

Da Camon i nuovi stick Spongy Treats



La linea snack di Camon aggiunge un'alternativa alla propria ampia gamma: si chiamano Spongy Treats e sono stick masticabili spugnosi con la particolare forma stellata, gluten free, senza coloranti e disponibili in quattro diversi gusti assortiti (patata dolce, pollo e pesce - al gusto di alghe; patata dolce e pollo - al gusto di carota; patata dolce, anatra e

patata vitelotte; patata dolce e pollo - al gusto di barbabietola). Il loro formato monoporzione li rende utilizzabili in ogni situazione come snack o premio, contribuendo inoltre all'igiene dentale dell'animale.

Terra Canis lancia la gamma per gatto Terra Felis

Terra Felis è la nuova linea realizzata da Terra Canis, che propone alimenti per gatti realizzati esclusivamente con ingredienti freschi di qualità human-grade. Con il 90% di carne e nutrienti interiora, una ridotta quantità di fibre e la rinuncia ai cereali, viene offerta ai felini, in quanto carnivori, un'alimentazione sana secondo l'esempio della natura. Tutti i menù di Terra Felis sono integrati con una varietà di verdura selezionata ed erba gatta. Le ricette vengono poi completate aggiungendo taurina e olio di colza, ricco di acidi grassi omega 3.



MyFamily Memopet: un festival di colori

Nuovi colori per la linea smart di pettorine, collari e guinzagli Memopet di MyFamily: il marrone e il blu scuro si aggiungono alle sei colorazioni accese e vitali già esistenti. Ogni prodotto Memopet, è la 100% made in Italy e, grazie alla tecnologia Nfc integrata, può dialogare con gli smartphone per rendere a portata di mano i dati principali del cane. Le pettorine sono progettate per impedire al pelo di impigliarsi, riducono la pressione sul collo e con la bordatura catarifrangente si vedono anche al buio. Per quanto riguarda i collari, il mezzanella Always Ready facilita l'ancoraggio del guinzaglio e l'anello Porta-Tag permette l'aggancio diretto della medaglietta.



F2O, la bottiglia-ciotola firmata Ferribiella



La bottiglia-ciotola F2O è una compagna di viaggio per dissetare i pet fuori casa. Il design è stato studiato per essere leggero e compatto, i dettagli in silicone, la finitura soft-touch e il moschettone sono elementi inseriti per renderla un prodotto adatto sia per i viaggi in mezzo alla natura sia per le passeggiate

in città. È disponibile in tre colori, azzurro, rosso e giallo, con una capacità di 350 ml e dimensioni ridotte che la rendono riponibile in piccoli spazi.

I biscotti Giuntini senza coloranti



Crancy BiscottiPlus Crispy & Crunchy è la proposta Giuntini nella nuova ricetta senza coloranti, arricchita con microgranuli di calcio e minerali e con Sel Plex, che è fonte di selenio. È il fuoripasto pensato per contribuire a mantenere i denti forti e sani e come premio per gratificare il pet alla conclusione di un esercizio o quando esegue un comando.

PANORAMA IN CRESCITA /

Se da sempre l'alimentazione umida è considerata centrale per la dieta del gatto, più recentemente il mercato sta evolvendo registrando una crescita importante nei consumi di cibi wet per il cane. Le ragioni principali sono rappresentate dalla maggiore diffusione degli small dog nelle case degli italiani, le cui abitudini alimentari si avvicinano a quelle dei felini, e dall'incremento della popolazione di pet in Italia, dovuta al gran numero di acquisti di animali domestici negli ultimi mesi. Questi fenomeni stanno influenzando sia le vendite sia l'offerta di prodotto disponibile sul mercato, che continua a evolvere nel tentativo dell'industria di rispondere in maniera sempre più esaustiva alla domanda del pubblico finale. I bisogni dei consumatori sono infatti prevalentemente orientati verso la ricerca di una grande varietà di formule e gusti, per andare incontro ai palati sofisticati dei felini e degli small dog, e di referenze appartenenti alla fascia più alta dello scaffale. Anche per queste ragioni è recentemente aumentato in maniera significativa il numero di player dell'industria che investono nella produzione di cibo umido per cani e gatti. Negli ultimi anni c'è stato un vero e proprio boom di aziende fornitrici che si sono inserite in questo segmento, o che hanno ampliato la propria offerta inserendo referenze finora inedite, nuovi formati o soluzioni nutrizionali sempre più particolari e sviluppate per soddisfare bisogni specifici.

SEMPRE PIÙ PICCOLI /

Una recente tendenza dell'industria è quella di presentare al mercato formati

DELLA ZOPPA (NATURAL CODE): "BUSTINA IN FORTE CRESCITA"

Andrea Della Zoppa, responsabile finanziario di Natural Line



Negli ultimi dodici mesi qual è stato l'andamento delle vendite di alimenti umidi per cani e gatti?

«Dal nostro punto di vista c'è stata una accelerazione per i prodotti umidi per cani. Evidentemente un segmento del mercato si sta spostando in questa direzione. Per Natural Code, gli alimenti per gatto rimangono comunque il fiore all'occhiello e, oltre a sviluppare la maggior parte del giro di affari, rappresentano anche il segmento con l'incremento maggiore nelle vendite».

In che modo ha inciso l'emergenza degli scorsi mesi

con il giro di affari di questo segmento?

«Nel primo periodo dell'emergenza, semplicemente, c'è stato un forte incremento della domanda di questi prodotti perché molti consumatori erano spaventati dalla possibilità che il cane o il gatto potessero restare senza cibo. Un altro motivo può essere l'aumento delle vendite di animali da compagnia, cuccioli e non, nel periodo della pandemia. Ad oggi il trend risulta ancora in aumento ma la dinamica Covid ormai sembrerebbe essere stata assorbita dal mercato».

Avete riscontrato un cambiamento della disponibilità di spesa da parte del consumatore finale?

«Al momento no, stando anche a quanto ci raccontano i negozianti con cui collaboriamo. Anzi, al momento la domanda verso i prodotti di fascia superpremium sembrerebbe aumentata».

Quali sono i principali comportamenti di acquisto per l'area degli alimenti umidi?

«Qualità del prodotto ed etichetta trasparente sono le priorità dei consumatori. Da un anno a questa parte, inoltre, abbiamo notato che il cliente finale si aspetta che un brand racconti il proprio impegno, i progetti sostenuti sul fronte della sostenibilità o nell'ambito sociale. Sicuramente è un trend recente ma pienamente in atto e destinato a cambiare il rapporto dei pet owner con la marca».

Ci sono dei formati di maggior successo?

«Il mercato va verso la richiesta di confezioni sempre più piccole. Inoltre, per quanto riguarda la tipologia di imballo, riscontriamo una crescita costante da parte delle bustine, anche se la lattina sembra restare la prima scelta dei consumatori. Infine, anche su questo fronte, aumenta l'attenzione verso i packaging riciclabili da parte del consumatore finale».

TERRA FELIS, LA QUALITÀ HUMAN GRADE ANCHE PER IL GATTO

Terra Felis è la nuova linea di alimenti realizzati esclusivamente con ingredienti freschi di qualità human-grade. La gamma è composta da ricette adatte alla specie. L'elevata percentuale di carne offre ai felini, in quanto carnivori, un'alimentazione sana secondo l'esempio della natura.



ROYAL CANIN, DIETA SU MISURA PER ETÀ, RAZZA E STILE DI VITA



Gli alimenti completi umidi per cani e gatti di Royal Canin sono formulati per soddisfarne i fabbisogni nutrizionali in funzione di razza, età, sensibilità specifiche e stili di vita. Le diverse consi-

stenze disponibili, unitamente all'elevata appetibilità incoraggiano la prensione e la masticazione, andando a soddisfare anche i palati più esigenti. Tutte le referenze sono ideali da abbinare con le omologhe referenze secche e favoriscono lo stato di idratazione.

BRIT PUNTA SUL PATÉ DI CARNI SCELTE

Brit Premium By Nature è un alimento umido completo per cani di tutte le taglie ed età. Costituito da gustosi paté di carni scelte, il prodotto ha una formulazione grain free, con il 62% di carne e organi (cuore, fegato, trippa, trachea) serviti nel loro brodo. La ricetta è arricchita con erbe, frutti e olio di salmone. Senza coloranti, OGM e conservanti artificiali. Sono disponibili cinque varietà nei formati da 400 e 800 g: tacchino, agnello, manzo, pollo e maiale.

