

Low grain: quale futuro?

Cresce l'offerta nei pet shop ma prezzo, concorrenza con il più noto "grain free" e poca conoscenza del claim da parte dei consumatori frenano il successo del segmento. Tuttavia, le ricette bilanciate e il posizionamento più competitivo rispetto alle gamme di alimenti senza cereali rappresentano due punti di forza su cui costruire una crescita duratura.

di Francesco **Graffagnino**

IL PARERE DELL'INDUSTRIA - 5 VOCI A CONFRONTO



Valentina Ravagnan,
technical and marketing
manager di Marpet



Nicola Giandoso,
responsabile marketing
di Zoodiaco



Gianandrea Guidetti,
research development
intern di Forza10



Michele Cavanna,
responsabile commerciale
Italia di Alinatur



Andrea Conforti,
Ceo di Necon Pet Food

I prodotti low grain rappresentano una nicchia del mercato pet food, ma negli ultimi anni le aziende produttrici che hanno a listino referenze di questo tipo stanno cercando di aumentare il numero di prodotti da proporre al retail. I mangimi che presentano una formulazione a basso contenuto di cereali, cresciuti all'ombra del più famoso grain free, rappresentano certamente un'opzione interessante sia per quanto riguarda la ricetta, bilanciata di tutti i nutrienti, sia per il prezzo che, se comparato ai prodotti privi di cereali, si presenta come più competitivo. Nonostante le premesse positive il segmento fatica ancora ad imporsi sul mercato, in particolare non è ancora pienamente riconosciuto, almeno in parte, da molti consumatori. Quali sono le ragioni principali di questa problematica? Industria e retail sono piuttosto concordi nell'affermare che la poca consapevolezza del cliente e la poca chiarezza intorno al claim non aiutano il riconoscimento del valore del prodotto. Anche per il pet owners informato che si rivolge a questo tipo di claim, è più immediato comprendere il concetto di un mangime "privo" che "a ridotto contenuto" di cereali. A complicare la situazione è la mancanza di una normativa che indichi sotto quale soglia percentuale si possa ritenere un prodotto low grain. Le percentuali di inclusione dei cereali all'interno delle ricette che si presentano con questo claim oscillano tra il 22% e il 5%: una forbice piuttosto elevata.

Negli ultimi 12 mesi anche il prezzo ha influito negativamente sul sell out. Generalmente il cliente finale che si rivolge a questi prodotti è informato e alto spendente, abituato a far riferimento alle fasce alte dello scaffale. Il fenomeno si è confermato negli scorsi mesi, ma con un cambiamento nei comportamen-

1_ QUAL È STATO IL TREND DELLE VENDITE DEI PRODOTTI LOW GRAIN NEGLI ULTIMI 12 MESI?



Valentina Ravagnan (Marpet): «La categoria dei prodotti low grain continua ad avere un trend positivo. Anche nei prossimi mesi questa tendenza dovrebbe mantenersi grazie all'attenzione che i proprietari di cani e gatti stanno dimostrando verso questi prodotti. Il successo della linea è in parte determinato dalla qualità degli ingredienti utilizzati e dal fatto che le ricette si presentano come equilibrate dal punto di vista nutrizionale».



Nicola Giandoso (Zoodiaco): «Per quanto riguarda le referenze low grain abbiamo una gamma che è completamente senza glutine e ha buone performance di vendita. Tuttavia se paragoniamo la linea low grain alle altre referenze grain free della nostra gamma notiamo come siano le referenze senza cereali a vendere di più».



Gianandrea Guidetti (Forza10): «Le linee low grain sono spesso inserite nel portfolio di prodotti diet, che hanno avuto nel complesso un aumento interessante segnando un +10%. In generale le gamme dietetiche godono di buona salute rispetto a quelle di mantenimento che registrano una certa difficoltà».



Michele Cavanna (Alinatur): «Il nostro prodotto low grain, un monoproteico con riso integrale, sta riscuotendo un crescente successo. Nel 2024 inseriremo nuove referenze di low grain dal momento che veniamo da 12 mesi in cui c'è stata una crescita costante. La forza del successo di questo prodotto sta nella qualità delle materie prime, che per le proteine sono le stesse della nostra linea grain free, e nel prezzo che è molto interessante se paragonato a un monoproteico senza cereali».



Andrea Conforti (Necon): «Per quanto ci riguarda il trend è estremamente positivo. Proponiamo alimenti per cani e per gatti della linea Natural Wellness con basso contenuto di cereali».

ti di acquisto. I retailers hanno notato la tendenza dei pet owners a spostarsi orizzontalmente nelle fasce premium o superpremium, alla ricerca delle referenze più convenienti o in offerta. Questo ha in parte svantaggiato gli alimenti a basso contenuto di cereali che si posizionano

con un prezzo più alto nelle linee più costose. Un altro trend evidenziato dai negozianti riguarda anche la concorrenza con i grain free, che occupano ancora la maggior parte delle quote di mercato nei claim relativi ai cereali. Nonostante questo, i produttori che

hanno una gamma low grain continuano a proporre nuove referenze sul mercato. La tendenza che emerge è quella di ampliare in particolare il numero di ricette a basso contenuto di cereali all'interno delle linee specifiche o diet, al fine di evitare la concorrenza che stanno invece affliggendo le tradizionali linee di prodotti non veterinari. Inoltre, le aziende produttrici ritengono che l'alta qualità di questi mangimi e il loro bilanciamento nutrizionale in futuro possano portare questo claim a diventare un riferimento per i prodotti di fascia medio alta. Nel complesso sembrerebbe che il mercato guardi con fiducia al segmento perché permettono al retail specializzato di differenziarsi da un punto di vista qualitativo; le aziende produttrici si aspettano che dopo il periodo di difficoltà economica i prodotti di questa linea possano tornare a crescere.

QUALI CEREALI? /

Parlando di low grain ci si potrebbe aspettare che il focus principale dei clienti che acquistano questi mangimi sia proprio il cereale. Questo è vero solo in parte: i pet owners sono attenti anzitutto alla qualità del mangime e alla scelta della proteina, oltre alle preferenze di gusti dei cani e dei gatti.

Negli ultimi anni però i produttori hanno cercato di valorizzare sempre di più, anche tramite le grafiche dei pack, la scelta dei cereali utilizzati nelle ricette. Ad esempio il grano o il mais vengono utilizzati di rado nella preparazione di questi alimenti, anche perché molti temono siano ritenuti responsabili dell'insorgenza di alcune allergie. Il riso invece, nelle sue diverse specie e nel formato integrale, rimane il cereale che riscuote più successo. Questo ingrediente gluten free, è presente nel 41% dei prodotti low grain in commer-

2_ IL LOW GRAIN STA SOTTRAENDO QUOTE DI MERCATO AL GRAIN FREE?



Valentina Ravagnan (Marpet): «Da diversi anni i prodotti con il claim low grain sono apprezzati rispetto ai grain free e probabilmente stanno anche sottraendo loro quote di mercato.

I prodotti senza cereali arrivano da paesi lontani dalla nostra cultura e con diverse abitudini alimentari. La dieta grain free si basa sull'idea che i cani e i gatti siano carnivori e che debbano mangiare come i loro antenati. Questo però non prende in considerazione il processo di domesticazione che questi animali hanno attraversato in millenni».



Nicola Giandoso (Zodiaco): «Per noi il low grain non sta sottraendo quote di mercato al grain free. La moda del grain free non sta calando, anzi, si sta rafforzando. Credo che i prodotti a basso contenuto di cereali potrebbero togliere quote di mercato a prodotti di fascia media posizionandosi come un prodotto più equilibrato e di qualità. C'è comunque su tutta la filiera pet food la tendenza a ridurre progressivamente la presenza di cereali in modo da rendere più digeribile il cibo per cani e gatti».



Gianandrea Guidetti (Forza10): «Il grain free rappresenta una scelta più drastica togliendo qualsiasi fonte di cereale, è una dieta nata nel nord America e per certi versi è adeguata al clima rigido di alcune zone. Nel mercato italiano sembra che il low grain sia stato accolto favorevolmente visto che i consumatori preferiscono una dieta più bilanciata dal punto di vista dei carboidrati».



Michele Cavanna (Alinatur): «Mi sembra che siano due linee di prodotti che non si incontrano e non sottraggono mercato l'uno all'altro. Entrambe le linee di prodotto stanno registrando performance di vendita positive. Per i prodotti Alinatur sia i prodotti low grain che i prodotti grain free presentano una qualità ottima e hanno un collocamento premium e superpremium».



Andrea Conforti (Necon): «È difficile rispondere, ma sembrerebbe che negli ultimi anni post pandemia ci sia stato un ritorno soft ai cereali, proprio attraverso questo claim. Sappiamo che ogni animale, cane o gatto, ha esigenze nutrizionali differenti. Tutti i pet, però, necessitano di vitamine e altre sostanze nutritive che sono presenti anche nei cereali. Ci sono tuttavia animali intolleranti o allergici ad alcuni nutrienti presenti nei cereali e che pertanto richiedono una dieta priva di questi elementi per star bene. Per tutti gli altri pet, gli alimenti a basso contenuto in cereali sono idonei. Certo, è fondamentale che tutti gli ingredienti usati in ricetta siano di qualità, anche quelli alternativi al grano».

Etichette: facciamo chiarezza

«Per una migliore comprensione delle norme e un'informazione più trasparente, nei prodotti low grain è sempre necessario indicare la percentuale di cereali contenuti» spiega Paola Cane, founder e Ceo di Mia Solution.



«Nella legislazione sui claim nutrizionali nel campo dell'alimentazione umana, un claim relativo a un basso contenuto di una sostanza o di un nutriente è consentita solo se il contenuto di tale sostanza è almeno il 30% in meno rispetto a un prodotto simile», spiega Paola Cane. «Nel caso del pet food, mancando una normativa che specifichi i criteri per usare legittimamente

claim relativi ad un basso tenore di sostanze o ingredienti è presumibile che ci si debba riferire alla normativa generale sulla pubblicità comparativa, strumento di comunicazione che determina il confronto tra le caratteristiche diversi prodotti». La direttiva 97/55/CE, infatti, disciplina anche i messaggi pubblicitari che, pur non consentendo alcun espresso

confronto e pur non facendo menzione della concorrenza possono esplicitare una sottintesa comparazione, e si applica anche quando, in assenza di un raffronto esplicito con prodotti concorrenti, venga comunque a delinearsi un implicito paragone all'interno nelle forme verbali. «Tuttavia, il codice Fediaf, classifica i claim sui livelli di inclusione "alto" e "basso", come claim assoluti, e non comparativi», prosegue Paola Cane. «Ciò non di meno, aggiunge che i livelli dichiarati debbano essere indicati in etichetta e comprovati. Per una migliore comprensione delle norme e una etichettatura più trasparente, è bene puntualizzare che in caso di claim low grain è sempre necessario indicare la percentuale di cereali contenuti nel mangime e accertarsi che si tratti di una percentuale che può essere considerata "bassa" rispetto alla generalità dei mangimi analoghi o rispetto ad altre referenze della stessa linea».

cio e viene ricercato sempre di più dai consumatori che tendono a identificarlo come più sano ed equilibrato. Oltre al riso i pet owners apprezzano sempre di più anche l'avena, utilizzata nel 20% dei prodotti, che sta guadagnando sempre più spazio come ingrediente nelle formulazioni a basso contenuto di cereali grazie al buon successo ottenuto nell'alimentazione umana. Negli ultimi dieci anni infatti l'avena, ricca di vitamine e amminoacidi essenziali, è stata utilizzata sempre di più nella preparazione dei cibi per gli umani, ad esempio per i preparati per gli sportivi o per la produzione delle bevande vegetali usate al posto del latte.

CONSAPEVOLEZZA DEI CONSUMATORI /

Ancora oggi c'è poca consapevolezza da parte dei pet parents riguardo ai claim legati ai cereali. Il più delle volte i prodotti low grain sono scelti per motivazioni legate alla dieta o alle intolleranze. Sempre più cani e gatti hanno bisogno di seguire diete particolari legate al weight management, o ancora più spesso, alle intolleranze alimentari. Si calcola infatti che circa il 15% dei cani soffre di allergie che si manifestano con problemi intestinali o legati alla pelle o al pelo. Ad oggi sono quindi i veterinari o il personale più attento e preparato dei pet shop a guidare l'acquisto verso i prodotti low grain.

Veterinari, aziende e retail concordano su un punto: il consumatore non è del tutto conscio del significato del claim low grain. Il problema principale di queste linee è che rientrano tra i claim comparativi, dove non si indica un parametro assoluto normato ma semplicemente un minor quantitativo di cereali. «Il livello d'informazione è ancora molto

3_COME STA EVOLVENDO IL POSIZIONAMENTO A SCAFFALE DI QUESTI PRODOTTI?



Valentina Ravagnan (Marpet): «Credo che i produttori continueranno a proporre sul mercato prodotti che guardino di più alla fascia alta dello scaffale. Bisogna però considerare che le referenze low grain possono presentare qualità e prezzo differenti in funzione della composizione del prodotto stesso. Sul prezzo incide molto l'elenco degli ingredienti che vengono utilizzati: se è un monoproteico o no, l'uso delle erbe officinali, l'integrazione con altre piante, il tipo di carne utilizzata e le altre fonti proteiche vegetali, come ad esempio i legumi».



Nicola Giandoso (Zodiaco): «I prodotti low grain si posizionano su una fascia medio alta, questo dipende anche dalle fonti proteiche che si utilizzano. Ad esempio il nostro prodotto con coniglio, patate e riso si posiziona su una fascia prezzo alta perché ha una fonte proteica molto particolare. In generale mi sembra che il low grain, soprattutto con l'ampliamento delle aziende che investono in questi prodotti, vada a posizionarsi maggiormente nella fascia premium o media dello scaffale».



Gianandrea Guidetti (Forza10): «Più player entreranno in questo segmento più il prezzo si livellerà verso una fascia media. Rispetto al grain free la produzione di prodotti con cereali più facilmente può avere un costo medio più basso. Detto questo le aziende che decidono di proporre un low grain cercano di posizionarsi su una fascia medio alta. In prospettiva è probabile che sempre più aziende produttrici producano più referenze low grain che grain free».



Michele Cavanna (Alinatur): «A scaffale queste referenze rimarranno su una fascia alta, premium o superpremium. Cerchiamo di mantenere i costi dei nostri mangimi riducendo o annullando i prezzi della pubblicità che quindi non verrà caricata sul prezzo finale».



Andrea Conforti (Necon): «È ancora un trend poco evidente a scaffale ma che rientra tra i prodotti di qualità che vengono sempre più richiesti dal mercato, anche se, in questo momento di forte incertezza e di inflazione importante, l'attenzione è sicuramente rivolta anche all'aspetto del prezzo».

La parola al retail



“AUMENTATA LA PROPOSTA A SCAFFALE”

Samuele Asero - Quattrozampe, Catania

«La vendita dei prodotti con i claim sui cereali è positiva. In particolare i mangimi grain free hanno migliori performance di vendita. Il low grain invece stenta ancora anche perché non è molto noto ai consumatori e meno radicato. C'è una maggiore attenzione per quanto riguarda le intolleranze e i prodotti gluten free. Quindi anche nel caso di prodotti con pochi cereali i pet owners sono attenti al tipo di cereale utilizzato nella ricetta. Abbiamo l'impressione che il mercato stia spingendo molto su questa tipologia di prodotti e sulle linee diet in generale. In generale i nostri clienti sono molto più preparati e informati rispetto a 20 anni fa».

“IL PREZZO È UN OSTACOLO ALLA VENDITA”

Tiziana Guacci - Alla vecchia fattoria, Lecce

«Se osserviamo l'andamento di questo segmento la prima cosa che spicca è il prezzo. Il costo dei prodotti low grain è in forte crescita confermandosi come referenze che occupano le fasce alte dello scaffale. Il consumatore quando si rivolge a questo tipo di prodotti è attento a evitare cereali come il mais o il grano. I veterinari danno indicazioni ma anche noi siamo preparati a consigliare i nostri clienti. La questione relativa al costo è tuttavia preponderante in questi due ultimi anni, alcuni nostri clienti si stanno spostando verso le zone basse o medie dello scaffale. L'aumento dei prezzi è stato importante, per certi prodotti arriviamo intorno al 15%, in prospettiva speriamo che iniziano a ridurre, al momento stanno utilizzando le promozioni per incentivare la vendita di certi prodotti».

basso, è molto più complesso comprendere la funzione di un alimento low grain che di un grain free», spiega il Massimo Casaburi, medico veterinario del gruppo Zoodiaco. «Inoltre, oggi molti consumatori confondono l'utilizzo di cereali ancestrali o alternativi con il claim low grain». Secondo i player del settore è mancata su questa nicchia di mercato una campagna di comunicazione e di informazione efficace come, per esempio, per i prodotti grain free che godono di una massiccia e significativa campagna pubblicitaria. Un fatto questo, che secondo molti, ha determinato buona parte del successo di questi prodotti.

CAUTELA SUI PREZZI /

Il trend generale nelle vendite dei prodotti low grain negli ultimi due anni è stato positivo, con un fatturato che si aggira intorno a +10%, un aumento che però deve essere letto nel quadro inflazionistico che ha colpito tutto il comparto. Il pet food ha sofferto rincari negli ultimi anni che oscillano tra il 7% e il 15%. Il rialzo dei prezzi delle commodity agro alimentari arriva da lontano, è iniziato nel 2021 quando una nave cargo si incagliò nel canale di Suez. I prezzi continuarono a salire in seguito all'acquisto massiccio di grano e altre materie prime da parte di Cina e Turchia all'alba del conflitto ucraino, per poi salire alle stelle con lo scoppio della guerra. Il trend però sembra essere cambiato quest'estate e a fine 2023 ci sarebbero le condizioni per aggiornare al ribasso i prezzi dei prodotti, come richiesto a gran voce anche dal retail. Infatti, alcune commodity, come il grano o la carne di manzo, hanno iniziato a calare già da luglio, ma l'atteggiamento delle aziende è cauto e probabilmente il percorso verso una normalizzazione sarà ancora lungo. Cosa aspettarsi dunque per il prossimo

4_ QUAL È IL LIVELLO DI INFORMAZIONE DEI CONSUMATORI SULLE REFERENZE LOW GRAIN?



Valentina Ravagnan (Marpet): «In questo periodo di difficoltà economica si assiste a diversi comportamenti d'acquisto e ci sono sempre di più consumatori che arrivano spesso al low grain. Spesso il proprietario si orienta anche su altre caratteristiche, in particolare sulla fonte proteica, non sempre quindi il claim rappresenta la leva d'acquisto principale. Sempre di più i clienti finali arrivano in negozio avendo presente quali prodotti acquistare dopo aver fatto autonomamente una ricerca e una valutazione».



Nicola Giandoso (Zoodiaco): «Il prodotto low grain risponde alla ricerca di un prodotto più basilico e bilanciato, anche se il consumatore ancora non ha una consapevolezza precisa delle caratteristiche del segmento. Generalmente la scelta di questo tipo di prodotti dipende da un'esigenza particolare o un passaparola positivo. Alcuni li ricercano anche in misura preventiva al fine di evitare l'insorgenza di determinate problematiche».



Gianandrea Guidetti (Forza10): «La percezione è che il mercato italiano sia più attento al low grain in quanto presenta una dieta meno drastica rispetto al grain free. Il consumatore identifica il low grain come un prodotto di maggiore qualità nella gamma dei superpremium. I pet owners stanno iniziando a riconoscere il claim e ad apprezzarlo sempre di più anche se il focus del consumatore è molto di più sulla proteina che rimane la leva d'acquisto più importante».



Michele Cavanna (Alinatur): «In generale la consapevolezza del cliente su questo segmento è una nota dolente. Le informazioni di chi si rivolge a questi prodotti sono piuttosto basiliche. In generale l'attenzione è rivolta alle proteine e ai grassi contenuti nell'alimento. Per molti pet owners è inoltre importante che non siano contenuti alcuni cereali, come il grano, il mais o la soia».



Andrea Conforti (Necon): «Non si riscontrano particolari differenze rispetto al comportamento che possiamo riscontrare per gli altri segmenti. Le dinamiche sono quelle dell'acquisto effettuato dal consumatore attento e consapevole. Le motivazioni sono varie. La scelta dipende dallo stato di salute del pet e dallo stile di vita. Per il cane in assenza di patologie il consumatore preferisce il low grain perché lo ritiene comunque un alimento completo e di qualità. Invece per i proprietari di gatti l'aspetto grain free o low grain è meno importante».

La parola al retail



"ATTENZIONE E RICERCA DEI CEREALI"

Max Capecchi - Velvet pet, Prato

«La vendita dei prodotti low grain è abbastanza stabile, anche se c'è una preferenza per i prodotti completamente privi di cereali. Per il low grain i proprietari tendenzialmente sono molto attenti alla qualità dei cereali. Ad esempio, le ricette non devono contenere mais o grano. Viene data anche sempre più importanza alla proteina e se la ricetta è monoproteica. Inoltre sempre più clienti cercano di evitare il pollo. Il problema più importante rimane il prezzo. Tutto il comparto ha visto un forte aumento e anche i prodotti low grain hanno subito almeno un paio di rialzi quest'anno, con percentuali che variano dal 5 al 15%. Un'altra tendenza interessante che abbiamo notato tra i nostri clienti è relativa alla ricerca delle qualità specifiche del prodotto e non di una marca. I pet owners chiedono determinate quantità di grassi di proteine e cereali e il nostro compito sta poi indicare i prodotti che rispecchiano queste caratteristiche».

"SU DIECI VENDITE, SETTE SONO LOW GRAIN"

Paola Quadri - Mi Fido Pet, Vicenza

«Il trend dei prodotti low grain è decisamente positivo. Su dieci vendite sette sono di prodotti low grain. Negli ultimi anni abbiamo deciso di ascoltare sempre di più la nostra clientela che ci chiedeva prodotti di questo tipo. Tanto che abbiamo ampliato moltissimo la gamma di prodotti in negozio. Bisogna dire che abbiamo una clientela particolare, molto ben informata e che ha chiaro quali sono le esigenze dei loro pet. I prezzi di tutto il comparto sono aumentati e anche sul segmento low grain abbiamo visto un aumento di prezzi in linea con tutto il pet food».

futuro? Ormai secondo gli operatori è difficile che si verifichi a breve un ridimensionamento dei prezzi. Più probabilmente, come confermato da alcuni produttori, verrà attivata con maggiore intensità la leva promozionale. L'andamento altalenante del mercato non permette ancora ai fornitori di rimodulare i listini dei prodotti di fascia alta.

IL RUOLO DEL RETAIL /

Da parte dei negozianti c'è un'attenzione particolare per il segmento anche se a valle della filiera si nota ancora un interesse predominante per i prodotti che non presentano cereali nella formulazione. Presentare referenze premium e superpremium grain free ma anche low grain permette al retail sempre più specializzato di presentare una gamma più ampia e specifica ai clienti. Il low grain è poco conosciuto dal consumatore e non si vende se semplicemente esposto a scaffale. Ciò significa che rappresenta un'area qualificante per i pet shop che hanno l'occasione così di trattare articoli per cui gli altri canali faticano a esprimere una concorrenza.

Ad esempio i negozianti riescono ad indirizzare verso diete low grain i clienti che richiedono consigli riguardo a diete più bilanciate, soprattutto dal punto di vista della presenza dei grassi. Queste referenze così specifiche vengono vendute dunque quanto più il negoziante o il commesso è in grado di guidare l'acquisto. Infatti, presentare a scaffale prodotti olistici, grain free, low carb o low grain permette al punto vendita di differenziarsi sempre di più tramite la guida all'acquisto, di fidelizzare ancora di più la clientela.

È interessante quindi per il retail comprendere e studiare questo segmento. I claim legati ai cereali sembrano destinati a crescere soprattutto nel canale spe-

5_ QUALI SONO LE PRINCIPALI LEVE D'ACQUISTO DEI PET OWNERS?



Valentina Ravagnan (Marpet): «Nell'ultimo anno e mezzo il prezzo ha assunto un ruolo sempre più importante. Alcuni pet owners hanno deciso di scegliere prodotti di fascia più bassa, altri di spostarsi verso prodotti premium differenti che costano un po' meno. Tuttavia, per i pet che hanno esigenze alimentari specifiche molti proprietari hanno deciso di mantenere l'alimentazione abituale andando magari a ridurre acquisti ritenuti superflui».



Nicola Giandoso (Zodiaco): «I proprietari di pet che hanno patologie o intolleranze difficilmente rinunceranno a prodotti che possono aiutare il proprio cane o gatto. Sanno che è inutile risparmiare su un mangime per poi magari doversi pentire. Magari chi ha scelto i prodotti low grain o grain free per moda o per provare, più facilmente di fronte al rialzo prezzi cercherà qualcosa di più economico. Bisogna anche dire che i consumatori che si rivolgono a prodotti superpremium non hanno la tendenza ad abbassarsi su fasce più basse dello scaffale».



Gianandrea Guidetti (Forza10): «La questione del prezzo è prioritaria per i proprietari di pet. Anche i proprietari che si rivolgono al claim low grain o grain free, in genere alto spendenti, stanno iniziando ad accusare il rialzo dei listini. Non credo che nel breve periodo dovremo aspettarci una riduzione, soprattutto per quanto riguarda le fasce alte dello scaffale».



Michele Cavanna (Alinatur): «Il prezzo è sicuramente prioritario, soprattutto in questi ultimi due anni. Come Alinatur, non avendo investito in campagne pubblicitarie possiamo presentare i nostri prodotti a un prezzo più competitivo rispetto ad altri competitor».



Andrea Conforti (Necon): «Il prezzo rimane una leva d'acquisto prioritaria, ma se l'alimento è fonte di benessere per il cane o il gatto, per il suo intestino, il suo pelo, la sua salute in generale, il pet owner è disposto a spendere di più».

cializzato; anche perché, come spiegano i produttori, ridurre progressivamente la presenza di cereali nelle ricette, o almeno selezionare quelli che hanno migliori caratteristiche nutrizionali, è un trend che

si sta affermando nel food di cani e gatti. Un cambiamento che parte anche dalla richiesta dei pet owners di un'alimentazione sempre più sana e controllata per gli animali domestici.

ALTO CONTENUTO DI INGREDIENTI ANIMALI PER MONGE



Monge Bwild Low Grain All Breeds Adult Cinghiale è un alimento completo e bilanciato per cani adulti. L'elevato tenore di proteine presenti nella carne di cinghiale garantisce una dieta bilanciata, assecondando il naturale istinto dei vostri animali. Formulato con ridotto apporto di cereali, senza l'utilizzo di patate e con

semi di lino, fonte di acidi grassi omega-3, per la morbidezza e la lucentezza del pelo. La ricetta presenta frutta (come mirtilli neri, mirtilli rossi e lamponi) e ortaggi (carote), fonti naturali di fibre e minerali.

ALDOG ALPI LOW GRAIN, UN ALIMENTO SECCO BILANCIATO



Aldog Alpi è un alimento secco completo e bilanciato per cani adulti ed è formulato con un ridotto apporto di riso, unica fonte cereale, rispetto ad Aldog Artica, con olio di salmone, fonte di acidi grassi omega 6, per rendere il pelo morbido e lucente.

La formulazione è arricchita con Fos, prebiotici che supportano il benessere intestinale. Contiene tapioca, fonte di carboidrati ad alta digeribilità. La ricetta specifica di Aldog Alpi contribuisce al mantenimento dell'animale. Senza coloranti e conservanti aggiunti.

TERRA CANIS CLASSIC: ALTA DIGERIBILITÀ

I menù Terra Canis Classic contengono un'elevata percentuale di carne di muscolo (che comprende anche cuore e stomaco, che sono organi cavi muscolari), e a seconda del menù una ridotta quota di fegato ricco di sostanze nutritive e tanta sana verdura, frutta ed erbe aromatiche. A questi ingredienti vengono aggiunti unicamente pseudocereali ricchi di sostanze nutritive, facilmente digeribili e senza glutine (per es. miglio, amaranto e riso integrale) in quantità molto ridotta (4-10%). I menù sono adatti a tutti i cani adulti normopeso di qualsiasi razza.



IL PIENO DI OMEGA 3 E 6 CON HAPPY DOG



Happy Dog Supreme Sensible Ireland è un alimento secco completo per cani adulti di media e grossa taglia con salmone e coniglio. Grazie alle materie prime selezionate e ad un equilibrato contenuto proteico ed energetico, risulta adatto a cani sensibili o con intolleranze alimentari. Questa ricetta

con omega 3 e 6, aiuta a migliorare l'aspetto della pelle e del pelo diminuendo secchezza e desquamazione.

GIUNTINI ITALIANWAY SENSITIVE PER L'INTESTINO

ItalianWay Sensitive Maiale e Piselli integrali - Intestinal Aid è un alimento secco, completo e bilanciato studiato per i cani con intestino delicato e per rispondere alle esigenze dei soggetti con sensibilità alimentari. Alimento gluten free, garantisce un ridotto apporto di carboidrati, grazie alla presenza di piselli e a un'alta percentuale di proteine: il 40% di maiale assicura il principale apporto proteico, esaltando fortemente l'appetibilità in ciotola.



DA NATURINA LE REFERENZE CON RISO INTEGRALE E PROTEINE DI QUALITÀ



Elite Puppy, Adult e Adult mini Wellness secco cane e una mini-linea di alimenti completi per cani cuccioli e adulti, anche con crocchetta mini. Caratterizzata da un elevato contenuto di ingredienti animali quali salmone fresco 26% e tacchino disidratato 22-24% e da un basso contenuto di riso integrale, 14%, quale unica fonte di carboidrati altamente digeribili. Contiene

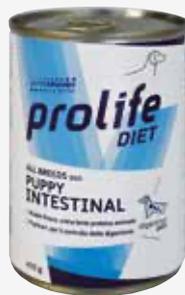
semi di lino, fonte naturale di acidi grassi omega 3 per un pelo lucido e brillante e vitamina E, utile per neutralizzare i radicali liberi. Con fonti naturali di Fos e Mos e yucca schidigera per mantenere l'equilibrio della flora batterica, mitigare l'odore e migliorare la compattezza delle feci.

NECON CON NATURAL WELLNESS NUTRE I CANI DI PICCOLA TAGLIA

Natural Wellness è l'unica gamma Superpremium e low grain studiata appositamente per cani di piccola taglia, fino a 10 kg. La ricetta senior and delicate Duck&Rice soddisfa le esigenze dei cani mini senior. Con anatra come fonte proteica alternativa, ad alto valore biologico, è ideale per i soggetti più anziani o per i cani più sensibili e intolleranti ad altre proteine animali.



NUOVE SOLUZIONI NUTRIZIONALI DA PROLIFE



La linea Prolife Diet wet si rinnova e si arricchisce di nuove soluzioni nutrizionali per la cura delle principali patologie; per il cucciolo sensibile di tutte le taglie è stato formulato Puppy Intestinal Sensitive wet, ideale per la compensazione della cattiva

digestione, la riduzione dei disturbi dell'assorbimento intestinale e il supporto al metabolismo dei lipidi in caso di iperlipidemia. Il maiale, unica fonte proteica animale, aiuta a ridurre il rischio di reazioni avverse in soggetti sensibili mentre l'equilibrato rapporto calcio/fosforo è importante per la crescita. Lo psyllium è una fibra che aiuta il controllo della digestione mentre il cucumis sativus favorisce un'azione antinfiammatoria del tratto gastro-intestinale.

DA EAGLE, BRIT FRESH CON IL 40% DI CARNE FRESCA

Brit fresh è l'alimentazione naturale low grain per cani di taglia media e grande con ingredienti sani selezionati da fonti locali. La linea presenta sei formule per tutte le età e le esigenze. Tutte le ricette hanno un minimo di 40% di carne fresca e 25% di carne disidratata garantendo digeribilità e appetibilità ottimali. Le referenze Brit fresh sono arricchite di verdure, frutti, erbe naturali e probiotici, sono completamente naturali, senza glutine, gm o additivi chimici.



UNA DIETA EQUILIBRATA CON MARPET

Aequilibravet Low Grain Maiale di Marpet è l'alimento secco che vede come prima voce tra gli ingredienti le proteine nobili del maiale, presenti sia in forma disidratata che fresca ed un uso bilanciato del riso come unica fonte di carboidrati. Aequilibravet Low Grain Maiale non contiene né coloranti né conservanti aggiunti ed è disponibile nel formato Puppy da 1,5 kg o da 12 kg, Mini da 1,5 kg e 6 kg e nel formato Medium-Large da 1,5 kg e da 12 kg.



ALINATUR PRESENTA LA NUOVA GAMMA SUPERPREMIUM DI AMITY CON RISO INTEGRALE

La nuova gamma superpremium di Amity è elaborata con ingredienti naturali e senza conservanti, né additivi artificiali che contribuiscono a migliorare la salute e il benessere dell'animale. La gamma Super Premium di Amity è stata sviluppata per coprire tutte le esigenze nutrizionali dell'animale domestico. Disponibili con i gusti pollo, agnello, maiale iberico e salmone, nei formati da 4 e 14 kg per i cani e il gusto salmone nei formati da 2 e 7 kg per i gatti. Le referenze presentano all'interno riso integrale, una importante fonte di carboidrati, proteine e fibre.

