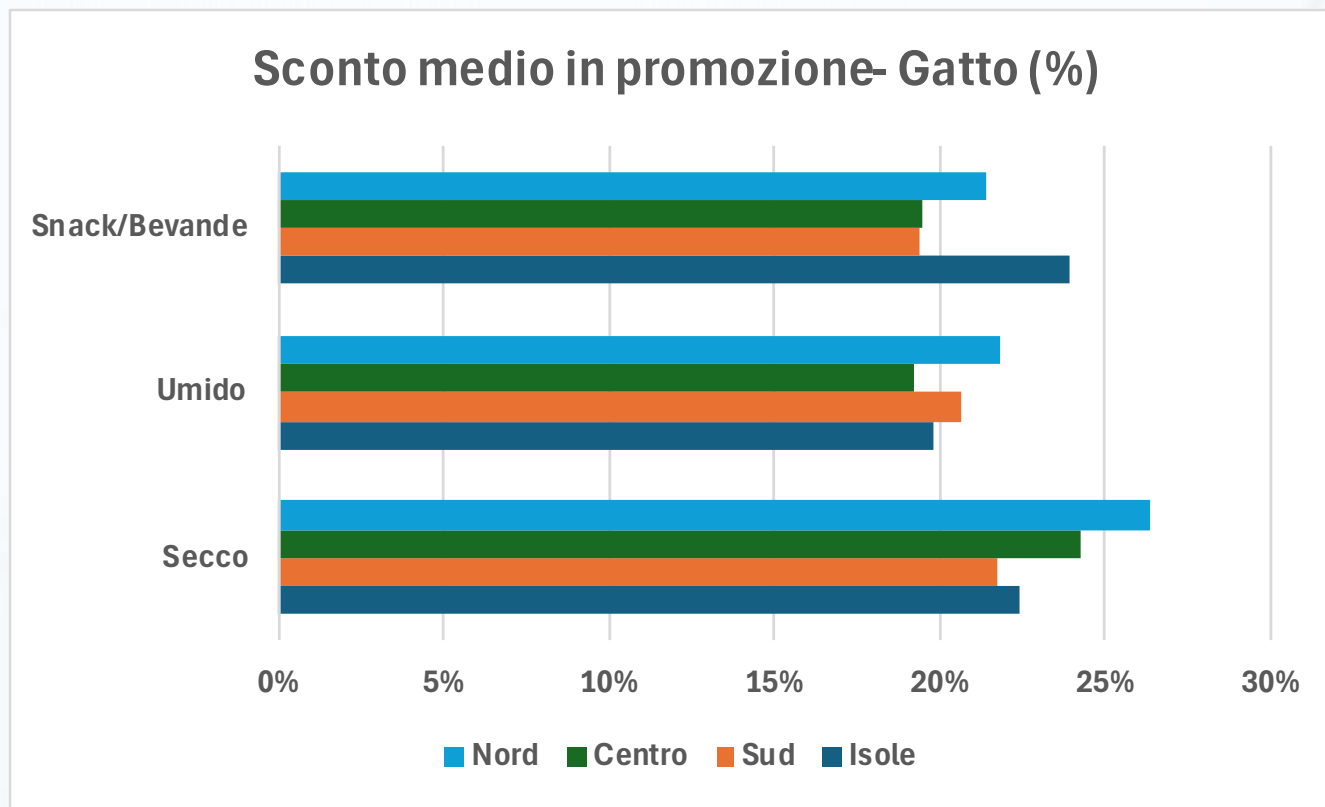


**L'umido** rappresenta oltre il **60% dell'assortimento gatto a scaffale**, contro meno del 50% nel cane. **Gli snack**, al contrario, **pesano quasi il triplo nella nutrizione cane**.



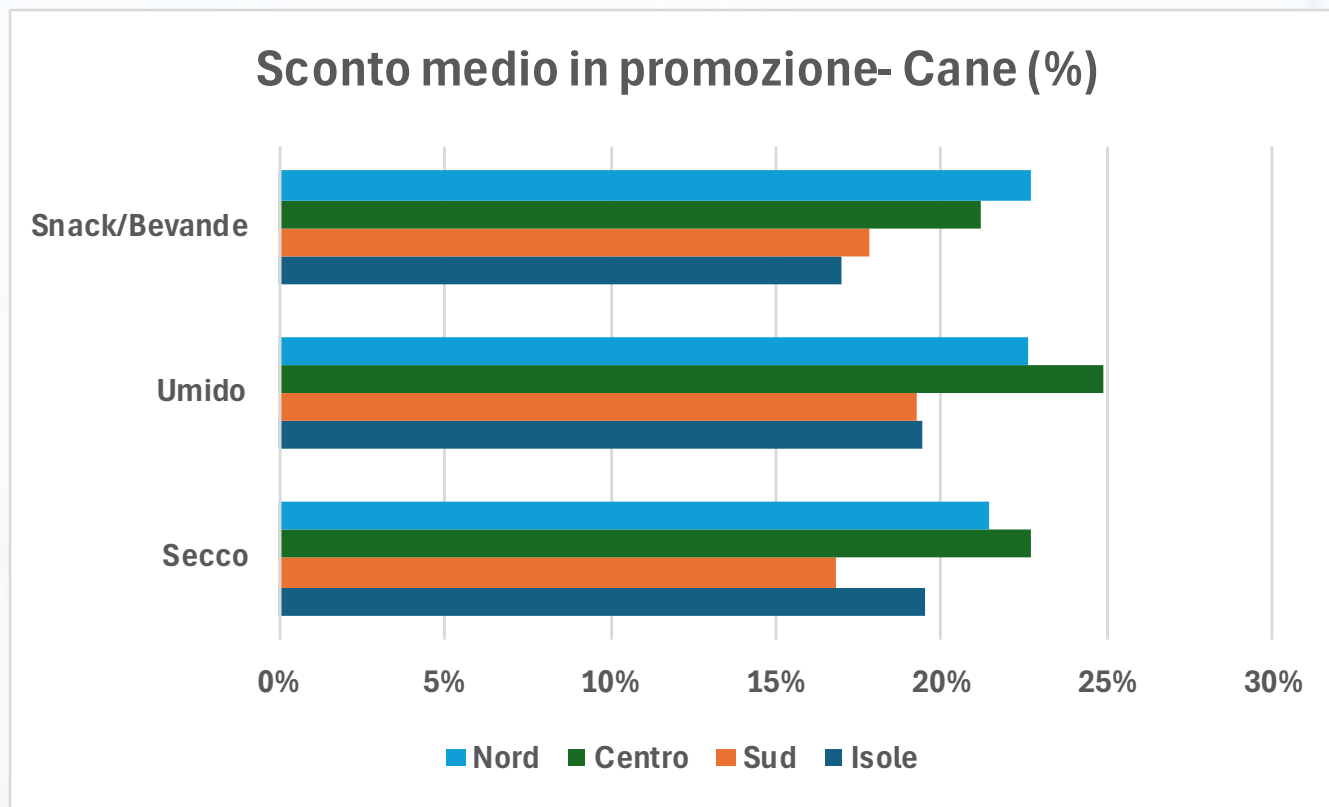
Il diverso **mix assortimentale** riflette **logiche d'uso opposte**: la **nutrizione gatto** è dominata da frequenze di consumo e **formati monoporzione**, mentre **il cane** apre spazi di valorizzazione sulla leva **snack e trattamenti funzionali**.

Nel **secco gatto**, le promo attive mostrano uno **sconto medio superiore al 25%** **nel Nord e nelle Isole**: è il segmento dove si concentra la pressione competitiva più forte.



→ In un contesto di **inflazione e polarizzazione dell'offerta**, la profondità dello sconto diventa **leva per difendere rotazioni su fasce premium**, ma **rischia di comprimere i margini se non bilanciata** da un presidio selettivo dell'assortimento.

Nell'**umido cane**, gli sconti promozionali raggiungono quasi il 25% al Centro e al Nord, con **dinamiche più aggressive rispetto agli altri formati**.



→ Le promozioni sul cane si concentrano su **prodotti core e ad alta rotazione**, ma l'intensità limitata al Sud e alle Isole suggerisce **spazi per ottimizzare la pressione promo in aree meno mature o sensibili al prezzo**.

# Implicazioni **Strategiche**

- Le logiche assortimentali tra cane e gatto rispondono a bisogni distinti: **la costruzione dell'offerta deve riflettere pattern di consumo, propensione alla spesa e ruolo del formato.**
- **La pressione promozionale è più elevata nei segmenti premium ad alta rotazione:** è cruciale bilanciare profondità dello sconto e sostenibilità dei margini.
- **Le differenze territoriali impattano su pricing e strategia promo:** occorre adattare la leva commerciale a contesti locali per ottimizzare sell-out e fedeltà.

## Cane

Sviluppare valore attraverso prodotti funzionali, snack ad alto engagement e formati secchi coerenti con la domanda di convenienza e scorta.

## Gatto

Presidiare con attenzione la pressione competitiva su umido e snack; puntare su varietà, packaging e pricing mix per sostenere margini e rotazioni.

**Vuoi approfondire l'analisi o ricevere il dataset completo?**



Contattaci su [info@prefe.it](mailto:info@prefe.it)