



# È passata la moda del no grain?

*Dopo il boom di vendite di alcuni anni fa, i prodotti grain free e free from si sono assestati e hanno registrato un certo ridimensionamento. Rimane uno zoccolo duro di pet parents mediamente alto spendenti che continuano a puntare su questa gamma di prodotti premium per i loro animali. Tuttavia, il superamento della moda no grain e anche la situazione economica contingente che spinge a risparmiare, stanno portando i consumatori a orientarsi su linee low grain sempre di qualità ma più economiche.*

di Stefano **Radice**



**S**i sono assestate le vendite di prodotti no grain e free from. Rispetto al boom di alcuni anni fa, ora rappresentano una nicchia di mercato, con clientela fidelizzata e alto spendente che non rinuncerebbe mai a queste referenze per la salute dei loro animali. Il fatto di trovarsi di fronte a prodotti premium proposti a prezzi mediamente più alti, sta rappresentando una barriera per l'acquisto, mentre le abitudini dei pet parents stanno orientandosi maggiormente verso linee low grain piuttosto che senza cereali. L'antropomorfismo con cui vengono considerati gli animali domestici equiparati a tutti gli effetti a membri della famiglia, aveva portato l'industria del pet food a rispondere a questa tendenza culturale non solo con diete che ricalcassero in qualche modo quella umana ma anche con proposte di referenze ancestrali considerate il più possibile rispettose della natura carnivora di cani e gatti. La formulazione grain free o no grain è quella che si è affermata

## IL PARERE DELL'INDUSTRIA 5 VOCI A CONFRONTO



**Federico Ceccarelli,**  
national sales director -  
pet specialist & normal  
trade di Landini Giuntini



**Andrea Conforti,**  
ceo di Necon Pet Food



**Alessandro Delli Carpini,**  
co-fondatore e ceo  
di Area-Dog



**Sandra Galliazzo,**  
graphic  
designer  
and  
marketing  
assistant  
di Exclusion



**Ilaria Sturla,**  
marketing &  
comunicazione  
di Whitebridge  
Pet Brands

## 1\_COME STA CAMBIANDO IL MERCATO DEI PRODOTTI GRAIN FREE E FREE FROM?



**Federico Ceccarelli (Landini Giuntini):** «Il segmento free from è un pilastro nel processo di scelta del consumatore; in particolare i prodotti senza coloranti, senza zuccheri aggiunti, no OGM o no cruelty free. Diverso il discorso che riguarda il grain free che è stato soggetto a evoluzioni nel tempo e dopo un periodo di moda - soprattutto nella proposta che riguarda il food per il cane - sta subendo un ridimensionamento principalmente per il fatto che tenori proteici elevati poco si sposano con le temperature della nostra penisola»



**Andrea Conforti (Necon Pet Food):** «Il boom del grain free si è registrato cinque o sei anni fa quando presso i pet parents si era diffusa l'idea di una dieta sempre più umanizzata anche per cani e gatti. Cereali come il mais erano diventati quasi un nemico per le diete dei cani. In questo momento, invece, stiamo riscontrando una situazione abbastanza stabile. Il mercato si è ricavato la sua nicchia che però non cresce, soprattutto per quanto riguarda il grain free.»



**Ilaria Sturla (Whitebridge Pet Brands):** «Tra i principali trend nel pet food degli ultimi anni sicuramente ritroviamo in tutti i principali canali di vendita un ampliamento dell'offerta, con l'aumento di prodotti di fascia premium e super-premium legati a specifici benefici, funzionali o nutrizionali, e al valore aggiunto dato dall'ingredientistica; tra questi rientrano anche i prodotti senza glutine o completamente grain free.»

maggiormente; come riporta l'Osservatorio pet food 2021, caratterizza almeno il 20% delle referenze sugli scaffali e il 64% di quelle che hanno a tema i cereali. Si tratta di una tipologia di prodotto, ad alta concentrazione di proteine, talvolta monoproteico, che è stata sostenuta e si è diffusa soprattutto per l'alimentazione dei cani, rimanendo molto più circoscritta invece per i gatti, per natura più carnivori e già di per sé abituati a un'alimentazione senza cereali. Il filone grain free fa parte di quello più ampio del claim free from. Sempre secondo l'Osservatorio pet food, più della metà dei prodotti a scaffale contiene almeno uno o più claim negativi. I principali sono i senza conservanti, senza coloranti, senza cereali, senza ogm, cruelty free e senza glutine. Rientrano in questo ambito anche referenze prive di carne di pollo, risultata allergenica e quindi poco indicata per la salute degli animali.

## IL SUCCESSO /

Ha giocato un ruolo favorevole alla diffusione dei prodotti no grain il fatto che i pet parents, propendendo per un'alimentazione più ricca di proteine per i loro animali, si siano dimostrati disponibili a spendere cifre maggiori per acquistare prodotti premium e superpremium di alta gamma quali sono quelli grain free. I prodotti senza cereali, inoltre, propongono una formula percepita dai pet owner come più ricca dal punto di vista nutritivo, caratterizzata da prodotti maggiormente ricercati e quindi più appetibili per l'animale. Si è generato un vero boom che ha portato negli anni la maggior parte dei brand del settore pet food a presidiare questo segmento proponendo al mercato un numero elevato di referenze che hanno caratterizzato l'offerta sugli scaffali dei punti vendita. Hanno giocato un ruolo importante anche i medici veterinari che, in presenza di intolleranze o problemi di assimilazione di determinati cibi da parte di cani e gatti, hanno spinto i proprietari a orientarsi verso diete prive di cereali. Gli alimenti grain free, quindi, non rispondono solo alla filosofia di un'alimentazione ancestrale dei pet ma anche a un'esigenza particolare dell'alimentazione del cane e del gatto, poiché permettono di nutrire gli animali con un numero limitato di ingredienti che hanno minori possibilità di scatenare reazioni avverse. Anche questa caratteristica ha reso queste referenze attrattive per le aziende del settore pet food. Per quanto riguarda invece le ricette free from quali "senza coloranti" e "senza conservanti", sono talmente entrate nelle logiche produttive delle aziende e nelle abitudini dei clienti da non rappresentare quasi più un valore aggiunto per l'acqui-

## 2\_COSA VI ASPETTATE PER IL FUTURO DI QUESTI PRODOTTI?



**Federico Ceccarelli (Landini Giuntini):** «Dubito che ci sia un ritorno alle vendite di cinque anni fa, per il grain free anche per il clima in cui viviamo che richiede meno ricette ad alto tasso proteico rispetto ai Paesi del Nord Europa. Penso invece che sia destinato a svilupparsi il segmento gluten free, inteso come no glutine di frumento, in referenze che comprendono riso, mais, granoturco e sorgo».



**Ilaria Sturla (Whitebridge Pet Brands):** «Il grain free, che da diverso tempo si sta consolidando come trend sul mercato, è presente da diversi anni e nel prossimo futuro ci sarà spazio perché possa affiancarsi in uno stesso prodotto ad altri specifici plus (legati per esempio al particolare stadio di vita o fisiologico dell'animale), che segmentino ulteriormente la proposta».



**Sandra Galliazzo (Exclusion):** «Secondo il nostro parere, gli alimenti grain free che arrivano dalla filosofia del mercato americano, legati quindi al concetto di ancestrale con percentuali elevate di carne, probabilmente diventeranno sempre più dei prodotti di nicchia. Tipologie di alimenti più bilanciati, pur sempre senza l'utilizzo di cereali invece, potranno continuare ad avere un certo riscontro ed interesse nel mercato italiano».

## 3\_COSA CHIEDONO I NEGOZIANTI?



**Andrea Conforti (Necan Pet Food):** «Richieste particolari non ci arrivano ultimamente dal retail; per un certo periodo i negozianti ci hanno sollecitato linee gatto grain free ma ora questa domanda di prodotto si è fermata. Anche il fatto che dai punti vendita non arrivano richieste particolari è indicativo di una moda - quella per il grain free - che è un po' passata».



**Alessandro Delli Carpini (Area-Dog):** «Il retail vorrebbe prodotti a un prezzo più basso ma con qualità più elevate. Nostro compito è quello di riuscire a trovare il giusto equilibrio rispetto alle loro richieste anche se talvolta è difficile».



**Sandra Galliazzo (Exclusion):** «Pensiamo che i negozianti, al di là delle preferenze e delle aspettative che giustamente ognuno ha, cerchino comunque di offrire al cliente ciò di cui ha bisogno. Finché la richiesta di prodotti grain free continuerà ad esserci, anche i proprietari dei punti vendita saranno interessati ad avere questa tipologia di alimenti sui loro scaffali».



Gli alimenti grain free non rispondono solo alla filosofia di un'alimentazione ancestrale dei pet ma anche a un'esigenza particolare dell'alimentazione del cane e del gatto, poiché permettono di nutrire gli animali con un numero limitato di ingredienti che hanno minori possibilità di scatenare reazioni avverse

sto di un prodotto. Difficile, per non dire quasi impossibile, trovare sugli scaffali dei punti vendita prodotti che contengano coloranti, conservanti o additivi chimici. Diverso il discorso del gluten free che rientra in una proposta dietetica e curativa che può essere idonea per animali con intolleranze e che, anche per una moda che si sta diffondendo per la dieta umana, trova più riscontri a livello di pet food. Analogo discorso per le linee senza ogm o cruelty free che rientrano nell'attenzione dell'industria del pet food e dei pet parents per un'economia più sostenibile. Ma sono soprattutto i prodotti senza grano ad aver rappresentato dei driver d'acquisto per i clienti finali.

## SITUAZIONE ATTUALE /

Dopo il boom dell'offerta grain free e no grain, che in Italia ha raggiunto il suo culmine cinque o sei anni fa, si è assistito a un ridimensionamento di questo segmento di offerta che ora rappresenta per le aziende del settore pet food una nicchia di prodotti top di gamma che non sta registrando particolari indici di crescita a livello di fatturato e quote di mercato. Le ragioni sono diverse. Da parte dei veterinari, ad esempio, si è ridimensionato l'allarme lanciato alcuni anni fa sulla presenza di frumento nelle referenze per cani e gatti; se un cereale è di alta qualità e non troppo presente come quantitativo, non può far male al cane. Su questo assestamento delle vendite gioca un ruolo anche la posizione geografica dell'Italia. Il clima temperato del nostro Paese rende meno necessaria un'alimentazione fortemente concentrata sul consumo proteico che invece è più indicata per la popolazione animale del Nord Europa. Inoltre, sta incidendo anche l'aspetto economico. Soprattutto i no grain sono prodotti di alta qualità, premium e superpremium, che mediamente vengono proposti a prezzi più alti – anche il 25% in più – rispetto ai prodotti con cereali. L'innalzamento dei costi delle materie prime e di approvvigionamento che sta caratterizzando tutta la filiera del settore pet food, impatta in modo sensibile sui prodotti che contengono molta carne o fonti proteiche alternative; per questa ragione i listini di vendita si sono ulteriormente alzati per il consumatore. Il fattore prezzo, in una congiuntura economica molto difficile come quella che si sta vivendo, rappresenta una barriera all'acquisto.

## PROSPETTIVE FUTURE /

L'industria del pet food si sta muovendo verso l'utilizzo di fonti proteiche alternative e sostenibili. I produttori di cibo per animali, ad esempio, stanno valutando la possibilità di realizzare referenze con

## La parola al retail



### “PET PARENTS ALLA RICERCA DELLA QUALITÀ”

**Andrea Albanese – Cucciolandia, Quarrata (PT)**

«I prodotti grain free ora sono richiesti dai pet parents non solo in presenza di animali intolleranti ai cereali. Siamo di fronte a una clientela che è alla ricerca di referenze di qualità e ha riscontrato in questo tipo di offerta una risposta alla sua domanda. Le vendite stanno andando abbastanza bene per tutte le marche. Per quanto riguarda i prodotti free from, come senza glutine o senza coloranti e conservanti, la richiesta da parte dei consumatori è inferiore. I prezzi? Per i grain free sono tradizionalmente medio alti; sono proposte di alta qualità e mediamente sono più cari anche perché risentono dell'aumento dei prezzi generalizzato che stiamo registrando in questi mesi per tutti i prodotti. Per quanto riguarda gli altri free from, si trovano a prezzi più accessibili. Quest'anno abbiamo già riscontrato almeno due o tre adeguamenti verso l'alto dei listini. Malgrado questo, la richiesta da parte dei pet parents si sta mantenendo costante; non abbiamo riscontrato una flessione».

### “VENDITE IN CALO”

**Andrea Francolini – Gioie di famiglia pet shop, Cattolica (RN)**

«In questo periodo le vendite del grain free sono in calo. Il boom c'è stato alcuni anni fa quando questi prodotti hanno rappresentato una novità. Le aziende produttrici avevano investito molto in comunicazione verso il consumatore e anche nei nostri confronti. Anche i veterinari promuovevano questi prodotti che erano innovativi. Tutte le ditte hanno linee di prodotti grain free e free from nelle diverse tipologie di punti vendita anche in quelle non specializzate come supermercati e ipermercati; la clientela, quindi, si è divisa tra i canali e noi negozianti tradizionali risultiamo penalizzati. Il grain free è il prodotto più ricercato rispetto ai free from anche se rimane comunque una nicchia. I prezzi di questi prodotti sono aumentati ma non penso che questo rappresenti una barriera per gli acquisti; i pet parents che sono motivati e hanno esigenze di acquistare prodotti particolari per i loro animali continueranno a cercare queste referenze».

### “NON SEMPRE PRODOTTI DI QUALITÀ”

**Gualtiero Pedotti – Impronte, Milano**

«I prodotti grain free sono abbastanza ricercati dai nostri clienti. Le aziende si stanno orientando sempre più in questa direzione anche se in Italia siamo partiti in ritardo rispetto ad altri mercati perché produrre referenze grain free costa molto di più, se si vogliono prodotti di alta qualità. Un conto, infatti, è puntare su carne pura che costa molto, un altro è infarcire le referenze con proteine di dubbia qualità che abbassano il livello del prodotto. Lo dico perché non sempre dalle aziende sono arrivati cibi di alta gamma come il grain free richiederebbe. Per quanto riguarda gli altri claim free from, come senza glutine, coloranti e conservanti, tra i clienti finali c'è molta confusione in generale sull'argomento. È ormai consuetudine che si realizzino prodotti senza coloranti; non è più quindi un particolare valore aggiunto. Non vedo inoltre i miei clienti spingere particolarmente per acquisti di referenze senza conservanti. I prezzi mediamente più alti del grain free non sono una barriera per l'acquisto. Se i pet parents vedono che, mangiando in un certo modo, il loro cane sta bene, sono disposti a spendere di più anche perché in questo modo risparmiano rispetto alle visite dai veterinari. L'importante è non esagerare con i rincari».

### “BENE LE VENDITE GRAIN FREE PER I CANI”

**Bianca Abruzzese – Delipet shop, La Spezia**

«Vendiamo bene i prodotti grain free, quasi come quelli che contengono cereali. In particolari sono ricercate le referenze per cani mentre per i gatti molto meno. I pet parents si affidano a noi e alla nostra competenza. Chiedono informazioni e poi procedono agli acquisti. Questi articoli sono ricercati in particolare da proprietari di animali che hanno problemi di salute a livello di assimilazione di cibi. Il prezzo più alto non rappresenta una barriera per l'acquisto; si tratta di referenze che non hanno listini eccessivamente maggiorati rispetto alle altre. Chi entra in un pet shop è disposto ad accettare prezzi più alti, altrimenti opterebbe per super e ipermercati dove troverebbe prodotti più economici. Per quanto riguarda gli altri prodotti free from vendiamo in particolare il gluten free, perché è una moda anche per la dieta umana, ma molto meno rispetto ai prodotti senza cereali di cui sicuramente i pet parents hanno sentito parlare maggiormente. Ormai tutti i brand hanno linee grain free; le loro quote di mercato le hanno già conquistate. Sentono meno l'esigenza di proporre novità».

nuove proteine come gli insetti, al momento ancora molto costosi. Si va verso ricette più semplici, con liste di ingredienti corte che mettano il consumatore di fronte a linee di pet food più naturali possibile e che siano meno rielaborate e industriali.

Queste tendenze, come si potrebbero legare all'offerta dei claim grain free e free from? Molto difficile prevederlo in questa fase. «Immagino – dichiara Andrea Conforti, ceo di Neco Pet Food – che per il segmento free from si tenderà a realizzare prodotti senza pollo che è un allergizzante; i reparti ricerca e sviluppo delle aziende studieranno sicuramente nuove formulazioni. Non so, invece, cosa si possa proporre di ulteriormente innovativo per il grain free che, a mio avviso, ha già espresso il suo potenziale come prodotto e anche a livello di vendite». Il futuro dei prodotti sarà influenzato dalla situazione economica generale e dalla reperibilità delle materie prime; questa combinazione porterà le aziende ad agire di conseguenza. «I produttori del settore pet food – conclude Conforti – si stanno muovendo verso referenze realizzate con materie prime di alta qualità ma bisogna poi avere la certezza della reperibilità di quelle materie, cosa che oggi non è possibile avere neanche per il no grain». Anche per queste ragioni i produttori di pet food si stanno spostando verso linee a basso contenuto di cereali. Si tratta di un compromesso; si opta per una referenza più proteica e low grain che risulta però più sostenibile a livello economico per il produttore e per il consumatore. Federico Ceccarelli - national sales director - pet specialist & normal trade di Landini Giuntini, invece, per il futuro immagina «il no grain come un segmento che continuerà ad essere presidiato da tutti i brand con un portafoglio di prodotti però più ristretto rispetto a quello che si è affermato negli anni scorsi. Penso anche a referenze con proteine alternative che offrono un prodotto superpremium a prezzo leggermente superiore; tre o quattro proposte per marchio che potranno coprire la gamma di questa offerta di prodotti e la domanda dei proprietari di animali».

## PET PARENTS E PUNTI VENDITA /

Malgrado lo scenario descritto di un segmento nicchia di mercato, rimane uno zoccolo duro consolidato di pet parents fidelizzati che si trovano bene con questa alimentazione per il loro cane e trovano l'offerta attrattiva indipendentemente dal prezzo a cui viene proposta. Non mancano però acquirenti che, dopo una prima fase di innamoramento per questi prodotti, sono ritornati a una dieta diversa, più in linea con il gluten

## 4\_A COSA STA LAVORANDO LA VOSTRA AZIENDA IN CHIAVE GRAIN FREE O FREE FROM?



**Federico Ceccarelli (Landini Giuntini):** «Stiamo lanciando una gamma di 12 confezioni umide per il gatto con il brand ItalianWay; si tratta di alimenti completi in sfilaccetti per kitten, adulti e per gatti sterilizzati. Per lo stesso marchio stiamo abbandonando lo sviluppo di grain free per focalizzarci sul gluten free, puntando su diete con cereali ancestrali o cereali alternativi come sorgo, riso integrale ma inserendo nella formulazione i piselli integrali per aumentare il tenore proteico degli alimenti».



**Andrea Conforti (Neco Pet Food):** « Sia nella gamma grain free che in quella low grain, stiamo sviluppando nuovi alimenti con ingredienti funzionali, per proporre al consumatore referenze di alta fascia. Nei nostri alimenti non sono presenti proteine di pollo, possiamo pertanto considerarli free from. Stiamo inoltre studiando la formulazione di nuove diete dall'alto profilo nutrizionale e valore aggiunto che entreranno nella gamma no grain».



**Alessandro Delli Carpini (Area-Dog):** «Area-Dog produce prodotti di gamma molto alta e stiamo per inserire in listino nuove linee ancor più di gamma elevata per una clientela ricercata, di nicchia, che non ha problemi a spendere di più. Recentemente abbiamo lanciato un prodotto che si chiama Mug Dog, una sorta di torta per cane che si cucina al microonde, completamente naturale».



**Sandra Galliazzo (Exclusion):** «Il nostro impegno si muoverà sempre nello sviluppo di linee monoproteiche, che potrebbero però in futuro abbracciare prodotti specifici senza cereali».

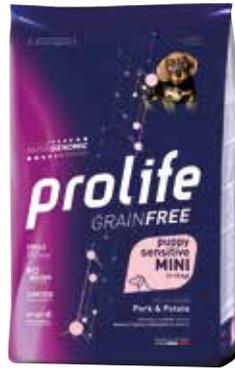


**Ilaria Sturla (Whitebridge Pet Brands):** «L'offerta Schesir, concentrata in particolare nell'umido gatto, sposa la natura carnivora del felino, offrendo prodotti con apporto proteico dato da vera carne o vero pesce, e fornendogli anche l'idratazione necessaria nella sua dieta quotidiana».

free, con presenza di riso e di cibi proteici, come sottolinea Sandra Galliazzo, marketing assistant di Exclusion: «Negli anni scorsi, sia sul web che sulle riviste di settore, si era parlato molto del grain free. Molti veterinari più di recente hanno messo in dubbio però che una nutrizione 100% ancestrale possa essere l'ideale per il benessere dei pet, soprattutto del cane. I proprietari più informati, che amano scegliere con cura la miglior nutrizione per il proprio animale, stanno quindi rivalutando le scelte, adeguandole a favore di alimenti più bilanciati, che sicuramente troveranno consenso tra gli utenti». Rispetto ai canali, i pet parents optano in particolare per il punto vendita tradizionale. Non c'è dubbio, infatti, che l'alta specializzazione del prodotto no grain o free from trovi la sua collocazione ideale proprio nei pet shop anche per la presenza di personale specializzato in grado di dare informazioni precise ai clienti che le richiedano. Ci sono poi consumatori, un tempo fidelizzati al pet shop, che puntano su alternative più convenienti nei discount o nei

supermercati, rinunciando anche alla ricerca dell'alta qualità del prodotto. Infine, sta crescendo il numero di acquirenti che puntano decisamente sull'e-commerce. E proprio questo è il canale prescelto da Area-Dog, azienda nata nel 2017 e specializzata in cibo naturale per cani, come spiega il co-fondatore e ceo Alessandro Delli Carpini: «Un prodotto no grain di alta gamma che viene ricercato da un consumatore con esigenze molto precise per il suo animale, a mio avviso trova nell'e-commerce il canale privilegiato di vendita. Non parliamo infatti di una clientela che punta su prodotti di fascia di prezzo più bassa che può trovare nella grande distribuzione. Mi riferisco a un consumatore attento che, dopo aver trovato autonomamente le informazioni di cui ha bisogno, acquista direttamente i prodotti online senza aver bisogno di altri tipi di consulenze. È la clientela cui noi ci rivolgiamo; per queste ragioni stiamo puntando molto sul web anche se siamo presenti con i nostri prodotti in alcuni pet shop selezionati».

## PROLIFE, MAIALE PER I CUCCIOLI



La linea Prolife Grain Free di Zodiaco si arricchisce di una novità: Puppy Sensitive Mini Pork & Potato. Si tratta di un prodotto per cuccioli ricco di maiale fresco disossato; le pezzature utilizzate derivano da capi allevati e macellati in Italia ed essendo lavorate dal fresco sono in grado di assicurare all'alimento un'ottima palatabilità. L'inclusione di patate apporta preziosi carboidrati privi di glutine, per rispettare la loro natura e le esigenze dei soggetti sensibili.

## LA LINEA DOG NATURINA ELITE



La linea cane Naturina Elite è composta da prodotti secchi e umidi grain free e low grain caratterizzati da un'elevata percentuale di ingredienti animali (60/62% su secco e 96% su umido) e

dall'utilizzo di una singola proteina animale per ciascuna formula. I gusti disponibili sono diversi: agnello, coniglio, cinghiale, maiale, salmone, anatra, tacchino, vitello. Tutti i prodotti cane Naturina Elite sono made in Italy senza l'aggiunta di conservanti e coloranti chimici e cruelty free.

## WONDERFOOD, OASY GRAIN FREE FORMULA



Gli alimenti Grain Free Formula di Wonderfood sono pensati per rispettare la natura carnivora di cani e gatti.

I prodotti secchi sono preparati con il 50% (linea cane) e il 60% (linea gatto) di un'unica fonte proteica animale – a scelta fra agnello, pesce, maiale e tacchino – e senza cereali. Completano le formulazioni le inclusioni di mela come fonte di fibre e Vegetal Complex, che fornisce antiossidanti, vitamine e minerali. Per cani, Oasy offre anche gli alimenti monoproteici Grain Free Formula Wet.

## PET FITNESS, SNACK PER CANI TI MANGIO

Pets Fitness presenta nel mercato pet food la linea di snack per cani Ti Mangio da 100g: quattro referenze al pesce e frutta (90% di merluzzo e 10% di mela o pera o zucca o mirtillo rosso), gluten free, grain free, senza coloranti, conservanti e zuccheri aggiunti e quattro referenze monoproteiche naturali con gusti ricercati (capra, lepre, fagiano e cinghiale), senza coloranti, conservanti, zuccheri aggiunti e aromi artificiali.



## I MENÙ DI TERRA CANIS

I menù Grain Free di Terra Canis presentano un'elevata percentuale di carne, accompagnata da ingredienti quali verdura, frutta ed erbe aromatiche. Supplementi alimentari come alga marina, argilla, guscio d'uovo in polvere, polline di fiore, sale delle Ande e lievito di birra forniscono vitamine e minerali naturali. La farina di cocco è poi un vero superfood. Con il suo elevato tenore di Omega 3, l'olio di lino completa i menù Grain Free particolarmente adatti a cani con intolleranze ai cereali.



## ZERO GRAIN, IL MONOPROTEIN DI NECON

Zero Grain è la linea monoproteica di alimenti secchi e completi per cani, senza cereali o altre fonti di glutine by Necon Pet Food. Sin dai primi mesi di vita, Zero Grain Puppy & Junior contribuisce allo sviluppo del cucciolo e a limitare fenomeni di ipersensibilità alle proteine animali, grazie alla presenza di un'unica fonte proteica. Per un apporto bilanciato in energia, contiene favette, piselli e zucca.



## QUATTRO FORMULAZIONI PER FORZA10



Nelle quattro formulazioni Skin, Digestion, New Zealand, All Life, la linea di alimenti grain free di Forza 10 rappresenta l'evoluzione del mantenimento tradizionale per il cane. Quattro ricette altamente qualitative, complete e bilanciate composte da proteine ottenute da animali allevati in maniera estensiva; assenza di carboidrati derivanti da cereali; utilizzo di acciughe e pesci di superficie pescati nell'Oceano Pacifico; rapporto ottimale di acidi grassi essenziali Omega3 e Omega6.

## HAPPYDOG, CROCCHETTE CON STRUZZO AFRICANO

Supreme Sensible Africa è un alimento secco del brand Happydog per cani adulti a partire da 11 kg di peso, ideale per cani sensibili in caso di allergie e intolleranze alimentari. L'alta tollerabilità è garantita grazie allo struzzo africano come unica fonte proteica e alle patate senza glutine; la ricetta viene ulteriormente completata da pregiati acidi grassi Omega-3 e Omega-6, a supporto del benessere della pelle e del pelo. La dimensione delle crocchette è stata studiata per la dentatura dei cani di media e grossa taglia.



## ADRAGNA, NAXOS PESCE E AGRUMI



Il prodotto Naxos pesce e agrumi di Adragna Pert food si caratterizza per essere formulato con solo pesce azzurro proveniente da pesca sostenibile, senza glutine e con l'aggiunta di agrumi siciliani.

Tutti gli alimenti Naxos sono ogm free, cruelty free e non contengono conservanti e coloranti aggiunti.

## AREA WILD: IL PRESSATO A FREDDO GRAIN FREE



Le ricette della linea Area Wild di Area Dog contengono pochi ingredienti essiccati 100% naturali e il 90% di fonti proteiche animali selezionate con cura. I binomi di carni che diversificano le ricette offrono un apporto nutritivo ottimo per ogni esigenza. Completano il prodotto frutta, verdura, un'erba officinale o una spezia, per implementare l'apporto di vitamine e sali minerali. I nutrienti sono altamente disponibili grazie all'innovativo metodo di produzione utilizzato.

## IL MONOPROTEICO DI GA PET FOOD

Ga Pet Food Partners Italia propone diverse ricette di crocchette grain free sia per cane che per gatto, con una singola proteina animale e con almeno il 26% di carne cucinata al momento grazie all'innovativo sistema freshtrusion. Tutte le ricette sono disponibili in tre differenti packaging personalizzabili con oltre 500 diverse templates da utilizzare per la creazione della propria etichetta frontale.



## ALDOG, CROCCANTINI CON MAIALE

Aldog Grain Free è un alimento con un elevato valore proteico. Si tratta di crocchette studiate per cani che necessitano di una dieta priva di glutine e cereali. La linea è una ricetta esclusiva dedicata ai cani e punta tutto sul benessere dell'animale. I croccantini per cani Aldog Pork with whole peas sono un alimento completo per esemplari adulti di tutte le razze e taglie, formulato senza l'uso di glutine e di cereali e con proteine di maiale come primo ingrediente, senza conservanti né coloranti.

I croccantini per cani Aldog Pork with whole peas sono un alimento completo per esemplari adulti di tutte le razze e taglie, formulato senza l'uso di glutine e di cereali e con proteine di maiale come primo ingrediente, senza conservanti né coloranti.

## I CANERECCI DI DOGGYEBAG

I Canerecci sono squisiti biscotti ripieni e grain free. Sono prodotti da Doggyebag in tre gusti: frutta; manzo zucca e bacche di goji; salmone, storione e zucchine. Sono realizzati con metodo artigianale, cotti al forno e formulati senza conservanti. La confezione è amica dell'ambiente, perché al 100% riciclabile nella carta. Il reparto ricerca e sviluppo Doggyebag ha lavorato oltre un anno per ottenere l'impasto perfetto, completamente senza cereali.



## GIUNTINI, ITALIANWAY SENZA CEREALI



I nuovi alimenti umidi superpremium ItalianWay Sfilaccetti in Salsa sono rigorosamente cotti al vapore, senza additivi, coloranti o zuccheri aggiunti. Senza cereali, ma arricchiti da superfood, portano in ciotola

gusto e sapore in soli 85 grammi. A supporto del sistema urinario e per gestire il controllo del peso dei gatti sterilizzati, ItalianWay propone Weight Management con i mirtilli rossi (antiossidanti) abbinati a maiale, tacchino o salmone.

## AMANOVA, LINEA GATTO E CANE NO GRAIN

Amanova propone 14 ricette no grain di alimento secco tra cane e gatto, 8 umide per cani e 6 umide per gatti. In particolare, la linea Gatto No Grain è presente nelle ricette secche al pesce bianco con l'aggiunta di zucca, arancia e carote per gatti sterilizzati e nelle referenze umide nei gusti di pollo, manzo e pollo, pesce bianco e tacchino. La linea Cane No Grain invece, è disponibile nelle ricette secche al salmone con zucca, broccoli e frutti rossi e nelle ricette umide nei gusti di tacchino, salmone e tacchino, pollo.



## EAGLE, GRAIN FREE A BASE DI INSETTI

Brit Care Hair & Skin è il nuovo alimento grain free di Eagle basato sulla innovativa proteina di insetti abbinata al pesce bianco disidratato. Le due fonti proteiche permettono di avere un profilo aminoacidico completo e un ridottissimo potere allergogeno. È un alimento a elevato apporto di Omega-3 e Omega-6, arricchito di probiotici, privo di conservanti, coloranti, aromi artificiali e ogm.



## SCHESIR KITTEN CARE PER TUTTI I GATTI

Le nuove ricette Schesir Kitten Care, al tonnetto o pollo "frullati", sono dedicate alla nutrizione del gattino, dalla nascita sino a 12 mesi. E sono tutte grain free. I prodotti in busta da 150g in crema, preparati con vitamine e minerali, indicati per lo sviluppo del sistema immunitario, sono ideali da 0 a 6 mesi. I prodotti in mousse in lattina da 85g, con proteine dell'uovo e integrati con taurina per lo sviluppo del sistema neurologico, sono studiati per i gattini da 3 ai 12 mesi.



## HYGGE-DOG SODDISFA I CANI DI TUTTE LE TAGLIE



Hygge-dog offre una gamma di crocchette monoproteiche grain free, pensate sia per cani di taglia piccola e medio-grande. La linea è stata formulata con patate dolci e patate. Per i cani di piccola taglia è disponibile la linea grain free mini al salmone mentre per i cani di taglia medio grande è possibile scegliere tra la proteina di trota e quella di anatra. Hygge-dog è la referenza grain free sensitive, a base di proteina di insetto, adatta agli esemplari che hanno sviluppato allergie rispetto alle proteine classiche.

## I PATÉ DI LILY'S KITCHEN

Smooth Paté Selection è composto da una selezione di paté grain free e senza zuccheri aggiunti per garantire una migliore digestione al gatto. Preparato solo con ingredienti naturali e senza additivi artificiali, lo Smooth Paté di Lily's Kitchen è nutrizionalmente completo e disponibile in quattro diverse varietà di gusto: pollo, tacchino, selvaggina e agnello.



## MONGE PUNTA SULL'AGNELLO



Monge BWild Grain Free All Breeds Agnello con patate e piselli è un alimento completo e bilanciato per cani adulti; è formulato per il benessere di esemplari di tutte le taglie, grazie alla selezione di fonti alternative di carboidrati non

derivati dai cereali, come patate e piselli. La formulazione supporta le articolazioni grazie all'inclusione di glucosamina e condroitina solfato. Gli acidi grassi Omega-3 aiutano pelle e manto. Contiene la spirulina e la yucca schidigera.

## FARMINA, UNA LINEA A BASE DI QUINOA

La linea di alimenti N&D Quinoa è pensata appositamente per cani e gatti dalle specifiche esigenze: si rivolge, infatti, a tutti quei pet che cercano l'alimento adatto alla ripresa dopo un trattamento nutrizionale o che vogliono scongiurare l'insorgenza di qualche patologia. La gamma include alimenti studiati appositamente per gestire: peso in eccesso o tendenza al sovrappeso; reazioni avverse al cibo; sensibilità digestive; pet sterilizzati e gatti; gatti con basse vie urinarie delicate.



## THRIVE: TUTTO GRAIN FREE

Thrive realizza alimenti e snack con ingredienti di altissima qualità. Sono prodotti totalmente grain free: 100% carne o pesce, senza coloranti, zuccheri o conservanti, ideali per i fabbisogni nutrizionali di tutti gli animali. Il cibo umido è completo e bilanciato. Contiene tutte le sostanze nutritive, minerali e vitamine necessarie ed è un mix equilibrato di carne o pesce e verdure facilmente digeribili.



## MARPET, MIX DI CARNE E PIANTE PER GATTI

Chef Cat Grain Free è una gamma di alimenti per gatti formulata senza cereali. La combinazione tra carne disidratata e fresca e il mix di estratti di piante e frutta, offre una alimentazione ideale per la crescita dei gattini e il benessere di quelli adulti o sterilizzati. È disponibile nel formato da 1,5 kg in 4 ricette, con materie prime come salmone, tonno, tacchino e anatra.



## EXCLUSION CONTRO LE INTOLLERANZE ALIMENTARI

Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Hypoallergenic Dog ed Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Hypoallergenic Cat, sono rispettivamente una linea e un alimento dietetici di formulazione monoproteica, realizzati con un'unica fonte alternativa di proteine animali e ingredienti innovativi, senza l'utilizzo di cereali. La loro formula con un numero limitato di ingredienti e grain free riduce il rischio di reazioni avverse al cibo. Rappresentano la risposta a disposizione dei veterinari per cani e i gatti con intolleranze alimentari.



## LE LINEE SUPERPREMIUM DI PET360

Pet360 offre prodotti superpremium a base di pesce o carne senza cereali aggiunti. La Linea Forma360 vanta due referenze gamma grain free per cani: salmone&agnello per i soggetti più esigenti o più sensibili e pollo&tacchino per gli amanti della carne. La Linea Salute360, monoproteica e monoglucidica, vanta due ricette grain free come salmone&patate per i soggetti più esigenti o più sensibili e pork&potatoes per una alternativa alla carne di alto valore biologico e appetibilità unica.



## MARS SHEBA NATURE'S COLLECTION

Le nuove vaschette Sheba Nature's Collection propongono pasti preparati con cura, realizzati con ingredienti naturali selezionati e di grande qualità. Senza aggiunta di coloranti e conservanti, queste ricette sono grain free e disponibili nei tre gusti in salsa pollo, tacchino e salmone, realizzato con pesce 100% proveniente da fonti sostenibili.

