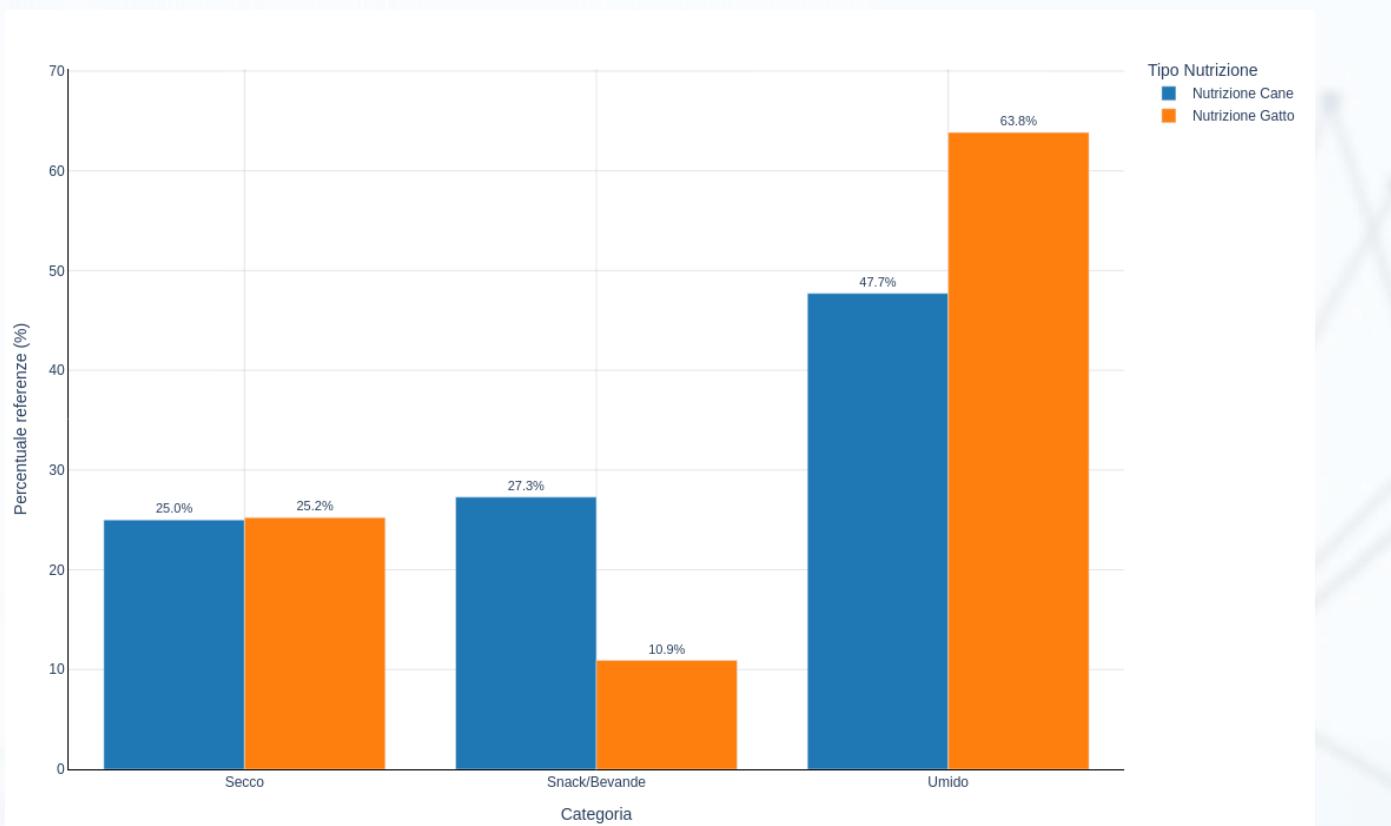


GDO e Pet Food: chi guida davvero la crescita?



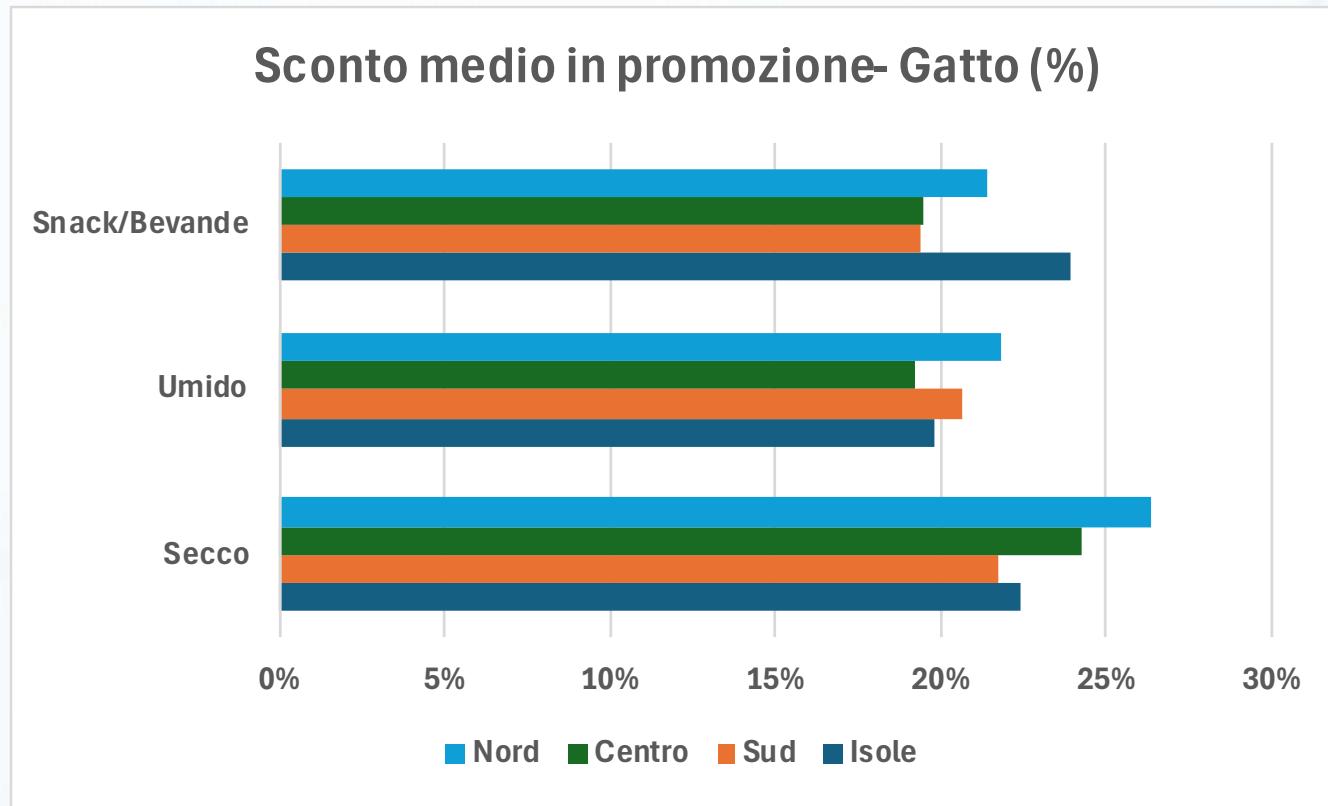


L'umido rappresenta oltre il 60% dell'assortimento gatto a scaffale, contro meno del 50% nel cane. Gli snack, al contrario, pesano quasi il triplo nella nutrizione cane.



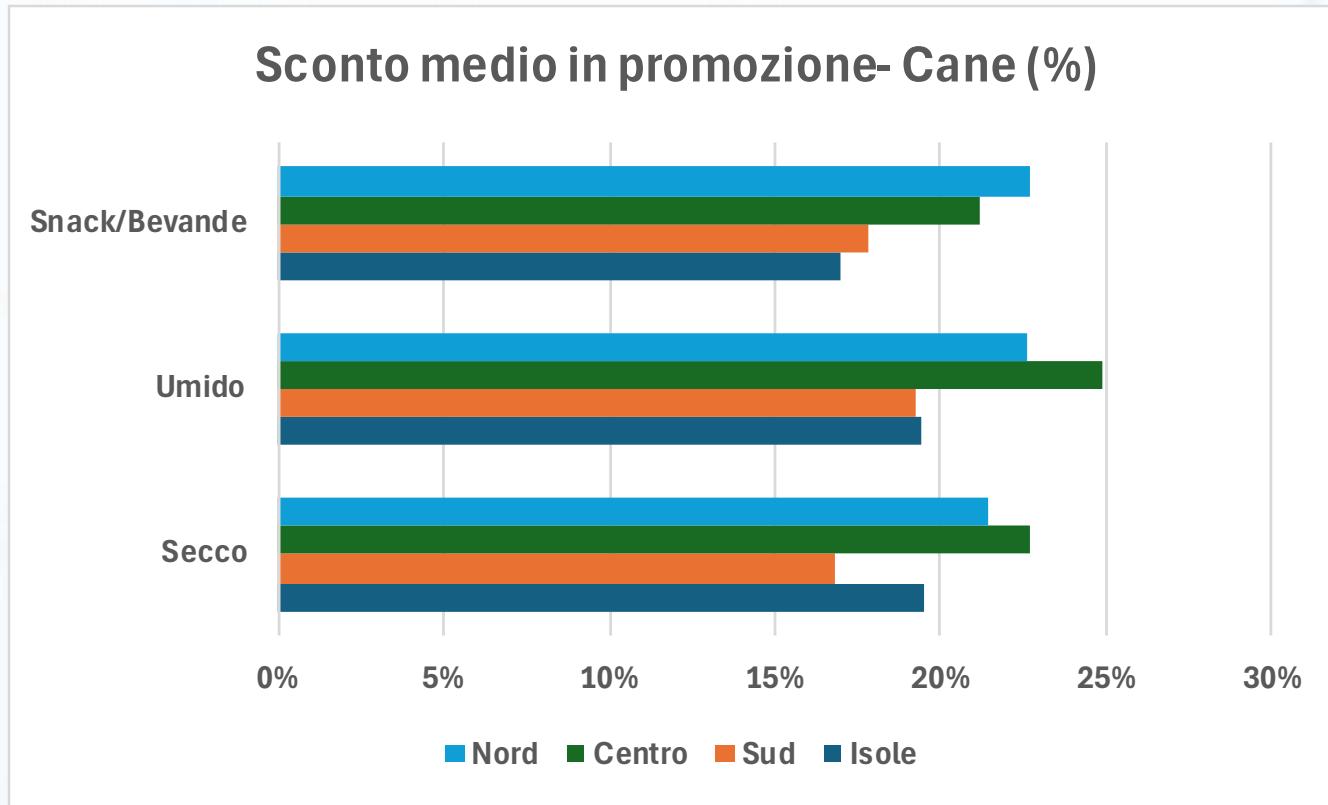
Il diverso mix assortimentale riflette logiche d'uso opposte: la nutrizione gatto è dominata da frequenze di consumo e formati monoporzione, mentre il cane apre spazi di valorizzazione sulla leva snack e trattamenti funzionali.

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