



# Food funzionale sempre più specializzato

*L'attenzione dei pet owner verso la salute del pet è il driver principale per l'acquisto di referenze studiate per rispondere a bisogni specifici, dal benessere intestinale al controllo del peso o alla salute del manto. Sempre più brand investono in questo segmento, proponendo referenze di alta qualità che trovano nei pet shop tradizionali il canale di riferimento. Anche se cresce l'e-commerce.*

di Stefano **Radice**



**L**il segmento dei prodotti funzionali (ricette, snack, articoli per l'igiene) continua a godere di buona salute. Secondo le prime rilevazioni IRI di gennaio-aprile, le vendite a volume di questo ambito sono cresciute del 5,4%. Un andamento più dinamico in generale del mercato che l'anno scorso, a volume, era cresciuto dello 0,8%. Anche se il ritmo di crescita non è paragonabile a quello del 2021, quando in Italia si è registrato il boom di nuovi animali presenti nelle case, si mantengono costanti l'attenzione e l'interesse dei pet parents verso il benessere e la salute dei loro cani e gatti. In questa direzione, il food funzionale rappresenta una possibilità importante per permettere a chi ha adottato un animale, di prevenire o risolvere determinati problemi prima di dover far ricorso alle cure veterinarie. Al consolidamento di questo segmento sta contribuendo un altro trend importante degli ultimi anni che è quello della umanizzazione, con i pet owner sempre

## IL PARERE DELL'INDUSTRIA - 4 VOCI A CONFRONTO



**Elisabetta Bracci,**  
brand & pet owner  
director di Royal  
Canin



**Luciano Fassa,**  
direttore  
generale  
di Monge



**Giorgio Massoni,**  
general manager  
Sanypet-Forza 10



**Valentina  
Ravagnan,**  
socio  
e technical  
department  
di Marpet

## 1\_ QUALE TREND NELLE VENDITE HA REGISTRATO IL SEGMENTO DEI CIBI FUNZIONALI NEGLI ULTIMI MESI?



**Elisabetta Bracci (Royal Canin):** «Il segmento degli alimenti dietetici continua a registrare una crescita, come indicano i dati sellout certificati da Iri di gennaio-aprile 2023: + 5,4% a volume rispetto all'anno scorso; si tratta di una crescita leggermente più lenta rispetto al trend del 2022. A guidare questo incremento sono ancora i prodotti dermatologici e quelli legati ai disturbi gastrointestinali».



**Luciano Fassa (Monge):** «Direi bene in entrambi i periodi; il segmento è cresciuto sia a volume che a valore anche in relazione a una maggiore sensibilità del pet owner verso prodotti con queste caratteristiche».



**Giorgio Massoni (Sanypet-Forza 10):** «Da una recente indagine su usi e abitudini dei proprietari di cani condotta su più di 500 soggetti, il 60% degli intervistati dichiara di prestare la stessa attenzione all'alimentazione del cane che alla propria e il 97% cerca di adottare un approccio preventivo per la salute del proprio cane. Inoltre vanno presi in considerazione i dati della spesa veterinaria trasmessa dai medici veterinari al Sistema Tessera Sanitaria, nel 2021, in forte crescita: 693 milioni di euro: + 45,91 milioni rispetto al 2019 e +217,55 mln rispetto al 2016».



**Valentina Ravagnan (Marpet):** «L'attenzione al benessere degli animali è stato uno dei fattori culturali che ha acceso l'interesse verso i prodotti funzionali. Immagino che questo segmento avrà sempre più incidenza perché sono sempre più i cani e i gatti che presentano determinate esigenze nutrizionali; ci vorrà un'attenzione maggiore da parte delle aziende per proporre alimenti studiati per la gestione di queste problematiche. Non si può escludere, inoltre, una maggior segmentazione e differenziazione di prodotti da parte dei brand proprio per andare incontro a esigenze sempre più specifiche».



più propensi a ricercare prodotti di alta qualità e human grade da proporre ai loro animali. Che quello funzionale sia un segmento strategico per l'industria, lo dimostra anche il fatto che negli anni sono sempre di più i brand che hanno investito in questa direzione. Se ne è avuta una conferma anche alla recente edizione di Zoomark, dove le aziende hanno presentato le loro proposte. Molto presenti negli scaffali dei diversi stand le linee urinary e per le funzioni renali dei gatti o quelle per prevenire l'ossidazione del manto bianco degli animali. Sempre a proposito di funzionalità, curiosità e interesse hanno suscitato i prodotti contenenti olio di salmone arricchito con CBD (cannabidolo) che serve a prevenire gli stati di stress e ansia dei cani. Si è notata anche una maggior diffusione di referenze a base di vitamine, omega 3 o 6, prebiotici o probiotici di cui da tempo è riconosciuto il benessere sull'organismo dei pet. Per le loro caratteristiche premium e di qualità, si tratta di prodotti collocati in una fascia di prezzo medio-alta che in questi ultimi mesi hanno subito, come tutti i prodotti del resto, aumenti di prezzo a due cifre percentuali legati all'incremento dei costi produttivi delle aziende e alle dinamiche inflattive che si stanno facendo sentire soprattutto nel corso di questo 2023. Ad esempio, in alcuni casi sacchi da 10 kg di crocchette sono cresciuti anche di 10-15 euro. Discorso diverso per le bustine di referenze umide o per i sacchi di peso contenuto che hanno subito aumenti più sostenibili, intorno all'euro.

## 2\_ COME STA EVOLVENDO L'OFFERTA DI PRODOTTO PER QUESTA CATEGORIA?



**Elisabetta Bracci:** «L'elemento chiave è la personalizzazione, si mira maggiormente a formule nutrizionali in grado di rispondere a esigenze ogni giorno più specifiche, che rispondano anche ai cambiamenti legati alla popolazione dei pet e dei pet parents: penso, per esempio, a fenomeni come la miniaturizzazione e l'urbanizzazione o la sempre maggiore attenzione dei proprietari verso la salute dei propri pet».



**Luciano Fassa:** «I prodotti funzionali soprattutto nel mercato cane hanno avuto una forte accelerazione negli ultimi anni, grazie ad una proposta molto più ampia dei vari brand presenti sul mercato. L'innovazione sui prodotti funzionali tende a premiare ricette che aiutino l'animale a vivere meglio attraverso un'alimentazione corretta e più sana».



**Giorgio Massoni:** «Noi vediamo una crescita importante del comparto terapeutico ma trend positivi anche per tutti quei prodotti caratterizzati da claim legati all'umanizzazione, ad esempio claim particolarmente apprezzati sono stati "low calories", "grain free/low grain" e "sugar free"».



**Valentina Ravagnan:** «Il futuro prevede sempre più investimenti in questo settore. L'attenzione maggiore che si riscontra per la salute di cani e gatti e che una ventina di anni fa non era così diffusa, porterà i proprietari a ricercare prodotti ulteriormente specifici. D'altra parte ci sono sempre più aziende che stanno investendo nei prodotti funzionali, sia nell'alimentazione secca ma anche in quella umida e negli snack. Inoltre, sugli scaffali dei punti vendita sono visibili prodotti con claim che sottolineano la funzionalità rispetto a determinati problemi».

### IL PROFILO DEL CONSUMATORE /

Questo aspetto non sembra rappresentare una particolare barriera per l'acquisto da parte dei pet owner che considerano la salute del loro animale un valore

centrale. «Nonostante il contesto economico – spiega Elisabetta Bracci, brand & pet owner director di Royal Canin - in generale i pet parent non sono disposti a rinunciare a prodotti di qualità e in

## 3\_ QUALI SONO GLI ALIMENTI FUNZIONALI PIÙ RICERCATI DAL CONSUMATORE?



**Elisabetta Bracci:** «Non si può propriamente parlare di trend di ricerca in questa tipologia di prodotti, poiché sono legati a specifici disturbi e sensibilità. Sicuramente, la maggiore attenzione dei pet parents nei confronti della salute e del benessere porta a una maggiore consapevolezza del ruolo che ricopre la nutrizione in questo contesto e del fatto che può supportare la gestione di determinate patologie».



**Luciano Fassa:** «Senza dubbio le ricette con monoproteina sono quelle in questo momento più richieste. Monge su questo segmento è l'azienda che offre la gamma più ampia di ricette, non solo sui prodotti secchi, ma anche sulle ricette in lattina, vaschetta e busta monodose: su questi prodotti abbiamo riscontrato maggiore sensibilità anche nel mondo veterinario. Come del resto in passato erano aumentate sensibilmente le richieste di prodotti no grain e low grain, oggi registriamo su queste fasce una fase di maturità e una crescita più contenuta».



**Giorgio Massoni:** «I prodotti dedicati alla gestione delle sensibilità alimentari nei cani e nei gatti registrano ottimi tassi di crescita e sembrano in aumento quindi i casi di intolleranze e sensibilità alimentari. Sicuramente anche il problema dell'obesità crescente dei cani e dei gatti, figlia degli stili di vita più urbani e dettati dai ritmi dell'uomo, è in diffusione, traducendosi nella necessità di prodotti attenti al contenuto calorico, di grassi e giusto bilanciamento di proteine e fibre».



**Valentina Ravagnan:** «I prodotti più ricercati sono legati alle diverse esigenze che i proprietari di animali devono affrontare. Nel cane, ad esempio, sono molto più diffuse le problematiche delle intolleranze alimentari mentre nel gatto sono meno presenti. Problemi dermatologici sono comuni ad entrambi mentre quelli renali sono più diffusi nei gatti e quelli epatici sono più presenti nel cane, ma in linea generale si può dire che sono patologie presenti in entrambe le specie. Poi ci sono patologie minori e più specifiche. Possiamo aggiungere anche disturbi della funzione digestiva che sono frequenti sia per i cani e gatti e di cui andrebbero indagate bene le cause, così da identificare la migliore soluzione dal punto di vista alimentare».

grado di supportare il benessere dei loro animali: la qualità premia». Parliamo, però, di una categoria di acquirenti tendenzialmente alto spendenti e anche ben informati sui prodotti da acquistare; una tipologia di clienti finali che, se verifica che determinate referenze garantiscono o migliorano il benessere dei loro pet, è fortemente motivata a comprarli. Un incentivo importante lo fornisce anche il legame di fiducia che si instaura tra pet parents e brand, molto forte in presenza di prodotti funzionali, e al quale si rinuncia difficilmente. Spiega Luciano Fassa, direttore generale di Monge: «La scelta su questi prodotti è meno influenzata dal prezzo, proprio perché i consumatori sono più consapevoli e richiedono reali garanzie al brand che acquistano; la qualità ha un valore e non può essere troppo a buon mercato».

Alcuni negozianti, tuttavia, fanno presente che questo comportamento di acquisto non è immutabile e rimane soprattutto predominante nelle grandi città e in particolare al Centro-Nord. In provincia o in alcune aree del Sud, dove la crisi si è fatta sentire maggiormente o dove c'è maggiore attenzione alla leva del prezzo, si iniziano a notare proprietari di animali che preferiscono optare per il risparmio, per prodotti funzionali più economici di quelli che magari avevano acquistato fino a poco tempo prima nei pet shop, oppure più sensibili alle offerte promozionali. Un altro fattore che può incidere nelle decisioni dei pet parents è la consapevolezza che un animale possa avere bisogno tutta la vita di un determinato cibo funzionale e se il prezzo è cresciuto troppo, può rappresentare un disincentivo all'acquisto.

## PROBLEMI E INNOVAZIONE /

Sono diverse le problematiche che cani e gatti evidenziano e per i quali sono state studiate soluzioni funzionali sia secche che umide. In particolare si è assistito a un incremento di vendite di referenze utili per contrastare fenomeni allergologici o di intolleranze alimentari o per la cura del manto o contro le dermatiti. Riscontri positivi nelle vendite ci sono anche per le gamme gluten free per contrastare la celiachia. Per i gatti in particolare sono ricercati dai pet parents in particolare prodotti per disturbi epatici e per le vie urinarie, meno presenti nei cani. Sempre per i felini si stanno diffondendo bustine con mousse che ne favoriscono l'idratazione oltre a nutrirli. E poi c'è il sempre più diffuso problema dei pet sovrappeso, come conferma Giorgio Massoni, general manager Sanypet-Forzaio: «Sicuramente anche il problema dell'obesità crescente dei cani e

## La parola al retail



### «BUONA RISPOSTA DA PARTE DEL MERCATO»

**Gualtiero Pedotti – Felindo, Milano**

«Il mercato recepisce bene i prodotti funzionali. Noto che stanno aumentando le intolleranze degli animali rispetto ad alcuni alimenti e questi disturbi possono essere affrontati con prodotti funzionali. Penso in particolare ai gatti – soprattutto per esigenze urinarie, per la cura della pelle oppure per le necessità di felini sterilizzati - mentre per i cani il discorso è diverso; funzionano abbastanza le linee per cani anziani ma prodotti per la dentatura o per esigenze urinarie, un po' meno. Di fronte a un problema di salute, i proprietari di animali che frequentano il nostro negozio sono disposti a spendere di più pur di far star bene i loro pet, cercando di evitare problemi maggiori e costi più alti magari con le visite dal veterinario. In generale, la nostra clientela ha assorbito bene gli aumenti dei prezzi che ci sono stati per le linee funzionali anche se una minoranza ha rinunciato, invece, a determinati acquisti».

### «OFFERTA DI PRODOTTO IN CRESCITA»

**Antonio Arigliano – L'Arca di Noé, Lodi**

«Le aziende da qualche anno propongono con continuità food secco e umido con caratteristiche funzionali. In caso di malattia conclamata di un animale sono indispensabili diete veterinarie mirate ma di fronte a disturbi leggeri possono essere utili referenze per cani e gatti, che li possano risolvere; penso ad esempio ad allergie, sensibilità urinarie o altre difficoltà. È utile, soprattutto per i proprietari di gatti, poter optare per ricette umide con caratteristiche, gusti e consistenze diverse che possano attrarre il gatto e nello stesso tempo aiutarlo. Per quanto riguarda i cani, il food funzionale è più difficile da proporre perché è più complicato variarne l'alimentazione. Noi abbiamo dovuto fare scelte perché i nostri spazi sono limitati ma stiamo avendo buoni riscontri dalle referenze umide per gatti».

### «FONDAMENTALE LA CONSULENZA»

**Francesco Tolu – DoggyPop, Cuneo**

«Il food funzionale è proposto sempre più dalle aziende. Non sono prodotti molto facili da vendere perché, essendo mirati per particolari esigenze, se un cliente non ha necessità particolari, non li acquista. Sta alla bravura dei negozianti riuscire a farli conoscere. Noi non abbiamo una offerta molto articolata di cibi funzionali; selezioniamo i prodotti e poi cerchiamo di andare incontro alle esigenze dei clienti e dei loro animali puntando molto sul nostro ruolo di consulenza. A mio avviso, l'aumento di linee funzionali è legato alle esigenze delle aziende di proporre sempre più referenze diverse da quelle che possiamo definire tradizionali. In linea di massima parliamo di gamme per cani per affrontare problemi intestinali, intolleranze alimentari o digestive. Per quanto riguarda il segmento gatto, sono ricercate soprattutto linee per supportare le vie urinarie».

### «MINORE RICHIESTA PER I GATTI»

**Anastasia Proietti – Pet Zone, Tortoreto (TE)**

«Nel nostro negozio puntiamo molto sulla qualità dei prodotti e su aziende biologiche per linee di fascia medio-alta di prezzo. L'alimentazione che proponiamo in particolare è quella a base di crocchette altamente digeribili e di prodotti che rafforzano e aiutano le articolazioni. I clienti sono sempre più informati e chi viene da noi non ricerca prodotti economici. Ci sono sempre più linee grain free che sono molto ricercate dai pet parents. Rispetto al cane, abbiamo minore richiesta di linee funzionali per i gatti, acquistate al momento da una nicchia di pet parents. La maggior parte dei clienti è disposta a spendere di più per la salute dei loro animali e riscontro che non hanno modificato le abitudini di acquisto malgrado l'aumento dei prezzi. Si fidano delle nostre capacità e conoscenze; chiedono consigli perché sanno che quello che proponiamo è testato da noi. Certo dopo il Covid gli aumenti dei prezzi sono stati importanti ma non rappresentano al momento una barriera all'acquisto».

dei gatti, figlia degli stili di vita più urbani e dettati dai ritmi dell'uomo, è in diffusione, traducendosi nella necessità di prodotti attenti al contenuto calorico, di grassi e giusto bilanciamento di proteine e fibre. In questo caso c'è uno sforzo in più da fare da parte di aziende e classe veterinaria per creare nei proprietari la consapevolezza del problema e dei rischi collegati, non sempre evidenti». Per queste ragioni le aziende sono chiamate a continuare a investire nella realizzazione di prodotti sempre più mirati alle esigenze dei pets, in base anche alle richieste e alle indicazioni dei loro proprietari. Nei prodotti dry, ad esempio, sembra che ci sia una corsa verso la iper-specializzazione anche perché, di fatto, il segmento del secco ha da sempre fatto della funzionalità del prodotto uno dei suoi principali claim. Anche il segmento umido si sta caratterizzando per la funzionalità degli alimenti. La sfida è quella di riuscire ad abbinare, consistenze, sapori e gusti diversi che possano attirare gli animali ed essere nello stesso tempo utili al loro equilibrio.

## I CANALI DI RIFERIMENTO /

I negozi specializzati continuano a rappresentare il canale di riferimento per questa tipologia di prodotti altamente qualitativi. A monte sono gli stessi negozianti a dover fare una selezione tra le numerose offerte e proposte dei brand, non potendo dare spazio sui loro scaffali a tutto ciò che viene proposto. Di conseguenza i retailer studiano e approfondiscono, grazie anche alla formazione da parte delle aziende, tutto ciò che andranno poi a vendere. Questa competenza è molto ricercata da parte dei pet owner perché, chi entra in un pet shop alla ricerca di proposte funzionali, non sempre è in possesso di tutte le informazioni e conoscenze dei prodotti o si muove su indicazione di un veterinario. Non sono pochi i proprietari di animali, infatti, che si appoggiano ai negozianti chiedendo consigli per il mantenimento della salute dei loro animali. Questa competenza e questo ruolo di supporto rimangono fondamentali. Un altro canale in crescita per i cibi funzionali è quello dell'e-commerce dove questi prodotti si trovano a prezzi inferiori rispetto al canale specializzato e cui si rivolgono i proprietari che magari hanno già testato un prodotto e, verificate l'efficacia, lo cercano in un secondo momento online. «Devo dire che diversi siti e-commerce ormai puntano molto sulle note informative dei prodotti, su newsletter dedicate o sulle attività social media ma il negozio specializzato rimane il canale privilegiato per aziende e clienti finali, grazie alla consulenza diretta che

## La parola al retail



### «MOLTO RICERCATI I PRODOTTI IPOALLERGENICI PER CANI»

**Lucia Ventura – Cani & Gatti, Cerignola (FG)**

«Le aziende propongono sempre più mangimi per cani intolleranti; penso in particolare a cibi ipoallergenici o anche a referenze gluten free per animali celiaci. I clienti sono molto propensi ad acquistare prodotti ipoallergenici mentre hanno più riserve rispetto alle linee gluten free, per lo meno nel nostro negozio. Sono anche i veterinari a spingere i pet owner verso particolari linee funzionali in caso di disturbi. Stanno aumentando le referenze funzionali anche per i gatti che, tendenzialmente, hanno più problemi rispetto ai cani. Tra le novità più recenti, segnalo ad esempio le bustine che stimolano l'animale a bere; ci sono mangimi naturali che aiutano l'idratazione del gatto che così si nutre e si idrata contemporaneamente. Sono molto diffuse anche le gamme per affrontare i problemi urinari. Rispetto a prima del Covid, mediamente è cresciuto il numero di pet parents attenti ai cibi funzionali ma non manca neanche chi a causa della pandemia si è trovato in difficoltà economiche e questo si è ripercosso poi sugli acquisti. Qui al Sud la crisi si è fatta sentire in modo particolare».

## 4\_ GLI AUMENTI DEI PREZZI STANNO CONDIZIONANDO I COMPORTAMENTI DI ACQUISTO?



**Elisabetta Bracci:** «Nonostante il contesto economico, in generale i pet parent non sono disposti a rinunciare a prodotti di qualità e in grado di supportare il benessere dei loro pet: la qualità premia. La parola chiave, in questo caso, è omnicanalità: i consumatori si muovono sui diversi canali a disposizione, e-commerce, negozi specializzati e di prossimità, con l'obiettivo di ottenere un buon servizio e contestualmente una buona offerta senza rinunciare però ai prodotti preferiti dai loro pet».



**Luciano Fassa:** «Oggi i proprietari di animali sono certamente più attenti nei loro acquisti: si avvicinano innanzitutto a quei brand e a quelle ricette che realmente fanno stare bene i loro pet. L'appetibilità da sola non basta più, mentre in passato era un elemento determinante se non esclusivo nella scelta di un cibo. Oggi proprio con i prodotti funzionali si cerca qualcosa di più e di più specifico, se non unico, per il proprio animale; in due parole qualità e benessere devono andare di pari passo».



**Giorgio Massoni:** «La maggioranza degli italiani ha dichiarato che farebbe altri sacrifici prima di considerare l'idea di ridurre l'importo dedicato agli acquisti per gli animali, ma sicuramente le scelte diventano più consapevoli e il consumatore cerca maggiori informazioni, dettagli e rassicurazioni prima di procedere all'acquisto».



**Valentina Ravagnan:** «I comportamenti di acquisto dipendono dai pet parents. I proprietari che cercano i prodotti funzionali per necessità determinate, è difficile che optino per altri prodotti, proprio perché devono preoccuparsi di animali con esigenze specifiche da soddisfare e vogliono evitare peggioramenti nello stato di salute. Credo che di fronte a una problematica che vede nell'alimentazione un supporto per la sua risoluzione e/o gestione, i pet owner tendano preferibilmente a rinunciare a prodotti non essenziali e non ai funzionali».

può essere fatta di persona al momento dell'acquisto», chiarisce Valentina Ravagnan, socio e technical department di Marpet. Per quanto riguarda le catene, registrano buone performance le linee in private label mentre in secondo piano

rimane la Gdo che è il canale meno ricercato dai pet owner per questi prodotti, proprio per la mancanza di assistenza, e dove si punta su proposte più economiche e di qualità inferiore rispetto a quella del canale specializzato.







## ADRAGNA, LINEE ANTIOSSIDANTI PER CANI E GATTI

Dog&Co Wellness e Cat & Co Wellness sono le linee Super Premium Quality ispirate alla dieta mediterranea e con ingredienti funzionali, i quali svolgono naturalmente azioni benefiche per l'organismo di cani e gatti di diverse taglie ed età. Gli ingredienti presenti all'interno degli



alimenti sono in grado di svolgere un'azione antiossidante, calmante, digestiva e coleretica specifica per il cane o per il gatto.

## ALDOG PROPONE CROCCANTINI PER LA FLORA INTESTINALE

I croccantini per cani monoproteici al salmone Aldog Artica sono un alimento completo formulato con il salmone come unica fonte di proteina e grasso animale. Contengono prebiotici FOS che contribuiscono al miglior equilibrio della flora intestinale e Acidi grassi Omega 3 e Omega 6 che favoriscono un mantello lucido e brillante. L'utilizzo del riso come cereale privo di glutine, prima fioccato e poi estruso, contribuisce a garantire una maggior digeribilità degli amidi.



## PURINA PROTEGGE IL MICROBIOMA INTESTINALE



Per il supporto delle difese immunitarie del gatto e la salute del microbioma intestinale, Purina One Bifensis contiene lactobacilli e cicoria, ingrediente

prebiotico che nutre i batteri benefici dell'intestino. La formula è ricca di acidi grassi omega 3 e 6, vitamine e minerali essenziali per aiutare a supportare pelle sana e pelo lucido. Il prodotto è disponibile un'ampia gamma di gustose ricette preparate con ingredienti di alta qualità, ed è in commercio con un nuovo packaging sostenibile riciclabile e fatto con plastica riciclata.

## EAGLE, ALIMENTI COMPLETI PER I CANI DI TUTTE LE ETÀ



La nuova linea di alimenti completi di Eagle, prodotta in Italia con ingredienti della "Food Valley", ad alto contenuto di carne e impregniata da ingredienti funzionali come il fiore di hibiscus, il tarassaco, il cardo mariano e l'ananas. Dieci alimenti per coprire tutti gli stadi di vita del cane, tacchino fresco e agnello, pesce fresco e manzo e salmone fresco e trota sono solo esempi.

## DA EXCLUSION IL MONOPROTEICO CON SUPERFOOD



Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain è una linea di alimenti funzionali, completi e bilanciati, con formulazioni specifiche per cane o per gatto. Le ricette sono tutte realizzate con una sola fonte proteica animale disidratata e un solo cereale nobile come il riso. Sono inoltre integrate con Beta-glucani, preservate con antiossidanti naturali e senza grasso di pollo, frumento, soia e mais aggiunti.



## FARMINA: TUTTI I BENEFICI DELLA QUINOA



N&D Quinoa è la linea di mantenimenti funzionali di Farmina per cani e gatti con specifiche esigenze nutrizionali. Priva di cereali e con oltre il 90% delle proteine di origine animale, è formulata per soddisfare molteplici esigenze: Skin&Coat mantiene il benessere di cute e pelo; Digestion è formulato per il benessere dell'intestino; Weight Management aiuta a mantenere il peso forma; Urinary salvaguarda il tratto urinario; Hairball è pensato per la gestione dei boli di pelo; Neutered è perfetto per cani e gatti sterilizzati.

## MINI INDIA, L'ALIMENTO PER PELLE E PELO DI HAPPY DOG

Happy Dog Mini India è un alimento completo per cani di piccola taglia, con un peso fino ai 10 kg. Questa ricetta risulta particolarmente delicata perché la sua composizione è completamente vegetariana e ciò rende l'alimento adatto ai cani più sensibili o con intolleranze. Inoltre, gli acidi grassi omega 3 e 6 - uniti alle preziose proprietà dei mirtilli rossi, cocco e curcuma - sono ideali per pelle e pelo.



## DA HILL'S UN ALIMENTO SECCO PER LO STOMACO DEI CANI

Hill's Science Plan Hypoallergenic Adult al Salmone è un alimento secco ipoallergenico per cani adulti da 1 a 6 anni, formulato per cani con cute e stomaco delicati. Con salmone e tonno di alta qualità come uniche fonti di proteine animali e senza cereali, per aiutare i cani a evitare i comuni allergeni che scatenano la sensibilità. Delicato per lo stomaco con patate e altri ingredienti facili da digerire e con Omega 3 e Omega 6 per favorire la salute cutanea. Disponibile in diversi formati per cani di piccola, media e grande taglia.



## KEKÈ, LINEA SECCA ALTAMENTE DIGERIBILE

Con la nuova gamma Supreme, Giuntini rilancia Kekè, linea di alimenti secchi, completi, per gatti che si distingue per la presenza di elementi nutritivi di elevato valore biologico e altamente digeribili. Kekè Supreme Urinary Care contiene salmone fresco e riso combinati in una ricetta esclusiva, con ingredienti funzionali utili al benessere del tratto urinario del gatto.



## AEQUILIBRIAVET SUPPORTA LE PATOLOGIE DEI GATTI

Aequilibrivet funzionali è una linea studiata da Marpet per supportare alcune delle più comuni patologie che colpiscono i gatti adulti. Le sue ricette differenziate in 4 formule sono: Struvite per i calcoli di Struvite; Renal per supportare l'insufficienza renale; Weight per problemi di sovrappeso e/o obesità; Gastro per difficoltà di digestione. Formulati con ingredienti specifici e funzionali che supportano la salute del gatto sono molto appetibili e graditi anche dai palati più esigenti.



## MONGE, UNA SOLA PROTEINA È PIÙ FUNZIONALITÀ

Monge Natural Superpremium All breeds Adult Monoprotein Manzo con Riso è un alimento completo per cani adulti di tutte le taglie, sviluppato pensando al loro benessere grazie alla presenza di sostanze nutritive di qualità. Il prodotto è formulato con un'unica fonte proteica animale, il manzo, e con l'inclusione di carne fresca per una digeribilità e appetibilità ottimale. La ricetta è inoltre arricchita con prebiotici xilo-oligosaccaridi per il benessere intestinale e ingredienti vegetali funzionali.



## LA LINEA CANE DI NATURINA ELITE

La linea cane Naturina Elite è una gamma di alimenti funzionali secchi e umidi di altissima qualità. Naturina Elite Prebiotic Mono Agnello secco e umido cane, è formulata con un elevato contenuto di agnello (30% fresco + 24% disidratato), senza cereali (grain free) per favorire una elevata digeribilità. Inoltre, la gamma contiene un livello aumentato di prebiotici per l'equilibrio della microflora batterica intestinale. Prodotto in Italia senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti.



## ENTEROFILUS WD, IL BENESSERE CHE SA DI BUONO

Alimento dietetico completo per cani, indicato in corso di disturbi dell'assorbimento intestinale. Grazie all'alta appetibilità, garantiti da materie prime di alta qualità, alla presenza di ingredienti di facile digeribilità, come l'olio di cocco, prebiotici come FOS e MOS, e batteri lattici vivi con funzione probiotica, si dimostra un fondamentale alleato per il riequilibrio della flora intestinale.



**ESSENTIA GATTO, I SEMPLICI INGREDIENTI DEL BENESSERE**

Essentia è la linea per gatti di Pet360 proposta in ricette gustose formulate senza l'utilizzo di cereali per rispettare la natura carnivora del gatto. Sono nove referenze semplici e funzionali, con un'unica fonte proteica animale, preparate con ingredienti selezionati e un mix esclusivo di estratti naturali che aiutano a combattere l'invecchiamento cellulare e i disturbi infiammatori, promuovendo l'attivazione del sistema immunitario a sostegno delle funzioni organiche e cognitive del gatto.



**DA FORZA10 - 21% FIBRA, 100% EFFICACIA**

Forza10 Intestinal Colon Fase1 con agnello e sorgo bianco è un nuovo prodotto indicato nella gestione nutrizionale delle situazioni infiammatorie ad andamento cronico dell'apparato gastrointestinale dei cani. Il prodotto aiuta a normalizzare l'attività intestinale e a equilibrare la flora batterica, grazie all'alta percentuale della fibra di Ascophyllum nodosum (21%); inoltre, la nuova referenza ha un'ottima appetibilità grazie all'inclusione di agnello e all'utilizzo del sorgo bianco integrale come fonte di carboidrati.



**DA TERRA CANIS, MENÙ IPOALLERGENICO A BASE DI ANTILOPE**

Terra Canis lancia il nuovo menù per cani cuccioli "Antilope con patata, pera e camomilla", ideale per esemplari con uno stomaco sensibile. Per i cani adulti che soffrono di allergie e intolleranze alimentari, invece, la proposta del brand è il menù ipoallergenico "Antilope con patata". Anche queste referenze si prestano a essere utilizzate all'interno di una dieta di esclusione per la diagnosi e il trattamento di un'allergia alimentare. I due nuovi menù sono prodotti con ingredienti di qualità human-grade.



**LA LINEA SUPERPREMIUM PROTEC DI PRO NUTRITION**

Sviluppata dai nutrizionisti di Pro Nutrition, la linea Protect è composta da alimenti dietetici e formulata per rispondere alle esigenze nutrizionali in relazione ai più comuni problemi di salute di cani e gatti. Per rafforzare l'efficacia degli alimenti, sono state utilizzate diverse varietà vegetali in tutte le formule Protect. Le piante sono una risorsa chiave per fornire all'organismo i nutrienti essenziali per il benessere quotidiano degli animali domestici in modo naturale.



**LA SPECIAL MOUSSE DI SCHESIR**

Schisir Special Mousse è la linea di ricette funzionali formulate per rispondere a specifici bisogni dei gatti. Si tratta di referenze 100% complete e bilanciate e composte da veri filetti di pollo o salmone frullati e in soffice e vellutata mousse. Essendo ricche in liquidi, forniscono l'idratazione necessaria; sono grain free e con ingredienti di qualità minimamente processati. Schisir Special Mousse è disponibile nelle formulazioni Exigent, Skin & Coat e Light.



**ROYAL CANIN PROTEGGE LA CUTE DEI CUCCIOLI**

Con un'innovazione che va ad arricchire la gamma Royal Canin Dermatology, Hypoallergenic Puppy è la risposta nutrizionale su misura per cuccioli che manifestano problematiche cutanee. Le proteine idrolizzate a basso peso molecolare, altamente digeribili e l'unica fonte di carboidrati rendono l'alimento ipoallergenico aiutando la diagnosi. Inoltre, la gamma soddisfa anche i fabbisogni legati alla delicata fase della crescita sostenendo le difese naturali in via di maturazione.



**VINCENT DIET: BENESSERE CON LA DIETA MEDITERRANEA**

La linea Vincent Diet utilizza formule che si ispirano alla dieta mediterranea, con ingredienti funzionali come pesce azzurro, cereali integrali, olio di oliva e pomodoro. Il pesce azzurro, aiuta a prevenire patologie cutanee e cardiovascolari. L'utilizzo di cereali integrali favorisce l'alta digeribilità e il benessere intestinale. L'olio di oliva regola il corretto rapporto nell'assunzione di acidi grassi Omega 3 e 6 per pelo e pelle sani e il pomodoro aiuta il sistema immunitario.



**TOGETHER, LA LINEA DRY DI ZODIACO**

Together sempre insieme è la nuova linea di alimenti dry prodotta da Zodiaco per il benessere di cani e gatti. Together è una gamma completa e Made in Italy. Per Together sono stati selezionati i migliori ingredienti naturali, senza aggiungere né conservanti né coloranti, per rispettare la loro natura. Tutte le formule includono fonti proteiche di origine animale come primo ingrediente e sono arricchite da carne fresca, per donare naturalmente gusto e appetibilità.

