



Mix feeding: l'alimentazione combinata che ridefinisce il pet food

La pratica di affiancare alimenti secchi e umidi sta emergendo come consolidata da parte di un numero in crescita di proprietari di cani e gatti. L'evoluzione dei consumi negli ultimi anni porterà tale approccio in una posizione sempre più centrale per il benessere animale e le dinamiche di settore.

di Davide Corrocher

La parola all'industria 6 voci a confronto



Marzio Bernasconi
DIRETTORE COMMERCIALE
DI WONDERFOOD



Luciano Fassa
DIRETTORE GENERALE
DI MONGE



Guillaume Maio
MARKETING DIRECTOR
DI GHEDA PETFOOD



Miryam Balestrini
RESPONSABILE COMMERCIALE
ITALIA DI NP INDUSTRIES



Vilma Tosco
GENERAL MANAGER
DI CERERE



Giustino Zollo
DIRETTORE VENDITE
DI OLISTIKA - VET LINE

Non sono lontani i tempi in cui la scelta tra secco e umido era principalmente un fatto di preferenze e gusti del proprietario e dell'animale, piuttosto che di fedeltà alla marca. Recentemente ha però guadagnato sempre più rilievo un fenomeno che rimescola le carte in tavola, eliminando la dialettica dry/wet per portare il discorso su un piano diverso, ossia quello dell'integrazione e della complementarità. Tra le tendenze maggiormente significative degli ultimi anni nel mercato italiano del pet food si è infatti affermato il mix feeding, la pratica di combinare alimenti secchi e umidi nella dieta quotidiana di cani e gatti. Nei prossimi anni tale approccio conquisterà un ruolo da protagonista nell'universo specializzato, riflettendo una crescente consapevolezza e preparazione dei proprietari di animali e aprendo nuove prospettive per l'industria e il retail specializzato. Se infatti l'uso combinato di crocchette e patè o bocconcini nella dieta del pet non è una novità, il cambiamento più significativo riguarda la sempre maggior coerenza fra i due segmenti a livello di formulazioni come focus recente da parte di un numero sempre maggiore di produttori. Oltretutto non è un caso che negli ultimi anni molte imprese in precedenza specializzate soltanto nel dry food abbiano lanciato gamme anche in ambito wet, e viceversa, come Adragna Petfood, Al-

dog, NP Industries o Vincent Pet Food. L'obiettivo condiviso è senz'altro quello di conquistare nuove quote di mercato e trovare ulteriore spazio sugli scaffali dei punti vendita, ma anche di rafforzare la brand identity, proporsi come marca più attenta al benessere e capace di supportare una nutrizione su misura e bilanciata e istituire un rapporto di fiducia con il consumatore. Senza contare che alcuni big brand hanno esteso questo approccio anche al mondo dello snack, costruendo linee coerenti con gli altri due segmenti. È il caso di Monge e Farmina, che hanno tracciato la rotta per una ulteriore possibile evoluzione di una pratica che potrebbe rappresentare la chiave per un rilancio del mercato del pet food, generando un impatto positivo a 360 gradi su tutta la categoria.

Un fenomeno in crescita /

La somministrazione combinata di alimenti secchi e umidi sta guadagnando terreno nel panorama italiano del pet food. Come evidenziato da Marzio Bernasconi, direttore commerciale di Wonderfood, «Negli ultimi anni, il mix feeding ha registrato una crescita significativa anche in Italia, seguendo una tendenza già ben consolidata in altri mercati europei. Sempre più pet parent adottano la combinazione di alimenti secchi e umidi come approccio nutrizionale quotidiano, guidati da una maggiore attenzione

1 Come giudica la diffusione del mix feeding nel panorama attuale del pet food in Italia?



Marzio Bernasconi (Wonderfood):

«Il mix feeding non è più solo una pratica occasionale, ma si sta affermando come scelta nutrizionale sostenuta da una crescente domanda di varietà, benessere e attenzione agli stili di vita dei pet. I proprietari non si limitano più a scegliere un unico formato, ma cercano soluzioni flessibili, personalizzabili e bilanciate. Le esigenze del cane o del gatto, in termini di palatabilità, idratazione, digeribilità, si intrecciano con le aspettative del pet parent, che ricerca prodotti che salutari, gustosi e pratici. Questo influenza direttamente le strategie di sviluppo: da un lato spinge i brand ad armonizzare le ricette tra le linee dry e wet, per consentire un'integrazione equilibrata; dall'altro favorisce il lancio di nuove gamme complementari pensate proprio per il mix feeding, con indicazioni in etichetta che guidano alla corretta combinazione».



Guillaume Maio (Gheda Petfood):

«Il Mix Feeding si sta affermando in modo sempre più evidente anche in Italia, in un contesto che per anni ha visto il secco dominare il mercato. Oggi, i dati e l'osservazione sul campo nei punti vendita specializzati mostrano chiaramente: l'umido sta guadagnando terreno. Nel segmento gatto, in particolare, gli alimenti umidi complementari stanno diventando un pilastro dell'alimentazione quotidiana: piacciono agli animali, rassicurano chi li acquista, e influenzano profondamente sia il comportamento d'acquisto che le strategie di assortimento nel canale specializzato».

al benessere dell'animale, alla varietà della dieta e all'appetibilità del pasto». Un fenomeno che, pur essendo in fase di consolidamento, mostra ampi margini di crescita, spinto da un «progressivo cambiamento nella cultura alimentare dei proprietari, che non si limitano più a scegliere un unico formato, ma cercano soluzioni flessibili, personalizzabili e bilanciate.»

Le motivazioni che spingono i pet owner verso questa pratica sono molteplici e spesso interconnesse. La palatabilità è un fattore chiave: l'alimento umido, con la sua consistenza e il suo aroma, rende il pasto più appetitoso e stimolante. Miryam Balestrini, responsabile commerciale Italia di NP Industries, sottolinea come «Il mix di prodotto rende appetibile la razione e apporta molti benefici in termini di idratazione - il cibo umido contiene fino al 75-80% di acqua -, appetibilità e bilanciamento della razione». L'idratazione è un altro aspetto cruciale, specialmente per i gatti, che spesso non bevono a sufficienza. L'umido contribuisce significativamente all'apporto idrico complessivo, supportando la salute urinaria e renale.

Oltre a questi benefici immediati, l'alimentazione combinata risponde anche a esigenze più specifiche. Può aiutare nel controllo del peso, poiché l'alimento umido, a parità di volume, è meno calorico del secco, favorendo un maggiore senso di sazietà. È inoltre ideale per cuccioli, animali anziani o soggetti con problemi dentali, grazie alla maggiore facilità di masticazione. Guillaume Maio, marketing director di Gheda Petfood evidenzia come «I pet sono ormai membri a pieno titolo della famiglia, e i loro bisogni vengono considerati con più attenzione. In questo scenario, l'alimento umido viene percepito come un complemento naturale al secco: contribuisce all'idratazione, introduce varietà, e risponde a trend consolidati come la naturalità, la freschezza o una dieta più ricca in proteine animali». Anche Giustino Zollo, direttore vendite di Olistika - Vet Line, conferma che «Olistika dal 1995 ha formulato una gamma di alimenti secchi e umidi consigliando l'utilizzo contemporaneo proprio per migliorare e bilanciare l'apporto idrico».

Il ruolo del veterinario /

Dal punto di vista nutrizionale, l'alimentazione combinata, se ben gestita, può offrire una dieta completa e bilanciata. Tuttavia, è fondamentale che il mix rispetti il fabbisogno calorico giornaliero dell'animale, evitando eccessi o carenze. Miryam Balestrini, responsabile commerciale Italia di NP Industries, ribadisce che «ogni animale ha esigenze diverse per età, razza, livello di attività, stato di salute e, combinando l'alimento secco con l'alimento umido della stessa gamma (meglio), si ottiene una dieta completa e bilanciata che soddisfa le esigenze di

2

Si può fotografare, con dati interni o di mercato, un effettivo beneficio nelle vendite generato da un approccio di mix feeding?



Marzio Bernasconi (Wonderfood):

«Assolutamente sì. Nei canali specializzati, in particolare, osserviamo un incremento delle vendite dell'umido, spinto dalla ricerca di varietà, idratazione e appetibilità. Il secco mantiene un ruolo centrale per il valore nutrizionale e la praticità d'uso, ma il mix feeding favorisce una crescita bilanciata di entrambe le categorie. Il risultato è spesso un incremento del valore dello scontrino medio e, in molti casi, una maggiore fidelizzazione del cliente, che percepisce un consiglio nutrizionale personalizzato e una proposta più ampia e coerente».



Luciano Fassa (Monge):

«Questo percorso ha certamente portato dei benefici nella fedeltà del nostro acquirente. Oggi la maggior parte delle ricette Monge Natural Superpremium è Monoproteine e propone un mix feeding coerente nei diversi prodotti. Tale focus è certamente più sentito dai possessori di cani, sensibili e orientati a seguire questo tipo di alimentazione».



Miryam Balestrini (NP Industries):

«Il mix feeding porta benefici significativi alle vendite, abbiamo attivato molte risorse in termini di investimento marketing con risultati più che positivi, non solo in termini di fatturato ma, anche di crescita del cross-selling e del valore medio per cliente. Il mix feeding si adatta a diverse esigenze: animali giovani, anziani, con patologie, con problemi dentali o di appetito, questo ci ha consentito di intercettare più segmenti di mercato. Le campagne di comunicazione, messe in atto sui benefici di questa pratica creano engagement e fidelizzazione, spingendo il consumatore verso scelte consapevoli e ripetute. Cerchiamo di migliorarci ogni giorno, portando a casa, valore ed esperienza».



Giustino Zollo (Olistika):

«Sì, il mix feeding si conferma una leva per la crescita del business. Sulla base dei dati sell-out raccolti da alcuni nostri punti vendita partner, lo scontrino medio cresce del 50% quando il cliente finale acquista sia secco che umido nella stessa visita. Inoltre al mix feeding si lega un aumento della frequenza d'acquisto, perché la gestione alternata di formati secchi e umidi stimola il ritorno in negozio o l'interazione con l'e-commerce. Infine notiamo anche grandi benefici in termini di fidelizzazione alla marca».



3

Dal punto di vista dell'industria, quali sono i principali vantaggi del mix feeding per cani e gatti?



Miryam Balestrini (NP Industries):

«Ogni animale ha esigenze diverse per età, razza, livello di attività, stato di salute. Combinando l'alimento secco con l'umido della stessa gamma, si ottiene una dieta completa e bilanciata, anche per pet con bisogni più specifici. Anche se è una pratica diffusa e apprezzata, ogni animale ha esigenze nutrizionali uniche che meritano attenzione professionale da parte dell'azienda produttrice, prevenendo squilibri ed evitando eccessi calorici o carenze nutrizionali. Ad esempio, in caso di problemi renali, digestivi o dentali, si possono prevedere formule specifiche o modalità di somministrazione più adatte. Da un punto di vista commerciale, il mix feeding rappresenta una grande opportunità, permettendo alle aziende di portare sul mercato una vasta gamma di prodotti e soddisfare non solo le esigenze dei pet shop ma anche quelle dei pet owner».



Giustino Zollo (Olistika):

«Il mix feeding è sempre più apprezzato dai pet owner, unisce completezza nutrizionale, stimolo sensoriale grazie alle diverse consistenze di umido e secco e facilità di somministrazione o trasporto. Dal punto di vista dell'industria, rappresenta una leva prima di tutto per rispondere a un trend scientifico: diversi studi confermano che alternare o miscelare umido e secco può migliorare l'idratazione, ridurre i problemi legati alle vie urinarie e aumentare la digeribilità in tutti i cani, specie in cani anziani o con sensibilità alimentari. Inoltre permette di rispondere a diverse esigenze e rafforza la marca trasmettendo un'immagine di competenza, affidabilità e attenzione al benessere animale. Infine mix feeding offre un'esperienza d'uso più coinvolgente e una sensazione di cura attiva, è un'opportunità per fidelizzare, grazie alla personalizzazione delle routine alimentari, e crea sinergia tra linee secche e umide, spingendo vendite incrociate».

4

In che modo il mix feeding sta influenzando le vostre strategie di sviluppo prodotto?



Luciano Fassa (Monge):

«Monge ha investito sull'alimentazione Mix Feeding ben 15 anni fa, anticipando i tempi nel nostro Paese; successivamente sono state implementate tante ricette Monoproteina sui patè e sulle crocchette e croccantini proprio per favorire un'alimentazione con più prodotti, ma la stessa fonte proteica. Poi nel 2023 ci siamo spinti oltre, con il lancio degli snack Monge Gift: molte ricette Monoprotein, Sugar Free e arricchite con Superfood. Abbiamo creato, probabilmente per primi in Europa, il Tris Feeding di Monge: umido+secco+snack, tutti rigorosamente con la stessa fonte proteica in ogni ricetta».



Guillaume Maio (Gheda Petfood):

«Gheda Petfood ha costruito nel tempo una forte competenza sull'alimento secco, ma oggi un'offerta completa e di qualità deve includere anche l'umido. Soprattutto se si desidera accompagnare il consumatore verso un approccio semplice, sano e naturale. Non si deve stravolgere il portfolio, ma proporre combinazioni coerenti, rassicuranti e facilmente adottabili. Il consumatore cerca chiarezza e autenticità: il ruolo della marca è costruire fiducia, attraverso prodotti, contenuti e una comunicazione che guidino la scelta. Per questo abbiamo sviluppato due gamme umide – una completa e una complementare – compatibili con le nostre crocchette. Parliamo di bocconcini in bustina, pratici da servire, e di sfilaccetti in lattina con ingredienti selezionati e visibili».



Vilma Tosco (Cerere):

«Anni fa abbiamo creato la prima linea di alimenti, o forse sarebbe meglio dire ingredienti, per l'alimentazione mixata. Si tratta della linea di prodotti Pars, che comprende secchi, umidi e soffiati da combinare opportunamente per personalizzare la dieta. Abbiamo inoltre creato uno specifico software attraverso il quale chiunque può determinare autonomamente la dieta personalizzata per il proprio animale e quindi acquistare i vari ingredienti da mixare».

animali, anche con bisogni più specifici». In questo contesto, il ruolo del medico veterinario è insostituibile. Per soggetti in crescita, anziani o con patologie, la consulenza professionale è sempre consigliabile per prevenire squilibri nutrizionali o eccessi calorici. Le aziende del settore sono consapevoli di questa necessità, e come sottolinea Miryam Balestrini, responsabile commerciale Italia di NP Industries, «Siamo da sempre attenti anche alla collaborazione con i medici veterinari e le Università, nell'obiettivo di rafforzare e condividere il nostro know-how scientifico e tecnologico».

Strategie di prodotto /

La crescente popolarità dell'alimentazione combinata sta chiaramente influenzando le dinamiche di settore e le strategie di sviluppo prodotto. L'umido sta guadagnando terreno, in particolare nel segmento felino, come osservato da Guillaume Maio, marketing director di Gheda Petfood: «Nel segmento gatto, in particolare, gli alimenti umidi complementari stanno diventando un pilastro dell'alimentazione quotidiana: piacciono agli animali, rassicurano chi li acquista, e influenzano profondamente sia il comportamento d'acquisto che le strategie di assortimento nel canale specializzato». Le aziende stanno rispondendo a questa tendenza con un approccio sempre più integrato. La sfida principale a livello produttivo, secondo Marzio Bernasconi, direttore commerciale di Wonderfood, è «garantire ricette bilanciate, pensate per essere nutrienti e sicure anche in un'alimentazione combinata, oltre a maggiore varietà e segmentazione nei formati». Questo implica un coordinamento tra ri-

cerca e sviluppo, produzione, marketing, trade e vendite, con un investimento strategico a medio-lungo periodo.

L'alimentazione combinata ha anche un impatto positivo sulle vendite, un aspetto cruciale per il settore. Miryam Balestrini, responsabile commerciale Italia di NP Industries, riporta che «Il mix feeding porta benefici significativi alle vendite... non solo in termini di fatturato ma, anche di crescita del cross-selling e del valore medio per cliente». A tal proposito, Marzio Bernasconi, direttore commerciale di Wonderfood, aggiunge che «L'adozione crescente del mix feeding sta influenzando in modo rilevante le dinamiche di vendita nel pet food, contribuendo a un riequilibrio tra le vendite di secco e umido, specialmente in categorie premium e superpremium. Se in passato l'umido veniva acquistato soprattutto come premio o integrazione occasionale, oggi viene sempre più considerato parte integrante della dieta quotidiana, anche grazie alla maggiore informazione e sensibilità nutrizionale dei pet parent».

L'industria si è mossa anche con soluzioni innovative per supportare il mix feeding. Vilma Tosco, general manager di Cerere, spiega: «Anni fa abbiamo creato la prima linea di alimenti, o forse sarebbe meglio dire ingredienti, per l'alimentazione mixata. Si tratta della linea di prodotti PARS: secchi, umidi e soffiati che combinati opportunamente permettono di personalizzare la dieta di qualsiasi animale da compagnia. Abbiamo creato uno specifico software attraverso il quale chiunque può determinare autonomamente la dieta personalizzata per il proprio animale e quindi acquistare i vari "ingredienti" da mixare». Anche Luciano Fassa, direttore generale di Monge, sottolinea l'impegno storico: «Monge ha investito sull'alimentazione mix feeding ben 15 anni fa, anticipando i tempi nel nostro Paese; successivamente sono state implementate tante ricette Monoproteina sui patè e sulle crocchette e croccantini proprio per favorire un'alimentazione con più prodotti, ma la stessa fonte proteica. Poi nel 2023 ci siamo spinti oltre, con il lancio degli snack Monge Gift: molte ricette Monoprotein, Sugar Free ed arricchite con Superfood. Abbiamo creato, probabilmente per primi in Europa, il Tris Feeding di Monge: umido+secco+snack, tutti rigorosamente con la stessa fonte proteica in ogni ricetta». Le campagne di comunicazione incentrate sui benefici di idratazione, gusto e varietà creano engagement e fidelizzazione, spingendo il consumatore verso scelte consapevoli e ripetute.

Le sfide della comunicazione /

Nonostante i benefici, l'alimentazione combinata può apparire complessa ai consumatori. La sfida principale per il marketing e la customer experience è «educare il consumatore,» come eviden-

5

Quali sono le maggiori sfide per l'industria legate a una strategia orientata al mix feeding, sia a livello produttivo che di marketing e distribuzione?



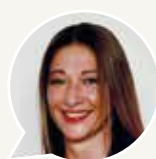
Marzio Bernasconi (Wonderfood):

«Dal punto di vista produttivo, la principale complessità risiede nella necessità di sviluppare linee coerenti tra loro, sia per ingredienti, sia per performance nutrizionale. Questo richiede ricette bilanciate, nutrienti e sicure anche in un'alimentazione combinata, oltre a maggiore varietà e segmentazione nei formati. Sul piano logistico, aumentano le esigenze di spazio per lo stoccaggio, date le differenze di peso, volume e shelf life tra secco e umido. Anche il mix distributivo cambia: l'umido ha rotazioni diverse, richiede un'esposizione chiara per risultare complementare e non "accessorio". Dal lato marketing e customer experience, la sfida principale è educare il consumatore. Il Mix Feeding richiede indicazioni semplici ma precise su modalità di combinazione, dosaggi e benefici, per evitare errori nutrizionali o aspettative sbagliate. Inoltre, il cliente va accompagnato nella lettura delle etichette, nella gestione del budget e nella percezione di valore: per questo, materiali informativi, cross-selling guidato e strumenti digitali possono fare la differenza».



Guillaume Maio (Ghedda Petfood):

«Il mix feeding può sembrare una pratica complessa: due tipologie di alimento, due momenti diversi, più decisioni da prendere. Ma in realtà può trasformarsi in un rituale semplice, gratificante e ricco di valore emotivo per chi vive con un cane o un gatto. Per comunicarlo, è importante spostare il focus: non si tratta solo di nutrizione, ma di piacere condiviso. Offrire un alimento umido di qualità – uno sfilaccetto al tonno, un bocconcino al pollo – è spesso un piccolo momento di festa, di relazione e di attenzione. Se a questo si aggiungono benefici concreti come una migliore idratazione o una dieta più varia, il valore percepito cresce ancora. In questo contesto, il canale specializzato gioca un ruolo chiave. Come industria, abbiamo il compito di supportare il punto vendita con strumenti, contenuti e materiali capaci di trasmettere questa visione».



Miryam Balestrini (NP Industries):

«Il settore pet è in forte crescita ma, anche molto competitivo. Distinguersi è d'obbligo e un messaggio chiaro e originale sul Mix Feeding richiede creatività e posizionamento strategico. Le campagne di comunicazione devono essere coerenti su più canali: social, e-commerce, punti vendita fisici. Integrare contenuti educativi e nutrizionali è fondamentale. Molti proprietari di animali non conoscono i benefici del mix feeding, a tal proposito abbiamo avviato attività di formazione specifica. La comunicazione deve essere pratica, completa e accessibile, i consumatori cercano trasparenza e chiarezza dei contenuti».



Vilma Tosco (Cerere):

«Una strategia efficace deve essere in grado di semplificare l'approccio al mix feeding. Occorre proporre un'offerta facile da gestire, da stoccare e da utilizzare. Per noi è necessario agevolare tutti, da chi deve creare i vari alimenti, a chi li deve tenere in negozio e vendere, al proprietario dell'animale che può somministrare una dieta come fosse cucinata, ma senza dover accendere i fornelli di casa».



6 | Guardando al prossimo quinquennio, come immaginate l'evoluzione del mix feeding nel mercato del pet food?



Luciano Fassa (Monge):

«Il mix feeding monoproteico - o ancora meglio, il tris feeding che propone Monge con la combinazione tra secco, umido e snack - ci auguriamo possa crescere ancora, anche se nell'ultimo periodo l'offerta disponibile sul mercato è aumentata, forse in modo eccessivo. Gli spazi più interessanti per lo sviluppo quindi si registrano all'estero, dove questo tipo di educazione alimentare non è così diffuso. C'è però una criticità da considerare nel medio termine: la disponibilità delle carni, quando sono necessarie quantità significative e costanza nella qualità delle forniture. Infine esiste un aspetto etico, che rallenta l'utilizzo di alcune fonti proteiche, come il coniglio e il cavallo, che possono creare imbarazzo su alcuni pet lovers. Non c'è dubbio però che il Mix Feeding ha conquistato i possessori di animali più evoluti e sensibili ed è probabile che questo segmento possa crescere anche nel 2025, ma il rallentamento che registriamo, da parecchi mesi, nel comparto cane potrebbe toccare anche queste ricette».



Vilma Tosco (Cerere):

«Per un determinato target di proprietari di animali sarà imprescindibile, quindi vedo un futuro molto interessante».



Giustino Zollo (Olistika):

«Ci aspettiamo che il mix feeding diventi la norma nel pet food evoluto. Già oggi, quasi il 40% dei pet owner alterna o miscela secco e umido con regolarità. Nei prossimi cinque anni sempre più brand proporranno combinazioni guidate da bisogni specifici, come digestione, articolazioni, peso, per offrire un'alimentazione personalizzata. Il ruolo del retailer sarà cruciale per spiegare e proporre percorsi su misura. Tutto questo avrà anche benefici in termini di sostenibilità di filiera: combinare secco e umido permette di ridurre gli sprechi, grazie al controllo delle dosi, e di valorizzare la presenza di ingredienti locali».

ziato da Marzio Bernasconi, direttore commerciale di Wonderfood, fornendo «indicazioni semplici ma precise su modalità di combinazione, dosaggi e benefici, per evitare errori nutrizionali o aspettative sbagliate». È fondamentale accompagnare il cliente nella lettura delle etichette e nella gestione del budget. In questo contesto, il canale specializzato gioca un ruolo chiave. Guillaume Maio, marketing director di Gheda Petfood sottolinea che «Nessuno meglio del retailer di fiducia può raccontare questi aspetti con semplicità, passione e competenza. È lì che si costruisce la fiducia, è lì che si vincono le resistenze». L'industria ha il compito di supportare il punto vendita con strumenti, contenuti e materiali capaci di trasmettere questa visione. Questo include la formazione del personale sull'alimentazione combinata e la riorganizzazione dell'assortimento in ottica combinata per facilitare la vendita integrata.

Sfide logistiche e prospettive future /

La diffusione dell'alimentazione combinata comporta anche sfide logistiche. Marzio Bernasconi, direttore commerciale di Wonderfood, evidenzia che «aumentano le esigenze di spazio per lo stoccaggio, date le differenze di peso, volume e shelf life tra secco e umido. Anche il mix distributivo cambia: l'umido ha rotazioni diverse, richiede un'esposizione chiara per risultare complementare e non accessorio».

Guardando al prossimo quinquennio, l'alimentazione combinata è destinata a diventare un modello nutrizionale sempre più consolidato. Vilma Tosco, general manager di Cerere, ritiene che «Per un determinato target di proprietari di animali sarà imprescindibile, quindi vedo un futuro molto interessante.» Anche Giustino Zollo, direttore vendite di Olistika - Vet Line, si aspetta che «il mix feeding diventi la norma nel pet food evoluto. Già oggi, quasi il 40% dei pet owner alterna o miscela secco e umido con una certa regolarità». Olistika prevede «Personalizzazione su base scientifica» e «Consulenza personalizzata nei punti vendita», oltre a «Sostenibilità e trasparenza» come fattori chiave. Luciano Fassa, direttore generale di Monge, concorda sul potenziale di crescita, specialmente all'estero, pur evidenziando criticità come la disponibilità delle carni e aspetti etici legati a certe fonti proteiche. Le aziende intervistate concordano sul potenziale di crescita del mix feeding e sulla sua capacità di stimolare ulteriori innovazioni nel settore. Per l'industria e il retail, adattarsi a questa evoluzione significa non solo rispondere a una domanda crescente, ma anche rafforzare il proprio ruolo come promotori di una cultura del pet care sempre più consapevole e attenta al benessere complessivo degli animali.

Schesir: vitamine, minerali e omega 3

Schesir propone un'ampia selezione di alimenti umidi complementari per apportare il giusto livello proteico e di idratazione, e una ricca scelta di crocchette estruse e/o cotte al forno, per aggiungere vitamine, minerali e omega 3, assicurando il 100% dei nutrienti essenziali.



Monge punta sul monoproteico

Mix Feeding di Monge offre prodotti monoproteici secchi e umidi disponibili in tanti gusti. La ricetta Natural Superpremium al Maiale con riso e patate è un alimento completo e monoproteico per cani adulti di tutte le taglie. Facilmente abbinabile al patè Monge Monoprotein al Maiale, prodotto monoproteico 100% italiano che supporta un'alimentazione bilanciata attraverso il complesso di vitamine A-E-D3.



Gusto e digeribilità per Disugual

Per una corretta alimentazione, Disugual offre una vasta gamma di alimenti secchi e umidi. Disugual secco gatto, alimento ad elevata appetibilità e digeribilità, si affianca alla gamma Disugual gatto Mini-Me formulata senza l'aggiunta di appetizzanti, coloranti e conservanti.



Da Forza10 un supporto per il benessere intestinale del gatto

Forza10 Intestinal Adult per gatti adulti è un alimento monoproteico al pesce formulato con pochi ingredienti selezionati di elevata qualità, per aiutare a minimizzare il rischio di intolleranze alimentari. Grazie alla tecnologia AFS brevettata e alle compresse "a cuore", il prodotto è arricchito con numerosi attivi botanici per il supporto digestivo. L'abbinamento umido ottimale è Intestinal Gatto 80 g, anch'esso formulato con unica fonte alternativa di proteine animali (pesce) e arricchito da una tecnologia che protegge i principi naturali del cibo.



Core: formule con ingredienti naturali e tante proteine

Il mix feeding di Core per gatti unisce i benefici dell'alimento secco e umido in un'unica routine bilanciata. Le crocchette aiutano a mantenere la salute dentale, mentre l'umido favorisce l'idratazione e l'appetibilità. Formulati con ingredienti naturali e ricchi di proteine, i prodotti Core supportano il benessere completo del gatto in ogni fase della vita.



Il pieno di pesce con Happy Dog

Happy Dog Supreme Sensible Karibik è un alimento secco completo che contiene un'unica fonte proteica animale: pesce pelagico, proveniente da itticultore sostenibili e adatto anche a cani con intolleranze ai cereali. In abbinamento, il brand propone la ricetta umida Sensible Pure Pesce bianco, senza grano, soia e zucchero, ma con una dose extra di preziose vitamine.



Abbinamenti gustosi e bilanciati con Oasy

La linea Oasy secco gatto offre almeno il 70% di ingredienti animali, con il 40% di carne fresca come primo ingrediente. Le ricette sono inoltre bilanciate con ingredienti specifici selezionati con cura, per supportare il benessere generale del pet. Gli alimenti umidi Oasy Natury, sono la scelta naturale per un abbinamento gustoso e bilanciato: fino al 65% di appetitosi sfilaccetti di carne o pesce, preparati in morbida gelatina naturale o in semplice brodo di cottura.



Farmina combina secco, umido e anche snack

Farmina propone una dieta completa, varia e integrata con la linea N&D. Ne fa parte un'ampia gamma di alimenti secchi, umidi e snack, da proporre singolarmente o in combinazione con la dieta preferita dal pet, per rispondere a ogni esigenza nutrizionale.



Exclusion contrasta l'insufficienza renale cronica

Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Renal, disponibile sia nella variante gatto sia nel segmento cane, è un alimento dietetico veterinario con formulazione 100% monoproteica, ideale come supporto nutrizionale specifico in corso di insufficienza renale cronica e per la riduzione della formazione dei calcoli a base di ossalati nei gatti. È disponibile sia in crocchette sia in paté.



Gheda cura la nutrizione in ogni fase di vita

I nuovi bocconcini Chat&Chat di completano la gamma secca con ricette senza zuccheri né conservanti artificiali. Grain free e formule dedicate per ogni fase di vita, rendono il Mix Feeding più semplice, sano e gratificante.



DietaPars: alimentazione su misura a portata di smartphone

DietaPars offre al pet shop la possibilità di allestire un piccolo spazio espositivo con tutti i componenti della sua mix feeding. Dopo avere inquadrato il QR Code e avere determinato la dieta personalizzata per l'animale, il proprietario potrà individuare i prodotti da acquistare in modo semplice, veloce e gratuito. Per il personale del negozio, il sistema rappresenta un risparmio di tempo e risorse, grazie a un servizio testato ed esclusivo.



Naturina propone una combinazione da "Elite"

Naturina Elite è una linea di alimenti umidi e secchi con ricette monoproteiche, semplici e genuine, ricche di carne o pesce con inclusioni sino al 98%. La presenza di ingredienti funzionali favorisce la digestione, migliora la lucentezza del mantello e supporta la salute quotidiana.

Un esempio è Skin & Coat sia secco che umido; un prodotto studiato per la salute e la bellezza del pelo.



Morando si ispira alle Tradizioni Italiane

La gamma Morando – Le Tradizioni Italiane conta 35 referenze dry e wet, caratterizzate da ingredienti tipici italiani come il pomodoro, che apporta potassio per la vitalità e funzionalità muscolare, l'olio d'oliva ricco di acidi grassi e polinsaturi per il benessere del pelo e della cute e sono inoltre arricchite con erbe aromatiche della tradizione italiana, dalle proprietà antiossidanti e antimicrobiche.



Belcando integra il pasto con i superfood

Gli alimenti secchi e umidi di alta qualità di Belcando sono prodotti negli stabilimenti di Bewital in Germania, tutti da un'unica fonte. Le ricette sono perfettamente armonizzate e convincono grazie a ingredienti accuratamente selezionati, superalimenti e carne freschissima.



Gosbi: qualità naturale per un'alimentazione mista sicura, sana e gustosa

Tutte le ricette di Gosbi sono ispirate ai principi della dieta mediterranea, con carni e pesce freschi e disidratati, insieme a frutta e verdura selezionate. Non sono presenti additivi, aromi o conservanti artificiali. Ogni ricetta è progettata per soddisfare le esigenze specifiche del cane e del gatto in base a taglia, età e livello di attività. La combinazione equilibrata di ingredienti e i metodi di cottura rispettosi assicurano un alimento completo, digeribile e altamente appetibile.

Naxos è ideale anche per intolleranze o sensibilità alimentari

Il mix feeding Naxos per gatti adulti sterilizzati favorisce l'assunzione combinata di secco e umido monoproteico e grain free, consentendo un'integrazione nutrizionale completa per gatti intolleranti o con sensibilità alimentari. L'elevato apporto proteico, un mix selezionato di superfood e la presenza di prebiotici sono la combinazione perfetta per garantire salute e benessere.



Almo Nature punta su ingredienti in origine idonei al consumo umano

Almo Nature HFC, Our Best è la linea di alimenti umidi e crocchette preparati esclusivamente con ingredienti Human Food Chain, ovvero in origine idonei al consumo umano. Le ricette wet migliorano l'apporto giornaliero di liquidi grazie al brodo o alla gelatina vegetale. Le crocchette sono monoproteiche, con il 50% di carne o pesce fresco come primo ingrediente e proteine altamente digeribili per il benessere del microbiota.

Da Marpet tanti gusti e ricette

La linea Chef di Marpet offre ai proprietari di felini una gamma assortita di alimenti, disponibili sia come crocchette in 4 diverse ricette grain free, Kitten, Sterilized e due varianti Adult nei sacchi da 1,5 kg e da 6 kg, sia come cibo umido, in 21 gusti per il gatto adulto e 2 gusti in paté per i gattini, in lattine da 80 g, per una nutrizione gustosa e salutare. Gli alimenti Chef non contengono conservanti né coloranti aggiunti e, grazie alla loro elevata appetibilità, sono in grado di soddisfare anche i gatti dai palati più esigenti.



Focus sul cucciolo per Royal Canin

Gli alimenti completi Puppy della gamma Size Health Nutrition di Royal Canin sono formulati per soddisfare i specifici fabbisogni nutrizionali dei cuccioli di diverse taglie: X-small, Mini, Medium, Maxi e Giant. Le referenze, disponibili sia in formato secco sia in quello umido, abbinabili tra loro per maggiori benefici e un'esperienza sensoriale completa. Sono disponibili referenze Puppy anche nella gamma Breed Health Nutrition, pensata per rispondere alle specificità delle razze canine.



Prolife: crocchette per la salute orale, umido per idratazione e appetibilità

Puppy Sensitive Mini Pork & Potato è disponibile in versione dry e wet. La formula è ricca in maiale fresco come unica fonte proteica e contiene patate, senza l'aggiunta di glutine e conservanti, per le necessità dei cuccioli sensibili. Le crocchette favoriscono una migliore salute orale, mentre l'umido offre idratazione e appetibilità.



ItalianWay combina monoproteico e grain free

ItalianWay Monoproteico Sensitive Maiale e Piselli è un alimento completo, bilanciato e gluten free, con il 40% di un'unica fonte proteica animale. Ideale per cani sensibili o intolleranti, può essere alternato al nuovo ItalianWay Paté Monoproteico al maiale, ricetta grain free, gustosa e digeribile. Adatto a cani di tutte le taglie ed età.



Supporto per il benessere digestivo con VetLine

VetLine LD Bufalo (18% di umidità) e l'umido Formula Adulti al bufalo sono formulati con carne fresca da allevamenti italiani, ideali per un'alimentazione completa e digeribile. Le versioni secco e umido sono pensate per lavorare in sinergia: miscelabili nella stessa ciotola, permettono di abbinare gusto, idratazione e funzionalità nutrizionale. Il pasto offre un supporto concreto per il benessere digestivo e metabolico, anche nei soggetti sensibili.

