Oleea Caps

## 10

Intervista a Renato della Valle, ceo e amministratore delegato di Innovet

# "Portiamo scienza de la companya della salute del pet"



#### FOOD SUPPORTO RENALE: DOMANDA IN CRESCITA

Più cani e gatti sono esposti a disturbi renali, anche per l'aumento dell'aspettativa di vita. Pochi brand ancora trattano il segmento, ma le opportunità sono molteplici.



#### OPPORTUNITÀ COSÌ CAMBIA L'OFFERTA PER IL NATALE

Si allarga l'offerta di cibi con formule e packaging studiati per le festività natalizie. Fra i best seller di questo periodo anche i giochi e l'abbigliamento a tema.



#### TREND

PIÙ SPECIALIZZAZIONE PER LA PULIZIA DEGLI AMBIENTI

Il segmento è ancora agli albori, il consumatore acquista detergenti generalisti in Gdo. Ma al mercato serve un'offerta specifica per la cura di case e auto abitate da cani e gatti.







## Boss

#### Felpa

Se ancora non è chiaro chi comanda, con la nuova felpa Boss non ci saranno più dubbi. La scritta in rilievo sarà uno statement che non passerà inosservato. Calda e confortevole in misto cotone con interno in morbidissimo pile, maniche finemente bordate con orli elastici e cappuccio con foro per l'aggancio del guinzaglio è disponibile in tre colori pastello con dettagli tono su tono.











## myfamily memopeta



3 Anelli D-ring



Bordatura catarinfrangente



Porta medaglietta



Sistema Pelostop





## 



## LA NOVITÀ PER IL TUO NEGOZIO!



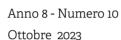
Offri ai tuoi clienti la gamma completa dry e wet: 40 referenze cane e 27 referenze gatto.











Direttore responsabile Davide Bartesaghi bartesaghi@farlastrada.it

Responsabile commerciale Marco Arosio arosio@farlastrada.it

Davide Corrocher corrocher@petb2b.it

Via Martiri della Libertà, 28 20833 Giussano (MB) Tel 0362.332160 www.petb2b.it

Hanno collaborato Raffaele Castagna, Stefano Radice, Evelina Cattaneo, Cesare Gaminella, Elena Scandroglio, Francesco Graffagnino, Aldo Cattaneo

Editore: Editoriale Farlastrada Srl Stampa: Ingraph - Seregno (MI)

Impaginazione Grafica Ivan Iannacci

Pet B2B: periodico mensile Anno 8 - n. 9 - Settembre 2023 Registrazione al Tribunale di Milano n. 92 del 10 marzo 2016. Una copia 1,00 euro. Poste Italiane SpA - Spediz, in Abb. Postale D.L. 353/2003 (Conv. in Legge 27/02/2004 n°46) Art.1 Comma 1 D.C.B. Milano - L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge numero 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a:

Editoriale Farlastrada Srl Responsabile dati: Marco Arosio



#### 9 Editoriale

12 News Mercato, aziende, canale e prodotti: un mese di notizie

#### **COPERTINA**

Cover Story
"Portiamo scienza e innovazione nel mercato della salute del pet" Intervista a Renato della Valle. ceo e amministratore delegato di Innovet

#### **PRIMO PIANO**

Inchiesta Food per la funzionalità renale, 28 si può fare di più

Russia, un mercato sempre più stretto

Inchiesta 56 Le nuove tendenze per il Natale 2023

66 Pulizia di ambienti domestici: un segmento ancora in sviluppo

#### **RUBRICHE**

- Crescita diffusa per il no food
- 40 Sempre più fatturato per il pet food in Europa
- 46 Pet B2B: tutte le news anche su Facebook
- Cl nuovo passo di Amici di casa Coop
- 80 Pet shop tradizionali: diminuiscono le referenze a scaffale
  - Riduzione dell'aliquota IVA sul pet food: un beneficio per il 40% delle famiglie italiane
- Contributi Il Condomicio: una struttura all'avanguardia per l'accoglienza dei gatti
- Sovrappeso e obesità: un approccio one health per prevenzione e trattamento
- Tanti animali, ma i servizi dove sono?
- Gatti di razza: il Tonkinese a pelo corto
- 92 Cani di razza: il Bassethound









#### QUANDO IL LORO BENESSERE HA BISOGNO DI SUPPORTO



SCOPRI LA NUOVA LINEA DI MANGIMI COMPLEMENTARI PER L'EQUILIBRIO DELL'INTESTINO E IL MANTENIMENTO DEL PESO IDEALE DEI PET

#### I PLUS DI YOUACT® ENTERO

- COMPOSIZIONE ALTAMENTE APPETIBILE CON YOGURT
- PIÙ DI 2 MILIARDI DI BATTERI PROBIOTICI VIVI
- PRATICA FORMULAZIONE IN BUSTINE PREDOSATE

#### I PLUS DI YOUACT® ENTERO SOS

- COMPOSIZIONE ALTAMENTE APPETIBILE CON YOGURT
- CLORURO DI SODIO PER RIPRISTINARE I SALI
- PRATICA FORMULAZIONE IN BUSTINE PREDOSATE

#### I PLUS DI YOUACT® GLICO

- PRESENZA DI INGREDIENTI NATURALI
- FIBRA PER UN MAGGIORE SENSO DI SAZIETÀ
- GALEGA E GELSO BIANCO CONTRO I PICCHI GLICEMICI



## Via dal dilemma "Qualità o risparmio"

Qualità o risparmio? Per tanti anni questo dilemma è stato in grandissima parte estraneo alle decisioni d'acquisto dei proprietari di animali da compagnia, almeno di quelli che frequentano stabilmente i pet shop. La scelta prioritaria per la qualità è stata una caratteristica costante di questa tipologia di consumatori che ne ha fatto quasi un elemento identitario del rapporto con il proprio pet: "Per me posso anche considerare l'acquisto di alimenti di fascia inferiore, ma per il mio compagno peloso voglio il meglio, senza compromessi".

Ora purtroppo qualcosa sta cambiando. Una parte di questo pubblico (solo una parte) avverte con disagio di trovarsi di fronte a una scelta che non avrebbe mai pensato di dover fare e a cui rinuncerebbe volentieri: appunto, "Qualità o risparmio?".

Arriviamo da un'estate in cui il turismo ha sofferto un certo ridimensionamento della spesa da parte dei nostri connazionali. I giornali ci segnalano con insistenza che l'aumento del Pil sarà inferiore a quello atteso. Il clima generale non fa sperare in un rapido mutamento della disponibilità di spesa degli italiani. In questo scenario i pet shop hanno l'onere di alzare

l'asticella della propria offerta: in termini di assortimento/ posizionamento, di servizi e di competenza.

Assortimento/posizionamento, che deve sapere offrire anche prodotti di fasce più competitive, per non perdere la clientela storica e magari intercettarne di nuova.

Di servizi, perché è da qui che possono arrivare non solo la fidelizzazione, ma anche quei margini che oggi soffrono di più nella vendita di prodotti.

E competenza, perché la difesa della qualità e degli assortimenti super premium si difendono soprattutto con queste armi: competenza, conoscenza, capacità di argomentare e motivare un prezzo d'acquisto superiore.

Su quest'ultimo fronte, anche noi di PET B2B cerchiamo di metterci al servizio del mercato, offrendo spunti, approfondimenti e informazioni che possono contribuire a rafforzare competenze e professionalità dei retailer italiani.



In questo numero, ad esempio, cominciamo ad affrontare il tema dell'offerta di prodotti per il Natale, in modo da mettere i nostri lettori nelle condizioni di pianificare gli acquisti per questo importante momento dell'anno. Si tratta infatti di un'occasione straordinaria per la proposta di una gamma di articoli che altri canali non sono in grado di offrire, soprattutto quando il valore è legato alla profondità di assortimento, al packaging, alla personalizzazione. È questo il momento di scegliere. Mentre più avanti occorrerà pianificare quelle attività di comunicazione che sosterranno le vendite e gli obiettivi più ambiziosi.

In questo numero di PET B2B trovate anche un approfondimento sul food per la funzionalità renale. Di anno in anno il tema della salute sta diventando un driver sempre più forte per l'acquisto di alimenti. Anche in questo caso, conoscere le novità di prodotto e le innovazioni messe in campo dall'industria, permette di assecondare meglio le importanti esigenze della clientela e indirizzare gli acquisti verso la parte migliore dell'offerta.

I pet shop hanno tante carte da giocare in una sfida che si fa sempre più impegnativa. In questa battaglia, anche PET B2B scende in campo e lo fa collocandosi, come sempre, dalla parte della distribuzione specializzata.



Siamo il fornitore ideale di negozi specializzati in cibo per cani e gatti, ti aiutiamo ad affrontare il mercato moderno con una formazione puntuale e una gamma di prodotti in linea con i nuovi trend: free from, rich-in, vegan, made in Italy.





## Il Natale che ci piace



Scopri la nuova collezione natalizia su camon.it







#### **NEWSMERCATO**





#### Luca Peroni nominato sales manager del canale pet shop di Whitebridge



Whitebridge Pet Brands ha affidato l'incarico di sales manager del canale pet shop a Luca Peroni. La carica è attiva a partire da oggi, 5 settembre. Peroni riceve il testimone da Davide Patti, che ha fatto il suo ingresso in Agras Delic come national key account nel 2019 e che lascia l'azienda per intraprendere un nuovo percorso professionale. Luca Peroni vanta un lungo curriculum nel settore del pet food in Italia, con vari incarichi in aziende quali Morando, Freskissimo, la stessa Agras e Hill's. «Ritorno in un'azienda nella quale ho già lavorato con soddisfazione e che ha vissuto un'importante evoluzione negli ultimi anni» ha affermato il nuovo responsabile del canale pet shop per Whitebridge. «Condivido l'entusiasmo del management, che ha pensato a me per contribuire alla gestione del progetto di sviluppo incentrato sui brand Schesir e Stuzzy, che i pet parent già conoscono e apprezzano».





#### Poltrone

#### Giuntini: Zaccareo nuovo GM; Patti è sales manager per il retail specializzato

Si rinnova il management team di Landini Giuntini, con le nomine di Silvio Zaccareo quale nuovo general manager e di Davide Patti in qualità di sales manager per il canale pet specialist & normal trade.

Silvio Zaccareo ha in passato ricoperto il ruolo di business leader e di general manager per Lavazza, in Italia e all'estero (Regno Unito, India, Argentina, Australia e Germania) con un notevole track record in termini di crescita della top line e bottom line in progetti di ristrutturazione e integrazione.





Silvio Zaccareo

Davide Patti

La nomina del nuovo general manager segna un importante passo avanti nella strategia di sviluppo dell'azienda parte del gruppo PPF. La sua ricca esperienza nella gestione di progetti di trasformazione e la sua comprovata capacità alla guida di progetti di accelerazione della crescita saranno fondamentali per il futuro potenziamento dell'azienda. Davide Patti entra invece in azienda con una consolidata competenza nel settore delle vendite e delle strategie commerciali, avendo già collaborato con compagini di rilievo del mondo pet care, come Mars e Rinaldo Franco e Agras Delic.

#### **Anniversari**

# Farmina Pet Foods Today we celebrate 37 years In Farmina Pet Foods for Francesco Di Liegro Head of European Cammercial Operations

#### Di Liegro: 37 anni in Farmina, una storia di successi

All'inizio di settembre Francesco Di Liegro ha raggiunto il traguardo di 37 anni di attività presso Farmina Pet Foods. Una ricorrenza che ha voluto ricordare come particolarmente significativa: «In molti si meravigliano all'idea di quasi 40 anni nella stessa azienda» ha scritto Di Liegro in un post sui social media. «In molti non capiscono il vero valore della dedizione, della passione, della correttezza e della lealtà. Eppure, questi trentasette anni vissuti con la forza di grandi vittorie, ma mantenendo sempre l'umiltà di un tirocinante, per me sono passati in un istante».

Di Liegro inizia la sua carriera in Farmina nel lontano 1986 come agente di commercio. Grazie ai risultati conseguiti ed alle sue grandi capacità di leadership, ha raggiunto in pochi anni la posizione di Direttore Commerciale Italia costruendo e guidando una squadra composta di 2 area manager e 45 agenti commerciali per il canale trade e due responsabili

squadra composta di 2 area manager e 45 agenti commerciali per il canale trade e due responsabili di settore, rispettivamente per la divisione Vet e Breeder. Dal gennaio 2020 ha assunto inoltre l'incarico di head of European Commercial Operations di Farmina Pet Foods S.P.A. Holding con l'obiettivo di rafforzare la presenza del brand anche nei mercati esteri. Sempre fedele a se stesso ed al suo percorso professionale, Francesco Di Liegro ha costruito una leadership incentrata sul dialogo e la collaborazione, mai impositiva, con l'obiettivo di garantire il benessere delle persone e lasciare un segno nella storia di Farmina e dei suoi valori.

#### **ANNUNCI DI LAVORO**

**Necon**, azienda italiana produttrice di alimenti completi e complementari per animali da compagnia, da oltre 15 anni sul mercato nazionale ed estero, a seguito di nuovi importanti progetti di sviluppo nelle categorie di clientela specializzati pet, farmacie e parafarmacie, ricerca agenti di commercio e informatori medici veterinari su tutto il territorio nazionale per potenziamento della struttura commerciale e di advertising sales vet.

Lillie's Family, dinamica azienda con esperienza trentennale nel mondo del pet, ricerca agenti plurimandatari per potenziamento rete vendita. Richiesta esperienza.

Inviare CV a info@lilliesfamily.it

Inviare CV a candidature@neconpetfood.com



Ricco di sostanze antiossidanti, costituisce un valido supporto nel contrastare i danni associati allo stress ossidativo, portando a un miglioramento dello stato di salute della pelle e del pelo dei nostri amici a quattro zampe.









#### NEWS**AZIENDE&PRODOTTI**

#### Distribuzione

#### Robinson è distributore per l'Italia delle linee di pet food Canagan e Symply

Canagan Italia ha affidato la distribuzione delle sue linee di pet food alla società romagnola Robinson Plus, insegna di negozi specializzati attiva da vent'anni, che negli scorsi mesi ha intrapreso una nuova avventura nel ramo della distribuzione. Già distributore di Symply, il secondo brand della società inglese, ora Robinson avrà l'incarico anche della linea completa secco e umido cane e gatto a marchio Canagan. «L'obiettivo di questa stretta partnership è dare forza ai negozi iperspecializzati in un mercato invaso da catene e multinazionali, proponendo prodotti di alta fascia non presenti in Gdo» ha spiegato Giada Idrofano, country manager di Symply Pet Foods. Per informazioni e ordini, i rivenditori possono contattare Pamela Chiarini,



Gianni Casadei, ceo di Robinson

manager di Robinson, alla mail p.chiarini@robinsonpetshop.it (telefono +39 327 5728325), oppure Giada Idrofano alla mail giada@canagan.it o (telefono +39 351 9106358).

#### **Collaborazioni**

## Monge estende alla stagione invernale la partnership con hotel e strutture sportive per l'accoglienza dei pet

Dopo il successo della campagna estiva "Non abbandonarlo: portalo con te!", prosegue l'impegno di Monge per l'accoglienza turistica pet friendly estendendo l'iniziativa agli hotel e alle strutture ricettive durante il periodo inver-



nale. Ma non solo, nei prossimi mesi Monge ha intenzione di coinvolgere nel progetto anche alcune strutture sportive.
L'azienda ha rinnovato anche quest'anno la collaborazione con hotel e spiagge che accolgono cani e gatti, alle quali ha fornito un kit di ben-

venuto. Come evidenziato sul sito di Monge, numerose strutture in Italia e all'estero hanno aderito all'iniziativa: circa 600 spiagge e oltre mille alberghi tra mare e montagna sono coinvolti, con i numeri in costante aumento. La campagna è stata lanciata sui social ed è supportata da diversi influencer, tra cui Luca Gervasi, Martina Socrate, Francesco Sole, Arianna Cirrincione, Luigi Grammauta.





#### Food funzionale

### Forza10 Intestinal Colon Active: nuova ricetta con agnello e sorgo bianco

Per normalizzare l'attività intestinale e riequilibrare la flora batterica, Forza10 presenta una nuova formula con agnello e



sorgo bianco per la linea Intestinal Colon Active. Le caratteristiche principali del prodotto sono rappresentate dall'introduzione del sorgo bianco al posto del riso, ossia di un cereale ancestrale che può essere utilizzato come fonte di carboidrati nella dieta dei cani e dei gatti. A differenza dei cereali più comuni, questa materia prima risulta meno manipolata dall'uomo e quindi più facilmente digeribile per gli animali rispetto. Questo rende la new entry in casa Forza10 una scelta ideale anche per soggetti con problemi

gastrointestinali. Inoltre è meno plausibile che la sua formula possa causare allergie o intolleranze alimentari.

L'introduzione dell'agnello nella ricetta, che resta a base di proteine idrolisate di pesce, fornisce un'alternativa di gusto sicura per i cani che non amano il gusto del pesce.

#### **Cat Food**

#### Più benessere per il gatto con i nuovi Sfilaccetti in Salsa di ItalianWay



I nuovi Sfilaccetti in Salsa sono la referenza umida superpremium di ItalianWay. Gli Sfilaccetti in Salsa sono cotti al vapore, senza aggiunta di cereali, additivi, coloranti o zuccheri aggiunti. Questi

prodotti sono arricchiti con ingredienti superfood e disponibili in pack da 85 grammi. Per i gatti nei primi mesi di vita la nuova linea di Italian Way propone Kitten Natural Growth, disponibile nella variante al salmone e olivello spinoso, un frutto dall'azione antiossidante e antinfiammatoria, con in aggiunta olio di semi di lino, ricco di omega 3. Per i gatti Adulti c'è invece Italian Way Supreme Selection con merluzzo o salmone e con spirulina. La formula è inoltre arricchita con biotina, che contribuisce al benessere di cute e pelo.





Chi Ci SCeglie Sempre!
Scopri tutta la gamma.

Scopri tutta la gamma. Richiedila per il tuo negozio

www.petreet.it
Seguici su Of

#### NEWSPRODOTTI



#### **Snack & Treats**

#### Da Record cinque linee di fuoripasto per cani e gatti



Record presenta cinque nuove linee di snack per cani e gatti. Gli spuntini Gusto Bueno sono ideali come premio dopo l'addestramento o come sfiziosità una o più volte al giorno. Collagen+ è invece una gamma di masticativi composti da uno strato di pollo o manzo, perfetti come alternativa al tradizionale osso di bufalo e alle di bovino. Vegetal è invece una proposta di fuoripasto per l'igiene orale, cotti al forno e con un ripieno al bicarbonato di sodio. Per chi sceglie un'alimentazione semplice e genuina libera da cibi processati e artificiali Record propone Anima Selvaggia, snack essicati al forno e monoproteici. Infine Anima Pura sono degli snack gustosi e nutrienti, prodotti in Italia con materie prime selezionate di altissima qualità.

### Uno spuntino sano alla frutta con Ferribiella



Bonefruit con vitamina C e Calcio è la nuova linea di snack a base vegetale di Ferribiella per cani. Gli snack, con mirtillo, mela e limone, si presentano in dodici simpatiche forme tra cui si trovano fiorellini, ossetti, eliche, nodini, rotelle e twist.

Ferribiella propone al punto vendita anche il carretto espositore dalla forma e colori che ricordano quelli di un vero e proprio candy shop. Bonefruit è disponibile anche in edizione natalizia con il calendario dell'avvento.



#### **Apparel**

## Comfort e vestibilità con la linea di tutine post-operatorie di Camon

Camon ha sviluppato due modelli di tutine per la fase di riabilitazione post intervento chirurgico o per problemi dermatologici di cani e gatti. Questi prodotti sono studiati per offrire comfort, traspirabilità e vestibilità.

La tutina post-operatoria per cani è un ausilio pratico da indossare grazie alla chiusura sulla schiena con velcro realizzata con tessuto traspirante di alta qualità. Regolabile in lunghezza, il modello è disponibile dalla misura 24 alla 75, per adattarsi ad animali di tutte le taglie.

Per i gatti, invece, più restii ad indossare un abbigliamento costrittivo, Camon ha pensato a una



tutina post-operatoria progettata apposta per i felini. Realizzata con tessuto morbido e traspirante è molto pratica da indossare, offre perfetta vestibilità grazie alla doppia regolazione con le aperture in velcro presenti sia sulla schiena che nella zona posteriore. È disponibile in tre dimensioni, tra cui la novità della misura XL che risponde alle esigenze anche dei felini di taglia più grande.

#### Farm Company presenta la collezione Moda Inverno 2023



Farm Company presenta la collezione di abbigliamento per cani per l'inverno 2023. Fanno parte della linea classica nove modelli tra dolcevita, impermeabili, piumini e felpe, presentati in differenti varianti colore e taglie. Tra le novità di quest'anno, si trovano anche calde e avvolgenti borse-cuccetta imbottite, abbinate nello stile e nelle colorazioni ai piumini della stessa linea. Fra le altre new entry più importanti per questa stagione invernale, c'è anche la linea di piumini 100% Made in Italy Thindown, esclusivo tessuto realizzato in vera piuma d'oca. Il ri-

sultato è un capo leggerissimo e confortevole, ma allo stesso tempo ideale anche per le temperature più rigide, perché fornisce isolamento termico uniforme. Thindown è certificato Oeko-Tex e RDS – Responsible Down Standard, tracciabile e con un basso impatto ambientale.

#### Accessori

#### Menù ricco... con le medagliette Food di MyFamily

MyFamily presenta nuovi modelli di medagliette per la gamma Food, la collezione più pop del marchio con le forme di alcuni classici alimenti della cultura italiana: gli spaghetti al sugo, il peperoncino e, ancora, la tazzina di caffè. Fra le new entry anche la barretta di cioccolato, l'anguria, la mela e la lattina di cola. Come tutte le proposte a marchio MyFamily, anche queste medagliette sono realizzate completamente in Italia, nei laboratori produttivi interni di Valenza, in provincia di Alessandria. Non mancherà la possibilità di incisione gratuita con Techla, la macchina progettata in casa dal brand.











calore



coni e gatti



lavabile in lavatrice



alimentazione elettrica



4 Taglie disponibili



per l'Italia

Treviso - Italia Tel. 0422 42 00 92



Per 'WARMO' e tutte le altre novità M-PETS, contatta il tuo agente di zona.

#### NEWSCANALE

#### Inaugurazioni

#### Aperto a Messina il quinto pet shop per l'insegna Hobbyzoo

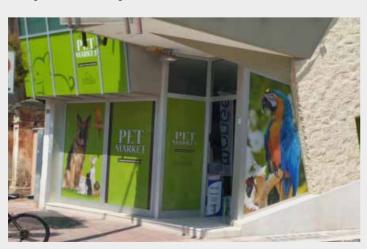


A inizio agosto la catena siciliana Hobbyzoo ha aperto il quinto pet shop a Messina. Il punto vendita si trova all'interno di un retail park in via Maregrosso 34 e va ad aggiungersi agli altri posizionati nella provincia di Catania. Il nuovo pet shop di Hobbyzoo ha due ingressi, uno lato strada e uno all'interno del retail park, e si estende su una superficie di 400 mq su due piani. Un vasto assortimento attende i pet owners con 8mila articoli che spaziano dall'alimentazione agli accessori. In negozio è disponibile anche anche una parafarmacia con prodotti ad uso umano e veterinario. Come per gli altri punti vendita gli scaffali sono dotati di frontalini elettronici di ultima generazione.

### Zoopark: a Grottaglie (TA) un nuovo punto vendita

Si amplia, con un nuovo punto vendita, la rete degli store Zoopark. Il 19 agosto la catena pugliese fondata da Alexander Amicucci ha infatti aperto a Grottaglie, in provincia di Taranto, il 17° store Zoopark. Il negozio occupa uno spazio di 150 mq ed è in centro città.

A inizio settembre è prevista infatti l'apertura del 18° negozio a Campi Salentina in provincia di Lecce.







#### Vet

### Il Centro Veterinario Imperiese aderisce al gruppo Animalia

Il Centro Veterinario Imperiese entra a far parte del gruppo Animalia. Per l'insegna si tratta della quarta clinica in Liguria. La struttura è attrezzata per effettuare radiografie, ecografie ed

La struttura è attrezzata per effettuare radiografie, ecografie ed esami del sangue ed è fornita di una TC e di un laboratorio con apparecchiature di diagnostica per immagini di ultima generazione. Punto di forza della struttura sono la specializzazione in cardiologia e la



presenza di un Pronto Soccorso 24h, valorizzato da un servizio di degenza e terapia intensiva che assicurano la presenza costante

di personale medico veterinario. Il Centro Veterinario Imperiese è stato fondato nel 1999 dai dottori Giovanni Rivò e Marco Poggi, con il prezioso apporto del dottor Marco Bellando. L'idea era quella di creare un polo della medicina veterinaria nella provincia di Imperia che fosse punto di riferimento per varie discipline specialistiche con la collaborazione di esperti medici veterinari.

### Nasce a Parma un ospedale veterinario 24h di VetPartners Italia

La catena di cliniche Vet Partners Italia ha aperto a Parma il Vetcenter, ospedale Veterinario 24h nato dall'unione di tre strutture d'eccellenza del parmense: l'ospedale Veterinario Peressotti, la Clinica Veterina-



ria Jenner e il Centro Neurologico Veterinario. Vetcenter ha richiesto un investimento di VetPartners Italia di oltre due milioni di euro. L'Ospedale Veterinario 24h Vetcenter, situato presso il centro polifunzionale BLOK30 si sviluppa su una superficie di oltre 1.200 mq su due livelli. La struttura offre un ventaglio completo dei servizi e delle prestazioni di diagnosi e cura della medicina veterinaria di base, specialistica e d'urgenza.







## Hill's Science Plan HYPOALLERGENIC ALIMENTO PER GATTI

NON LASCIARE CHE LA SENSIBILITÀ CUTANEA E ALIMENTARE GLI IMPEDISCA DI VIVERE AL MASSIMO

Limitando le fonti proteiche, puoi aiutare il tuo animale con cute e stomaco sensibili. Per questo l'alimento Hill's Science Plan Hypoallergenic è realizzato con fonti proteiche selezionate di alta qualità, come insetti e uova. Sostiene il suo appetito naturale per aiutarlo a vivere la vita al massimo.

**SEGUICI SU:** 







## Portiamo scienza e innovazione nel mercato della salute del pet

Da oltre 30 anni Innovet è specializzata nello sviluppo di prodotti di libera vendita studiati per il benessere di cani e gatti. L'azienda vuole accrescere la propria presenza diretta nei pet shop, puntando molto sulla formazione e sulla qualità dell'offerta. «Il negozio specializzato ha ancora un forte margine di crescita nei servizi di consulenza nell'ambito health care», spiega Renato della Valle, amministratore delegato.

di Davide **Corrocher** 

Da poco più di un anno Innovet è entrata a far parte del gruppo svedese Swedencare, specializzato in prodotti per la salute animale. Oltre a mantenere il focus sulla ricerca e sviluppo di soluzioni innovative nel campo del pet health care, la società con sede in provincia di Padova si occupa anche della distribuzione esclusiva dei prodotti di concezione Swedencare (Restomyl Supplemento, Dentalcroc e Dentalbones) tutti orientati alla sfera dell'igiene orale. Oltre che in questo settore, Innovet continua a investire nello sviluppo di alimenti complementari e prodotti dermatologici studiati per rispondere a esigenze di salute molto specifiche, dal campo articolare al sistema nervoso, passando per occhi, bocca e, da ultimo, alle problematiche di peso. «La nostra missione è quella di trasferire innovazione al mercato della salute animale e soprattutto di farlo nei tempi più brevi possibili al fine di recuperare quel gap temporale che esiste tra una scoperta scientifica e la sua applicazione clinica» spiega Renato della Valle, AD di Innovet. «Per questo abbiamo scelto di rimanere nell'ambito di OTC (prodotti di libera vendita), come gli alimenti complementari e i prodotti dermatologici per uso esterno, che richiedono un time to market estremamente più breve di un farmaco». In oltre 30 anni di attività, l'azienda veneta ha evidenziato una crescita progressiva, fino ad arrivare a un exploit nel quadriennio 2018-2021. «Il 2022 è stato un anno di consolidamento delle crescite a due cifre del triennio precedente e nel 2023 supereremo i 13 milioni di euro di fatturato in Italia» prosegue della Valle. «Ma la nostra attenzione è focalizzata su una strategia di medio/lungo termine, che ci vedrà impegnati sia sul lancio di



Renato della Valle, ceo e amministratore delegato di Innovet

prodotti in nuovi settori per il mercato italiano sia allo sviluppo dell'export».

#### Su quali progetti si basa questa strategia di medio/lungo termine?

«Il nostro obiettivo è puntato sul movimento del cane e del gatto, un aspetto fondamentale per la salute degli animali perché senza di esso aumenta la loro predisposizione a malattie croniche e ne diminuisce l'aspettativa di vita. Ciò rende fondamentale la salute del sistema articolare, per questo abbiamo sviluppato la linea Arthro System, costituita dai prodotti a marchio Condrogen e Condro-

#### **COVER**STORY





Azienda / Innovet Italia

Anno di fondazione / 1996

Indirizzo sede / via Leonardo da Vinci 3, 35030,

Saccolongo, PD

**Telefono /** 049.8015583

Fax / 049.8015737

**E-mail** / innovet@innovet.it

Sito web / www.innovet.it

#### Categorie di prodotto trattate /

Alimenti complementari per cani e gatti – Prodotti dermatologici di libera vendita

Numero dipendenti/16

Numero informatori veterinari / 30

Numero punti vendita serviti

direttamente / > 300

Numero Paesi in cui l'azienda opera / 25

Fatturato 2022 / Oltre 13 milioni

**Previsione fatturato 2023 /** Oltre 14 milioni







stress, nonché dal nostro fiore all'occhiello nel settore della salute articolare, Glupacur. In questa gamma è concentrata la nostra esperienza e il nostro più importante progetto di ricerca sulle aliamidi, ossia le sostanze con meccanismo d'azione fisiologico che aiutano l'organismo a conservare lo stato di equilibrio e di salute».

#### La linea Arthro System è anche best seller della vostra offerta, corretto?

«Sì, Condrogen e Condrostress rappresentano la pietra miliare su cui abbiamo fondato la nostra leadership nella nicchia del settore articolare, fra le più importanti del mercato del pet health. La conoscenza maturata in questo settore ci ha consentito di sviluppare la PGA-cur (Palmitoil-glucosamina e curcumina) il principio funzionale esclusivo di Glupacur, che unisce gli effetti condroprotettivi della glucosamina a quelli delle aliamidi sul corretto funzionamento del sistema nervoso e della curcumina sullo stress ossidativo. Si tratta dunque molto più di un semplice condroprotettore, ma una sostanza con tre effetti importantissimi che ha già avuto numerose conferme di efficacia in rigorosi studi scientifici pubblicati. Su questi prodotti stiamo svolgendo durante l'ultimo trimestre del 2023 diverse attività sia commerciali sia culturali e pubblicitarie

#### PRODOTTI TOP

#### **RETOPIX MOUSSE**

Retopix Mousse è una schiuma dermatologica che migliora l'ecosistema cutaneo di cani e gatti. Contiene l'aliamide Adelmidrol, che lenisce la cute, riducendo arrossamento. e prurito. In aggiunta un complesso igienizzante vegetale (estratto di Echinacea, acido undecilenico e octopirox) mantiene in equilibrio la microflora superficiale e riduce il cattivo odore. L'amido di tapioca migliora la qualità della cute, rimuovendo l'eccesso di scaglie e sebo. Retopix Mousse fa parte della linea Retopix, insieme a Retopix Fluido, Retopix Spray e Retopix Oto.



#### **OCULVET GEL**

Oculvet Gel è un nuovo gel oculare ad azione umettante e lubrificante, indicato in caso di secchezza. È il primo prodotto che mima la composizione naturale delle lacrime. La sua formula tecnologicamente avanzata consente di lubrificare la superficie dell'occhio e lenire i fastidi, con un effetto di lunga durata. L'acido ialuronico, associato al carbomer, forma un complesso idratante e mucoadesivo, che ristabilisce la corretta lubrificazione dell'occhio e permette al gel di rimanere più a lungo sulla superficie oculare. L'Adelmidrol ripristina i naturali livelli di PEA (palmitoiletanolamide), a garanzia di una corretta omeostasi congiuntivale e corneale. L'acido traumatico esercita un effetto riparativo, favorendo la riepitelizzazione di cornea e congiuntiva. I trigliceridi a media catena migliorano la stabilità del film lacrimale. La linea Oculvet include anche Oculvet Gocce (indicate in caso di occhio rosso) e Oculvet Salviettine, per la detersione della zona perioculare.



#### **LINEA OLEEA**

Oleea è il nuovo alimento complementare sviluppato appositamente per cani e gatti che presentano un eccesso di massa grassa. Agendo direttamente sul tessuto adiposo e sulle cellule infiammatorie che lo invadono, Oleea promuove il corretto metabolismo glucidico e lipidico e riduce la risposta flogistica sistemica dovuta al peso in eccesso.

La formula comprende Olaliamid, un derivato brevettato dell'olio di oliva costituito da una miscela di NAE (N-aciletanolamine), ovvero sostanze già naturalmente prodotte dagli animali per difendersi da insulti di varia natura. L'utilizzo di Oleea nell'ambito di una dieta equi-



librata e di una regolare attività fisica favorisce il miglioramento della condizione corporea dei soggetti in sovrappeso e protegge la loro salute dai pericolosi danni secondari.

#### **RESTOMYL DENTALBONES**

Restomyl, la linea Innovet dedicata all'igiene orale, si arricchisce dei Dentalbones, i nuovi ossetti masticabili per la pulizia quotidiana dei denti del cane: prevengono la formazione della placca, rallentano la deposizione del tartaro e migliorano l'alito. Certificati dalla Veterinary



Oral Health Council, i Restomyl Dentalbones contegono A.N. ProDen, un'alga bruna 100% biologica, la cui efficacia su alitosi e placca è confermata da rigorosi studi clinici veterinari. I Dentalbones agiscono a due livelli: meccanico (grazie alla loro particolare forma e consistenza rimuovono la placca durante la masticazione) e sistemico (somministrata per via orale, l'alga A.N. ProDen viene assorbita tramite la circolazione e si concentra nella saliva, inibendo la crescita dei batteri della placca e riducendo così la deposizione del tartaro).

#### **COVER**STORY

dedicate al punto vendita, al medico veterinario e al proprietario».

#### Quali sono le ragioni del successo di questa gamma di prodotti?

«Quello articolare è un problema molto serio che affligge sia cani che gatti. In anni di impegno in ricerca e divulgazione scientifica assieme ai maggiori specialisti veterinari del settore, abbiamo cercato di diffondere la cultura della salute articolare, sensibilizzando dapprima il medico veterinario mediante pubblicazioni, congressi, seminari e varie altre attività formative. Successivamente il target della comunicazione sono stati i proprietari di pet e le altre figure professionali come l'allevatore e l'educatore/addestratore cinofilo. Grazie a questo lavoro, oggi malattie come l'artrosi e il dolore articolare vengono diagnosticate in tempo e, anche quando una vera e propria cura non esiste, è possibile effettuare trattamenti efficaci che limitino al minimo la sofferenza. Trasferire scienza al mercato serve non solo all'industria per incrementare i fatturati, ma porta un vantaggio alla salute degli animali e alla professione del medico veterinario».

## Quali sono le altre aree in cui evidenziate il maggior potenziale di sviluppo in campo medico e di mercato?

«Stiamo riscontrando un grande successo anche con i prodotti per la salute del sistema nervoso, come Alevica e Senilife. Oggi il listino di Innovet copre molti bisogni di salute, anche per quanto riguarda il sistema urinario, la cute e il pelo e l'intestino, fino ad arrivare al benessere e all'igiene degli occhi e della bocca».

## A inizio anno avete lanciato inoltre un nuovo prodotto per affrontare le problematiche legate all'obesità. Di che cosa si tratta?

«La nuova linea si chiama Oleea e riguarda un settore della salute del pet ancora poco considerato, se si escludono le diete ipocaloriche. Mediamente un pet su due è in sovrappeso o obeso e la maggioranza dei proprietari non riconosce questo fenomeno come un problema di salute. Al contrario, le conseguenze negative sono numerose e gravi, tanto da accorciare la vita del pet in media di oltre due anni. Il nostro nuovo nato Oleea migliora il metabolismo glucidico e lipidico, accelerando dimagrimento e migliorando i parametri di salute nei soggetti che faticano a perdere peso, grazie alla presenza di una formula brevettata derivata dall'olio di oliva, ricca di sostanze fisiologiche utili al mantenimento di una condizione corporea ideale».

#### Che risultati commerciali vi aspettate da questa proposta?

«Il mercato è ancora tutto da costruire e ci vorrà del tempo per accrescere la sensibilità di veterinari e proprietari, ma i primi riscontri dall'utilizzo pratico di Oleea sono molto interessanti. La maggior parte dei veterinari che ha provato il prodotto ha notato un aumento dell'efficacia delle diete ipocaloriche e anche negli animali che faticano a dimagrire

#### **PRODOTTI TOP**

#### **NORMALIA FAST**

Normalia Fast è un alimento complementare per cani e gatti che concorre al mantenimento del corretto transito intestinale, favorendo la normale consistenza delle feci. La formula normalizza la reattività della mucosa intestinale, grazie all'aliamide PGA-m (palmitoil-glucosamina micronizzata), preserva la barriera intestinale e migliora la consistenza delle feci, grazie al complesso adsorbente/astringente di bentonite e acido tannico. Le capsule di Normalia Fast sono 100% vegetali, dunque utilizzabili anche in soggetti con allergie/intolleranze alimentari.



#### **SENILIFE PLUS**



Senilife Plus è un supplemento nutrizionale a effetto neuroprotettivo per contrastare l'invecchiamento cerebrale. Il prodotto ottimizza la funzione cognitiva e mnemonica dell'anziano e favorisce la neurotrasmissione in funzione di un complesso di sostanze tra loro sinergiche (fosfatidilserina, DHA e piridossina), che mantengono la corretta fluidità delle membrane cellulari e garantiscono la comunicazione tra un neurone e l'altro. L'alimento svolge infine una potente azione antiossidante specifica, grazie alla presenza della vitamina E, che neutralizza i radicali liberi prodotti in corso di invecchiamento cerebrale.

#### **CONDROGEN ENERGY**

Condrogen Energy è un alimento complementare per la salute articolare di cuccioli di razze grandi/ giganti e di cani sportivi e adulti sottoposti a intenso carico articolare (es. cani in sovrappeso). La formula nutre e rinforza la cartilagine, grazie alla presenza di condroitin solfato e glucosamina vegetale, e aumenta la riserva energetica e la performance muscolare delle articolazioni in crescita grazie a Oxiforce: un'esclusiva associazione di sostanze naturali, come SOD (superossido dismutasi) e nucleotidi, che potenziano l'efficienza energetica e antiossidante dei muscoli e ottimizzano la stabilità articolare.



#### **CONDROSTRESS**

Condrostress è un alimento complementare formulato per cani con rigidità articolare, sia essa legata all'invecchiamento o conseguente a malattie ortopediche come traumi e displasie. Nei soggetti anziani, in particolare, il prodotto preserva la capacità di movimento e migliora la qualità di vita. La formula è a base di membrana d'uovo, acidi grassi omega 3 e vitamina E, sostanze che migliorano il metabolismo articolare, contrastando il disequilibrio sinoviale e la produzione eccessiva di radicali liberi, tipici dei cani non più giovani affetti da osteoartrite.

alcuni parametri metabolici sono regolarizzati. Siamo certi che nel prossimo futuro Oleea allargherà in maniera significativa la base di utilizzatori diventando un nuovo successo di casa Innovet».

#### In quali canali sono commercializzati i vostri prodotti?

«I nostri partner storici sono le farmacie, ma oggi puntiamo molto ai negozi specializzati. Sono oltre 300 oggi i pet shop che serviamo





scopri la selezione petvillage di giochi KONG natalizi limited edition



#### **COVER**STORY

direttamente, soprattutto nel Centro-Nord; ma, tramite la distribuzione intermedia, pressoché tutti i negozi italiani hanno a scaffale almeno le referenze Innovet con maggiore rotazione. L'obiettivo è di espandere la presenza nel retail specializzato, ampliando la reperibilità dei prodotti prescritti dal medico veterinario e aumentando la conoscenza delle nostre linee attraverso il "consiglio a banco". Tramite la rete di promozione veterinaria e con l'aiuto di addetti centrali dedicati specificatamente alla formazione e all'assistenza del retail specializzato, siamo pronti a collaborare con questo importante canale».

## Può fornirci qualche dettaglio in più riguardo alle iniziative per i rivenditori specializzati?

«Da qualche mese abbiamo nominato un responsabile del retail specializzato che si occupa al 100% di questo canale e mettiamo a disposizione di un pool di clienti selezionati strumenti formativi e commerciali. I compiti del nuovo responsabile sono quelli di sviluppare il business a partire dal nucleo storico di negozi, avvalendosi anche della rete di promozione veterinaria, per poi acquisire nuovi clienti che abbiano voglia di collaborare direttamente con Innovet. La gran parte del nostro listino si adatta perfettamente alle caratteristiche del pet shop indipendente, che oltre a vendere prodotti vuole allargare la propria offerta al cliente nella consulenza in ambito di salute e benessere del pet».

## Effettivamente il modello di business dei negozi indipendenti sta evolvendo imponendo un focus sempre più forte sulla specializzazione. Per i piccoli imprenditori della distribuzione, quali sfide e opportunità possono derivare dal segmento della parafarmacia e degli alimenti complementari?

«Il negozio specializzato ha ancora un forte margine di crescita nei servizi di consulenza finalizzati alla salute e al benessere animale. Il medico veterinario rimarrà protagonista nella cura e nella prevenzione delle malattie dei pet, ma l'aumento della sensibilità verso la qualità di vita di cani e gatti rende fondamentali altre figure professionali qualificate, come i piccoli imprenditori indipendenti. I quali hanno solo bisogno di partner in grado di aiutarli ad aumentare le proprie competenze: Innovet si candida per tale ruolo, consapevole di poter rispondere a queste necessità tramite prodotti di libera vendita, sicuri ed efficaci».

#### Come è composta la rete commerciale di Innovet?

«Abbiamo una rete di oltre 30 commerciali coordinati da tre area manager ed effettuano consulenza veterinaria su tutto il territorio nazionale. A loro si aggiungono circa 15 addetti interni. Nodo nevralgico dell'organizzazione è il Cedis, ossia il Centro di Docu-



mentazione e Informazione Scientifica, di cui fanno parte laureati in medicina veterinaria e in altre materie biomediche che si occupano di ricerca preclinica e clinica, divulgazione scientifica, ma anche formazione del team commerciale e assistenza tecnica al medico veterinario e al proprietario. Infine un gruppo di esperti gestisce progetti di comunicazione e commerciali rivolti sia al proprietario che a figure professionali come i retailer specializzati, gli allevatori e i tecnici del settore cinofilo».

## Dal suo punto di vista come sta evolvendo il settore del parafarmaco veterinario e che prospettive di sviluppo ha nel mercato pet?

«Il grosso rischio che sta correndo il parafarmaco veterinario è legato alla mancanza di barriere all'entrata sul mercato. Purtroppo l'attuale regolamentazione in Europa non ci aiuta. Si pensi che il parafarmaco per uso esterno è ancora oggi totalmente deregolato; non esistono standard produttivi obbligatori, né orientamenti sull'etichettatura e sulla commercializzazione. Di conseguenza sono in commercio numerosi prodotti che, nella corsa alla copia migliore, vengono realizzati o importati dall'estero senza attenzione alla qualità né tanto meno al razionale di utilizzo dei principi funzionali e alla reale efficacia. Al contrario, noi crediamo che il settore debba svilupparsi nella direzione della qualità e della serietà. Per alcuni prodotti di igiene come gli shampoo, Innovet si basa sulla normativa umana dei cosmetici; per altri, come le preparazioni dermatologiche per



Qui sopra la sede italiana di Innovet a Saccolongo in provincia di Padova. A sinistra un momento di formazione: «I nostri partner storici sono le farmacie, ma oggi puntiamo molto ai negozi specializzati. Tramite la rete di promozione veterinaria e con l'aiuto degli addetti centrali dedicati specificatamente alla formazione e all'assistenza del retail specializzato, siamo pronti a collaborare con questo importante canale», dichiara Renato della Valle, ceo e amministratore delegato di Innovet

uso esterno applichiamo le linee guida per la produzione dei dispositivi medici con sostanze esistenti in umana, ma non ancora in veterinaria. Per quanto riguarda i parafarmaci per uso orale, esiste un complesso normativo unico europeo che riguarda tutta l'alimentazione animale che poco, o a volte per nulla, distingue tra un silos di farina di soia per bovini da carne e un blister di compresse da pochi mg per l'integrazione della dieta di un cucciolo. Una normativa che spesso risulta pertanto di difficile applicazione alla nostra tipologia di prodotti e spesso ne limita lo sviluppo».

In questo contesto complicato è quindi necessario che i professionisti del settore. in primo luogo i player del canale specializzato, si impegnino a distinguere le aziende che investono in qualità e contenuti dalle mere operazioni commerciali prive di cultura e competenze scientifiche adatte forse ad altri settori ma non certo a quello della Salute. Per fare ciò è necessario istaurare rapporti continuativi basati sulla conoscenza e stima reciproca e non esclusivamente su maggiori margini di guadagno che spesso nascondono una bassissima qualità del prodotto. Come detto, ritengo quindi che l'imprenditore indipendente del canale specializzato abbia tutte le potenzialità per espandere il proprio spazio nell'offerta di benessere - e in parte salute - dell'animale da compagnia. Questo però a patto che decida di seguire e farsi aiutare da progetti commerciali seri basati sulle conoscenze e sulla cultura scientifica.

## PROMÍS®



ARGO DAY NUTRIVE SQUISITO SHER WOOD



## alta alimentazione italiana





tutti i nostri prodotti sono realizzati grazie all'ausilio di energie rinnovabili

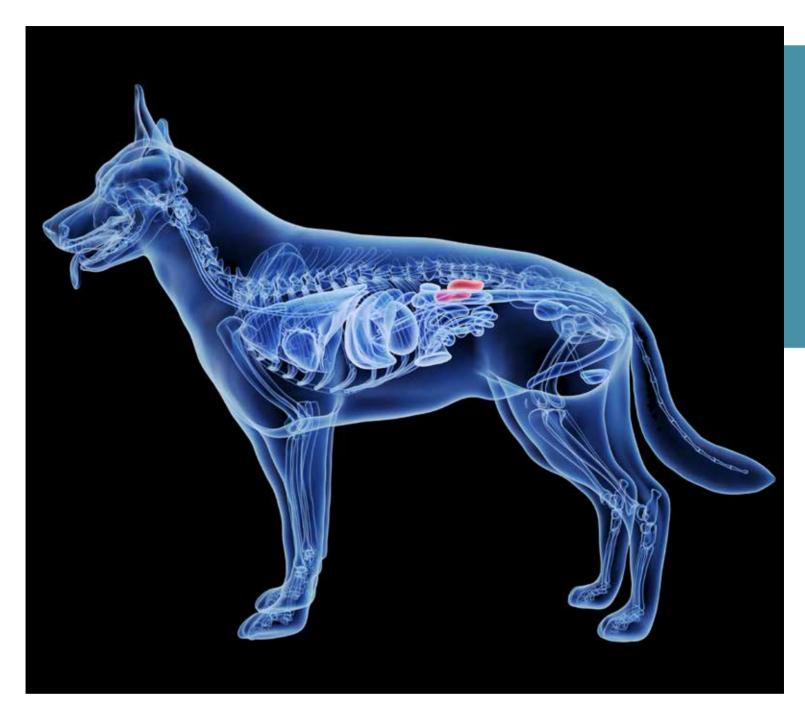


### Produciamo anche PER LE PRIVATE LABEL

- Minimo d'ordine contenuto
- Ampia scelta di referenze
- Tempi di consegna rapidi
- Ricavi certi e calcolabili
- Confezione personalizzabile
- Oualità SUPER PREMIUM. **PREMIUM e STANDARD**

RICERCHIAMO AGENTI E DISTRIBUTORI
SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE.

**%** T. 081 308 61 12 ☑ info@promispet.it www.promispet.it



## Food per la funzionalità renale, si può fare di più

Il mercato degli alimenti con claim "Renal" o "Urinary" è stabile, ma l'innalzarsi dell'età media dei pet sta portando a un progressivo ampliamento della popolazione in cui emergono disturbi al tratto urinario. Investire in questo segmento e stringere collaborazioni con i veterinari sono due fattori per fidelizzare un consumatore che, in molti casi, necessita per un lungo periodo o anche per tutta la vita di un'alimentazione con mangimi dietetici appositamente studiati.

di Davide **Corrocher** 

#### IL PARERE DELL'INDUSTRIA - 5 VOCI A CONFRONTO

Pietro Gioia, vet manager di Sanypet-Forza10





Elisabetta Bracci, brand & pet owner director di Royal Canin

Aldo Rossi, sales and marketing manager di Dorado





Massimo Bardelli, amministratore <u>di Eagl</u>e

Olena Topilnytska, general manager di Terra Canis



La salute dell'animale domestico è ormai una delle priorità dei proprietari di pet, ponendo in alcuni casi in secondo piano la leva del prezzo quando si tratta di effettuare una scelta di acquisto davanti allo scaffale di pet food in negozio, anche in un periodo segnato dall'inflazione come quello attuale. I consumatori si dimostrano oggi molto attenti ai prodotti che acquistano e di conseguenza il mercato continua a svilupparsi proponendo un'offerta in continua crescita di referenze studiate per rispondere a bisogni specifici. Fra gli alimenti formulati per cani e gatti con problematiche e disturbi di vario tipo, quelli con claim "Renal" sono fra i più rilevanti, soprattutto nell'universo felino. Anche nel cane tuttavia si registra un significativo potenziale di sviluppo, soprattutto per via del fatto che le patologie in campo renale sono fortemente connesse all'età. La maggior aspettativa di vita dei pet rende la categoria più centrale nell'offerta dei pet shop specializzati.

Il numero di brand che trattano questi articoli è piuttosto contenuto, soprattutto perché per la maggior parte si tratta di mangimi dietetici. Estremamente ristretto infatti risulta il numero di proposte sul fronte del mantenimento, che tuttavia evidenziano una discreta penetrazione nelle vendite al consumatore grazie soprattutto al lavoro dei veterinari, che svolgono un ruolo prezioso non soltanto nel prescrivere i cibi da acquistare quando la patologia è in corso ma anche nell'aumentare la consapevolezza dei pet owner circa l'importanza di un'alimentazione equilibrata e le esigenze nutrizionali dei quattrozampe con sensibilità renali.

Per questo motivo i retailer, in questo specifico campo, non sono chiamati a

### 1. QUALI SONO LE PERFORMANCE NELLE VENDITE DEL PET FOOD PER CANI E GATTI CON DISTURBI A LIVELLO RENALE?



**Pietro Gioia (Sanypet-Forza10):** «Il segmento del pet food per disturbi renali certamente è in crescita. La malattia renale cronica è una delle patologie più diffuse nei cani e nei gatti anziani e una dieta specifica è essenziale per i soggetti nefropatici. Questi pet necessitano infatti di un

ridotto contenuto di proteine e fosforo, che favorisca il mantenimento di un ottimale stato di idratazione e l'equilibrio elettrolitico e acido-base. Il mercato di questi prodotti sta inoltre evidenziando un incremento perché assistiamo a uno sviluppo tecnologico in ambito diagnostico e terapeutico e dunque anche la ricerca scientifica veterinaria fa passi importanti favorendo l'aumento dell'aspettativa media di vita dei pet con determinate patologie. Nel gatto la crescita è minore rispetto al cane, ma non è più una nicchia, in quanto rappresenta il terzo mercato, in termini di ampiezza, all'interno della categoria dei "terapeutici"; nel cane è il quarto mercato nella categoria».



Elisabetta Bracci (Royal Canin): «Il segmento "Renal" ha un ruolo significativo all'interno del mondo delle diete, rappresentando circa il 10% del mercato. Nonostante il 2022 si sia chiuso con una crescita del +0,6% vs 2021, quest'anno la categoria sta soffrendo, con cali registrati sia per il cane sia per il gatto».



Aldo Rossi (Exclusion): «Gli alimenti dietetici sono sempre meno utilizzati rispetto a quelli di mantenimento, anche se negli ultimi anni la richiesta è aumentata notevolmente. Questo fatto è probabilmente dovuto sia alla maggiore sensibilità dei proprietari nei confronti della salute del pet, sia

all'aumento della durata di vita degli animali. Tra le patologie alle quali rispondiamo coi nostri alimenti specifici, i prodotti "Renal" sviluppano una buona fetta di mercato, sia per quanto riquarda il settore cane sia per il gatto».



Massimo Bardelli (Eagle): «Quello degli alimenti dedicati ai disturbi renali di cane e gatto è un settore di nicchia ma in crescita, lenta e continua, e che ricalca abbastanza fedelmente le statistiche cliniche. Nelle vendite dei prodotti veterinari a marchio Brit, le referenze "Renal" si posizionano al terzo posto sia nell'universo cane sia nel gatto».



**Olena Topilnytska (Terra Canis):** «I problemi renali, in particolare la malattia renale cronica, sono comuni sia nei cani che nei gatti e la sua incidenza può variare in base a fattori quali età, razza e salute. L'offerta di Terra Canis include solo una dieta veterinaria a basso contenuto di

proteine per cani, che ha mostrato risultati promettenti negli ultimi anni e ci aspettiamo una solida crescita futura del segmento».

#### INCHIESTA

svolgere il classico ruolo di consulenza e supporto al cliente finale, dal momento che quest'ultimo entra nel punto vendita con tutte o quasi le informazioni di cui ha bisogno. L'aspetto più rilevante diventa dunque la strategia assortimentale, per poter rispondere alla domanda e all'aspettativa del consumatore in maniera celere e puntuale. Le opportunità per il

retail specializzato derivanti da questo segmento sono infatti molto interessanti, soprattutto quando è necessario un prodotto dietetico: nella maggior parte dei casi, infatti, i soggetti che utilizzano referenze "Renal" lo fanno per un periodo lungo, se non per tutta la vita dall'insorgere della problematica (ciò accade ad esempio nei casi di malattia

renale cronica, che interessa mediamente un pet su cinque). Fondamentale risulta di conseguenza il rapporto con il consumatore, perché fidelizzare il proprietario di un cane o di un gatto con questi disturbi significa acquisire un cliente che fa riferimento alla fascia più alta dello scaffale e che non scende a compromessi nella ricerca di qualità e precisione nutrizionale.

#### 2. QUAL È STATO L'IMPATTO DELL'AUMENTO DEI LISTINI NEGLI SCORSI MESI SU QUESTO SEGMENTO?



Pietro Gioia (Sanypet-Forza10): «L'aumento dei prezzi a cui abbiamo assistito negli ultimi mesi non ha comportato una contrazione nelle vendite di questo segmento, in quanto gli alimenti "renal"

rappresentano un approccio terapeutico cardine per la patologia renale, soprattutto per il gatto: in quanto tale si tratta di alimenti consigliati e prescritti dal medico veterinario».



Elisabetta Bracci (Royal Canin): «Gli ultimi tempi ci hanno posto di fronte a uno scenario macroeconomico incerto, ma l'attenzione per la salute dei pet e la ricerca di alimenti su misura in grado di

soddisfare i fabbisogni di ciascun cane e gatto continuano a far crescere il mercato delle diete».



**Aldo Rossi (Exclusion):** "Purtroppo dopo la pandemia i prezzi sono generalmente impazziti. Noi come azienda abbiamo scelto di effettuare un solo aumento di listino all'anno, cercando di non gravare

troppo sul portafoglio del proprietario. I prezzi dei prodotti dietetici risultano spesso più alti rispetto agli alimenti di mantenimento, perché vengono utilizzate materie prime pregiate e meno facilmente reperibili. Malgrado gli aumenti di listino però non abbiamo notato una diminuzione delle vendite, perché l'attenzione verso la salute rimane molto alta: nutrire e curare il pet resta una priorità».



Massimo Bardelli (Eagle): «Eagle, in qualità di distributore Brit, si è impegnata nell'ultimo anno a non aumentare i listini e anzi a ritoccarli al ribasso, con lo scopo di proporre gli alimenti appartenenti a questo segmento a un prezzo

più accessibile possibile. Siamo consapevoli che il corretto supporto nutrizionale nei disordini renali può assolutamente fare la differenza nella gestione domestica del cane e del gatto e perché si tratta solitamente di un regime alimentare che deve essere protratto sul lungo periodo se non addirittura a tempo indeterminato».

#### 3. QUESTA CATEGORIA DI ALIMENTI HA PIÙ RILEVANZA NELL'UNIVERSO GATTO O NEL CANE?



Pietro Gioia (Sanypet-Forza10): «Le quote di mercato di questa categoria di prodotti sono maggiori nel

mondo gatto che nel cane. Le dinamiche di acquisto del prodotto renale per le due specie sono simili, ma esiste una maggiore predisposizione alla malattia renale nei gatti rispetto ai cani, soprattutto nei soggetti sopra i sette anni di età, e questo comporta un maggiore potenziale diagnostico e terapeutico e di conseguenza un mercato più ampio. Per questo nei negozi, generalmente, viene destinato più spazio ai prodotti renali, secchi



Elisabetta Bracci (Royal Canin): «La malattia renale cronica è un disturbo piuttosto comune nei pet in età avanzata e di conseguenza gli alimenti

indicati per il supporto alla funzione renale sono particolarmente richiesti, rappresentando il 18% del mercato delle diete gatto. La rilevanza è dunque determinata non tanto da comportamenti d'acquisto, quanto più dall'incidenza della patologia e dalle specifiche e diverse necessità tra cani e gatti».

e umidi, per i gatti rispetto ai cani».



Aldo Rossi (Exclusion): «Premesso che anche il mondo del cane negli ultimi anni sta evidenziando un aumento della richiesta di alimenti "Renal", il mercato del gatto rimane generalmente più rilevante. Ciò è dovuto sia alla predisposi-

zione dei felini domestici a evidenziare disturbi di questo tipo, sia perché le patologie renali il più delle volte sopraggiungono con l'età, e il gatto è un animale molto longevo. Il comportamento d'acquisto è generalmente piuttosto simile tra chi ha un cane e chi un gatto e, anche all'interno del punto vendita, lo spazio dedicato ai prodotti è piuttosto simile».



Massimo Bardelli (Eagle): ««Le vendite sono assolutamente appannaggio del gatto, l'alimento Brit VD Renal Gatto sviluppa circa il triplo delle vendite rispetto a Brit VD Renal Cane, sia per quanto riguarda il secco che l'umido».



Olena Topilnytska (Terra Canis): «Terra Canis offre alimenti per la funzionalità renale solo nel segmento dei cani, ma vediamo la necessità da parte dei nostri consumatori di sviluppare una soluzione equivalente per i gatti. La malat-

tia renale cronica è un problema di salute comune nei gatti anziani. Di conseguenza, è forte la domanda di diete specifiche per la funzionalità renale dei gatti».





## A NATALE SI MERITA UN DONO SPECIALE

· Prodotti artigianali da forno · Lievitati naturalmente





**GLI ORIGINALI** 

#### INCHIESTA

#### **TARGET IN ESPANSIONE /**

Il mercato degli alimenti per animali con disturbi renali ha un elevato potenziale di crescita, sia in termini di fatturato che di volume. Oggi il giro d'affari è stabile, in parte per via dell'offerta meno ricca e varia rispetto ad altri segmenti e in parte perché probabilmente serve ancora del tempo prima che diano frutto gli intensi sforzi dell'industria e dei medici veterinari per informare il pubblico finale. Sia nell'universo cane sia nel gatto, il segmento si posiziona al terzo posto nelle vendite di mangimi dietetici, anche se i volumi sviluppati dal cat food sono molto superiori rispetto al dog food. A determinare queste performance sono diversi fattori, a partire dall'incremento dell'attenzione dei pet owner riguardo alla salute dei quattrozampe. Allo stesso tempo anche l'evoluzione della proposta commerciale delle aziende produttrici sta portando sul mercato prodotti più efficaci e appetibili, grazie all'innova-



Fra gli alimenti formulati per cani e gatti con problematiche e disturbi di vario tipo, quelli con claim"Renal" sono fra i più rilevanti, soprattutto nell'universo felino. Anche nel cane tuttavia si registra un significativo potenziale di sviluppo, soprattutto per via del fatto che le patologie in campo renale sono fortemente connesse all'età

### 4. QUALI SONO LE PRIORITÀ DEI CONSUMATORI QUANDO ACQUISTANO UN ALIMENTO PER LA FUNZIONALITÀ RENALE?



**Pietro Gioia (Sanypet-Forza10):** «La priorità del consumatore sicuramente è il benessere del pet; in caso di malattia renale il parere medico è vincolante e il consumatore si affida esclusi-

vamente alla prescrizione del medico veterinario di fiducia. Non si assiste a promozioni particolari per un prodotto che ha specifici fini nutrizionali. Per la natura della patologia renale invece è molto importante l'offerta di referenze umide, maggiormente appetibili e apprezzate soprattutto dal gatto e in grado di favorire un buono stato di idratazione e dell'equilibrio elettrolitico del paziente renale. Inoltre è molto importante per il consumatore il rapporto con la marca, che deve essere in grado di proporre ingredienti specifici come proteine di alta qualità, restrizione di fosforo, calcio e potassio modulati secondo le esigenze, vitamine e integrazione naturale specifica».



Elisabetta Bracci (Royal Canin): «Come per tutti i prodotti dietetici, prima dell'acquisto si raccomanda il parere del medico veterinario. I negozi specializzati hanno sicuramente un ruolo nel supportare il pet owner nell'acquisto, ma

è fondamentale seguire le indicazioni dell'esperto. Nel mondo gatto l'umido è estremamente rilevante rispetto al resto del mercato delle diete e ha un peso quasi uguale al secco, mentre per il cane è il secco il segmento più significativo. Le patologie renali possono portare a una diminuzione dell'appetito ed è dunque importante variare formule, combinazioni e consistenze. Proprio per questo Royal Canin offre, nell'umido gatto, sia patè e sia fettine in salsa nelle varianti con manzo, pollo e pesce. Per gli stadi iniziali dell'insufficienza renale cronica abbiamo inoltre una referenza che supporta la funzione renale nelle fasi iniziali della malattia, grazie al ridotto livello di fosforo e alla presenza di proteine di elevata qualità».



Aldo Rossi (Exclusion): «Molto raramente un proprietario individua da sé la problematica e acquista questa tipologia di prodotti in autonomia. Il cliente finale entra quindi in negozio quasi sempre con una prescri-

zione veterinaria, con l'indicazione di due o tre proposte di alimenti adatti all'animale. Nel caso in cui la prescrizione sia generica o multipla, il supporto e il consiglio del negoziante diventa importante, soprattutto nella scelta della marca. Per le patologie renali, spesso si predilige l'umido, soprattutto nel gatto, perché favorisce un'ottima idratazione e offre un'elevata appetibilità. Penso che non si scelga mai un alimento dietetico perchè è in offerta e generalmente non si cambia mai l'alimentazione di un pet "malato" inseguendo le offerte. È ovvio comunque che il pet owner sarà ben felice di trovare qualche volta in sconto il prodotto che ha scelto, oppure potrebbe cercarlo online per trovare un vantaggio economico».



Massimo Bardelli (Eagle): «La qualità e la fiducia verso il produttore sono le priorità in questo segmento, il consumatore tende a ritenere molto meno rilevante la variabile prezzo. Il fatto che un alimento

"Renal" sia consigliato da un veterinario ne aumenta il valore percepito e la richiesta. Anche i rivenditori più preparati possono fare la differenza in questo senso».



Olena Topilnytska (Terra Canis): «I consumatori preferiscono i prodotti con fonti proteiche facilmente digeribili, contenuto limitato di fosforo e livelli controllati di altri nutrienti per supportare la salute rena-

le. Molto importante è anche il fattore del gusto e di conseguenza la predisposizione del pet a mangiare l'alimento. Ovviamente i veterinari svolgono un ruolo cruciale nel diagnosticare i problemi renali e nel fornire indicazioni dietetiche. I consumatori si fidano del consiglio ricevuto e tendono a seguire le loro raccomandazioni».

## remover®



#### 3 CENTIMETRI AL GIORNO LEVANO I BOLI DI PELO DI TORNO\*



#### **BOLI DI PELO: UN FASTIDIOSO PROBLEMA FELINO**

I boli di pelo possono essere responsabili di vomito, inappetenza, tosse secca e stitichezza nel tuo gatto.

#### MENO STRESS PER IL TUO GATTO, MENO STRESS PER TE!

In pochi giorni il tuo micio sarà pulito e libero dal fastidio. E anche tu!

#### REMOVER: IL MODO PIÙ GOLOSO DI RIMUOVERE I BOLI DI PELO

Remover è una pasta al gusto di pesce. Bastano 3 cm\* al giorno per rimuovere i boli e ridurne la formazione.



#### INCHIESTA

zione tecnologica nel settore pet food, che consente di sviluppare formule sempre più precise dal punto di vista nutrizionale e allo stesso tempo di sperimentare vari tipi di consistenze, soprattutto nell'area dell'umido. Questi elementi, uniti all'aumento dell'aspettativa di vita degli animali domestici, che rende più probabile l'insorgenza di problematiche con l'avanzare dell'età, potrebbero rendere quest'area terapeutica molto più rilevante nel prossimo futuro. L'aumento della popolazione di pet anziani potrà portare infatti non solo a una maggior richiesta di alimenti studiati per soggetti senior, ma anche a una domanda in espansione di mangimi sviluppati per rispondere a bisogni specifici, come appunto ad esempio la malattia renale cronica.

#### PRECISIONE NUTRIZIONALE /

Il panorama dei prodotti per la funzionalità renale si caratterizza per il ridotto numero di brand leader, soprattutto se paragonato ad altre categorie di alimenti funzionali. Si tratta dunque di un vero e proprio mercato per specialisti, che sviluppano volumi di vendita molto rilevanti. Tuttavia c'è ancora molto spazio per l'ingresso di nuovi interpreti, soprattutto considerando che ciò consentirebbe ai rivenditori specializzati di trovare alternative efficaci alla proposta delle grandi catene nazionali. Ciononostante l'autorevolezza della marca è un elemento fondamentale in questo campo, soprattutto perché il consumatore tende a seguire puntualmente il consiglio del veterinario e dunque a far riferimento a un ridotto numero di fornitori. Ciononostante sono molti i player che, in altri segmenti, stanno conquistando la fiducia del consumatore, che talvolta può dimostrarsi reticente ad abbandonare il marchio di riferimento per acquistare quelli selezionati dal medico. L'ingresso di nuovi attori in questo panorama potrebbe generare una ulteriore spinta all'innovazione, soprattutto portando all'ampliamento della proposta di gusti e texture disponibili sugli scaffali dei punti vendita, che oggi si dimostra ancora piuttosto limitata, seppur in fase di ampliamento.

#### SOSTENIBILITÀ E SPECIFICITÀ /

In che direzione potrebbe andare l'innovazione di questo segmento? Prima di tutto va considerata la maggiore sensibilità dei consumatori nei confronti della sostenibilità, che potrebbe inoltre portare a una ricerca di fonti proteiche alternative e derivanti da una filiera corta. Ciò alzerebbe ulte-

### 5. QUALI PROSPETTIVE DI SVILUPPO POTREBBE AVERE IL SEGMENTO RENAL?



**Pietro Gioia (Sanypet-Forza10):** "Ritengo che l'attenzione alla cura dell'attività renale resti ad appannaggio principalmente del comparto delle diete veterinarie e resterà stabile il comparto dei prodotti non dietetici con questo claim. Probabilmente assisteremo ancora a una crescita

delle vendite dei prodotti "renal" per la sempre maggiore attenzione alla salute degli animali anziani. Se dovessi dare una cifra percentuale di crescita per il 2023 indicherei un incremento tra il 4 e 6%, visto l' andamento dei primi mesi dell'anno. A livello di novità di offerta, potremo assistere nel prossimo futuro al potenziale utilizzo di nuove fonti proteiche, alternative e più sostenibili, tra cui forse gli insetti».



Elisabetta Bracci (Royal Canin): «Le patologie renali colpiscono prevalentemente i pet in età avanzata e in coerenza con una popolazione di cani e gatti sempre più longeva ci aspettiamo che l'attuale andamento si inverta presto, con un conseguente aumento della rilevanza del seg-

mento Renal. Royal Canin punta sull'innovazione per proporre soluzioni sempre più su misura e allo stesso tempo in più varietà, al fine di rispondere puntualmente alle esigenze di ciascun pet e contribuire alla salute attraverso la nutrizione».



Aldo Rossi (Exclusion): «La necessità di assumere un alimento specifico per le patologie renali arriva spesso solo con l'avanzare dell'età e quasi sempre dopo un consulto veterinario. Per questo motivo la scelta e la varietà di prodotti risulta essere meno ampia e credo che resterà

una prerogativa legata al mondo dietetico veterinario. Sicuramente però, nel tempo, ci potrà essere lo sviluppo di altri alimenti, per esempio più specifici per lo stadio della patologia, oppure con differenziazioni di composizione o di gusto, per andare incontro anche alle esigenze nutrizionali di pet con altre patologie in corso, come le intolleranze alimentari, o il sovrappeso. Con l'aumento dell'aspettativa di vita dei nostri amici a quattro zampe, questo tipo di alimenti continuerà ad avere una piccola ma costante crescita».



Massimo Bardelli (Eagle): «Il panorama di questo segmento è molto meno ampio rispetto ad altre categorie di prodotto a causa della minor scelta di brand e referenze e, almeno in un futuro prossimo, non ci aspettiamo niente di diverso. Non crediamo all'entrata di nuovi brand

nel settore o in un ampliamento delle referenze specifiche. Crediamo si stia andando verso il delinearsi di un consumatore finale sempre più consapevole e orientato verso la scelta di brand e alimenti dalla qualità produttiva e appropriati dal punto di vista nutrizionale».



Olena Topilnytska (Terra Canis): «Stiamo assistendo a un'intensa attività di ricerca e sviluppo in materia di prevenzione e cura delle malattie renali e di altre patologie. Con l'età, gli animali domestici diventano più suscettibili ai problemi renali. Questo porterà al progressivo aumento della domanda di alimenti per animali domestici specifici

per i reni e, quindi, a un continuo investimento nell'avanzamento della comprensione della malattia renale e nello sviluppo di prodotti più innovativi».

riormente l'asticella, dal momento che l'offerta di referenze con claim "Renal" si caratterizza per l'utilizzo di ingredienti nobili e di maggior qualità rispetto alla media, ma almeno per quanto riguarda l'offerta di mangimi di mantenimento il fattore green potrebbe essere un elemento differenziante soprattutto quando il panorama di brand andrà a crescere. Per quanto riguarda invece le linee veterinarie, la strada di sviluppo futura potrebbe essere quella già intrapresa da alcuni

brand, che propongono formulazioni in grado di rispondere a più di un'esigenza specifica. Alcuni animali infatti, oltre ad aver bisogno di una dieta con un ridotto apporto proteico e di fosforo per la funzionalità renale, necessitano anche di rispondere ad altri bisogni, come ad esempio le intolleranze.

#### INTEGRAZIONE /

Il maggior potenziale di sviluppo per questa categoria merceologica, sia di



## trasportino **Tour**

l'accessorio da viaggio pratico ed elegante









con vano porta oggetti - completo di ciotola doppia - tripla chiusura di sicurezza
 predisposto per fissaggio con cinghie o cintura di sicurezza

## Ama il tuo migliore amico



offerta che di opportunità di mercato, risiede nella galassia dei prodotti non dietetici. Al di fuori delle linee veterinarie dei maggiori marchi presenti sugli scaffali dei negozi, la proposta di alimenti per la funzionalità renale è molto contenuta.

Eppure esiste un target di pet a cui fare riferimento in cui ancora non sono presenti patologie cliniche, ma che comunque evidenziano sensibilità o sintomi occasionali. È questa dunque un'area in cui l'industria potrebbe decidere di intervenire nel prossimo futuro per intercettare i bisogni di una clientela che necessita prima di tutto di prevenire l'emergere di problematiche croniche o di un'alimentazione bilanciata per affrontare l'apparire dei primi sintomi, magari in attesa di recarsi dal medico veterinario. Uno dei fronti su cui invece i produttori stanno dimostrando maggior vivacità è invece quello del food complementare. In commercio si possono trovare già varie proposte in questo ambito, soprattutto

nel segmento gatto. Si tratta di prodotti che non rappresentano una cura per la malattia renale cronica, ma possono fornire un valido supporto alla dieta di soggetti malati o con una predisposizione in tal senso, ritardando la progressione della malattia e contribuendo a migliorare la qualità della vita di cani e gatti. Il cliente finale si dimostra molto interessato a questo genere di articoli, soprattutto perché nei consumi umani l'integrazione dell'alimentazione è un trend recente fra i più interessanti.

#### FIGURE STRATEGICHE /

La grande importanza del segmento "Renal", determinata dall'elevato numero di pet che soffrono di problematiche di questo tipo, il fatto che la categoria esercita un elevato potere di fidelizzazione e le notevoli possibilità di crescita rappresentano i motivi principali per cui i rivenditori specializzati possono investire in quest'area di prodotti, soprattutto in ottica futura. Lo sviluppo assortimenta-

le, oltretutto, potrebbe essere in questo senso soltanto uno dei passi da compiere, partendo dal rapporto con i fornitori per creare un'offerta più equilibrata possibile tra brand leader e aziende di nicchia alternative. Un altro fronte di lavoro potrebbe inoltre essere quello della collaborazione con altre figure strategiche di settore, in particolar modo con i veterinari.

Spetta infatti prevalentemente al medico l'onere di informare i pet owner e di proporre le referenze più indicate per la dieta dei soggetti con disturbi renali. Questo potrebbe offrire ai retailer specializzati la possibilità di sviluppare modalità di partnership con questo canale, proponendo ad esempio un calendario di eventi formativi, assicurandosi di avere a scaffale i prodotti su cui puntano le cliniche in prossimità del proprio territorio di competenza e magari suggerendo al cliente una struttura vet amica alla quale rivolgersi per far visitare il cane o il gatto.

#### HILL'S NUTRE IL MICROBIOMA INTESTINALE

Gli alimenti Prescription Diet k/d sono studiati per migliorare e prolungare la qualità della vita e aiutare a proteggere la funzionalità renale. Le referenze sono arricchite con ActivBiome+ Kidney Defense, una miscela esclusiva di prebiotici che nutre il microbioma intestinale per ajutare a sostenere la funzione renale. La gamma è disponibile in diverse varianti in formato secco e, in umido, sotto forma di gustosi spezzatini e bocconcini in salsa.



#### RIDOTTO CONTENUTO DI FOSFORO PER MONGE

Monge VetSolution Renal Feline è un alimento dietetico completo per gatti, formulato per il supporto della funzione renale in caso di insufficienza renale cronica o temporanea. La ricetta contiene concentrato di succo di melone per neutralizzare i radicali liberi, tè verde per il supporto renale e xilo-oligosaccaridi (XOS) per preservare il microbiota intestinale. Questo cibo è ottenuto con proteine di alta qualità e un ridotto tenore di fosforo e proteina grezza. Disponibile nel formato da 400g e da 1,5 kg.



# HAPPY CAT VET ABBUT OCNAL CONAL CONAL

#### CON HAPPY DOG, PROTEZIONE ATTIVA DELLE CELLULE

Happy Cat Vet Renal, disponibile sia in umido che secco, è un alimento completo dietetico per gatti, che offre supporto alla funzione renale in caso di insufficienza renale cronica. La riduzione dei livelli di proteine, fosforo e sodio allevia le funzioni renali. Gli ingredienti particolarmente gustosi favoriscono l'assunzione alimentare anche da parte di soggetti con scarso appetito. La vitamina E come antiossidante lega i radicali liberi e assicura una protezione attiva delle cellule.

#### FORZA10 MANTIENE L'EFFICACIA DEI PRINCIPI NATURALI



Renal Active Forza10 è formulato per il supporto della funzione renale cronica e di temporanea insufficienza renale. Inoltre la sua formula offre un valido aiuto alla funzione cardiaca anche cronica e fornisce al contempo una dieta ottimale per la riduzione delle intolleranze alimentari. La ricetta si distingue per l'elevato apporto di omega3 e 6 e una ridotta quantità di proteine, fosforo e sodio. L'alimento si caratterizza inoltre per

l'utilizzo di una tecnica brevettata, che consente di contenere, all'interno della compressa a forma di cuoricino, i principi naturali a temperatura ambiente (evitando la cottura), permettendo così di preservare l'efficacia delle sostanze termosensibili aggiunte.

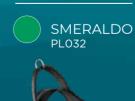


#### COMFORT E SICUREZZA PER PET DI GROSSA TAGLIA

**Primo Plus** è una pettorina strutturata che offre comfort insuperabile grazie al dorsale **ergonomico**, l'imbottitura frontale e il **sottopancia regolabile.** 

Disponibile in tre nuove colorazioni dalla taglia M alla XXL.









#### **BRIT PREVIENE LA FORMAZIONE DI CALCOLI**

La linea Brit Veterinary Diet propone alimenti dietetici studiati appositamente per cani e gatti con compromessa funzionalità renale. In particolare la formula è studiata per rispondere alle esigenze di pet con insufficienza renale cronica e sindrome car-

dio-renale. L'apporto ridotto di purine aiuta a prevenire la formazione di calcoli di urati e cistina. La

ricetta è senza coloranti conservanti e aromi artificiali.







#### ROYAL CANIN OFFRE FORMULE NUTRIZIONALI **SU MISURA**





Grazie alle formule nutrizionali su misura,

contenenti livelli adattati di proteine, fosforo, acidi grassi essenziali (EPA e DHA) e antiossidanti, gli alimenti dietetici completi secchi e umidi Early Renal e Renal della gamma Vital Support di Royal Canin sono indicati per sostenere la funzionalità renale in caso di insufficienza renale cronica.

#### ALTA DIGERIBILITÀ PER TERRA CANIS



Gli alimenti della linea Terra Canis AliVet Low Protein sono formulati con un ridotto contenuto di proteine altamente digeribili. La ricetta prevede inoltre un basso apporto di fosfato, rame e sodio, risultando particolarmente adatta per la dieta di cani con disturbi renali. Sono infine presenti frutta, verdura e erbe.

supporto alla funzione renale in caso di insufficienza renale cronica o temporanea è stato formulato Renal sensitive, disponibile in versione mini nella lattina da 200 g, per i cani di piccola taglia, e medium large per soggetti di taglia media e grande, nella lattina da 400 g. Il maiale fresco, unica fonte proteica animale, lo rende ideale anche in caso di sensibilità. La sua azione terapeutica viene svolta dal ridotto contenuto di fosforo e proteine, per non sovraccaricare le funzioni renali.

La linea di alimenti dietetici umidi Prolife Diet

si rinnova nella gamma e nei contenuti. Per il

PROLIFE È ANCHE IN VERSIONE MINI



#### INTEGRAZIONE CON OMEGA 3 PER FARMINA





Farmina VetLife Renal è una linea formulata per la gestione dell'insufficienza renale acuta e cronica di cane e gatto, con moderati tenori di proteine, sodio e fosforo. Questi prodotti sono integrati con omega 3 che favoriscono il microcircolo renale.

Disponibili versioni secca e umida, gli alimenti sono molto appetibili e favoriscono l'idratazione del pet.

#### DA LEONARDO, IL DRINK PER GATTI AD ALTA APPETIBILITÀ

Quando i gatti soffrono di problemi renali, è importante che bevano abbastanza liquidi. I Drink Leonardo incoraggiano anche i mici più pigri a bere grazie al sapore di carne. I Drink sono quindi ideali anche come supplemento al cibo secco.



#### GIUNTINI COMBINA SALMONE FRESCO E RISO



La nuova gamma di Giuntini Keké Supreme si distingue per la presenza di carne o pesce freschi e per oltre il 50% di proteine animali in formula. La referenza Urinary Care, con salmone fresco e riso, contiene ingredienti funzio-

nali utili al benessere di una zona particolarmente sensibile nel gatto, ovvero il tratto urinario.

#### **EXCLUSION PROPONE FORMULE** CON MONOPROTEINA

Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Renal è un alimento dietetico monoproteico contenente solo carne disidratata di maiale e studiato come supporto nutrizionale specifico della funzionalità renale in caso di insufficienza renale cronica o temporanea. Le referenze per cane sono disponibili per taglia e nella versione secca o umida, mentre gli alimenti per gatto sono formulati in due fasi per rispondere al meglio alle esigenze dello stadio della patologia.



#### MARPET: GUSTO E BENESSERE

Considerando che, nei casi di insufficienza renale, l'appetito dell'animale spesso tende a diminuire, Marpet ha realizzato AequilibriaVet Renal con una formula gustosa e saporita. La formula offre un basso contenuto di fosforo e di proteine ma di alta qualità. Il prodotto è disponibile in lattina da 85 g, è cruelty free e non contiene coloranti e conservanti aggiunti.















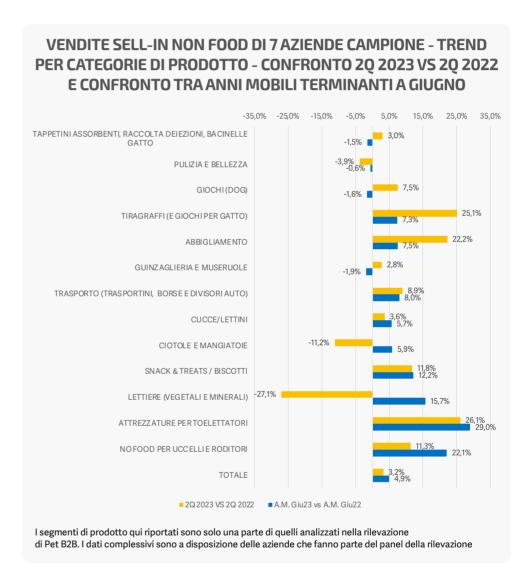


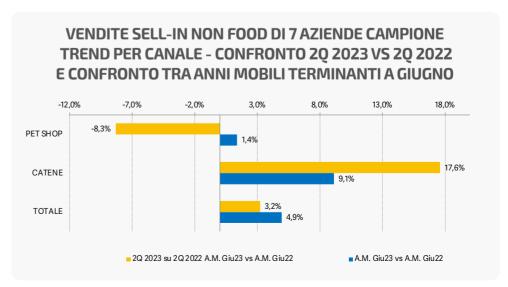
## Crescita diffusa per il no food

Nel secondo trimestre dell'anno le vendite sell-in a valore proseguono il trend di crescita che negli ultimi dodici mesi porta a una media pari a +4,9%.Le catene registrano ancora un importante balzo in avanti. Ecco i risultati della rilevazione di Pet B2B che coinvolge alcune tra le aziende leader di mercato.

Dall'analisi del sell-in degli accessori nel secondo trimestre del 2023, emerge un quadro contrassegnato da una crescita diffusa. Soprattutto se si considera il confronto tra anno mobile lug22-giu23 rispetto a lug21-giu22, le vendite sell in presentano una crescita media pari a +4,9% e distribuita su quasi tutte le categorie di prodotto, con poche eccezioni. Ancora una volta le attrezzature per toelettatori registrano performance importanti (+29%). A seguire il "no food per uccelli e roditori" (+22.1%) e le lettiere (+15.7%). È ciò che emerge dalla ormai consueta rilevazione organizzata da Pet B2B per quanto riguarda le vendite di prodotti del mondo no food. Questa rilevazione, iniziata nel 2018, è costruita sui dati di sell-in di sette aziende tra i leader di mercato che ci permettono di ricostruire sia l'andamento delle vendite per canale sia gli scostamenti percentuali segmento per segmento. Non sono dati completi, ma possono comunque rappresentare un riferimento o dei benchmark con cui confrontarsi. Le aziende che partecipano a questa rilevazione sono sette: Camon, Croci, Ferplast, Mennuti, Rinaldo Franco, Trixie e United Pets. Il confronto tra il secondo trimestre del 2023 e lo stesso periodo del 2022 mostra una situazione più nervosa. Complessivamente

si registra una crescita pari a +3,2%, con incrementi significativi del sell-in di tiragraffi e giochi per gatto (+25.1%) e abbigliamento (+22%). Ma ci sono anche decrementi di un certo peso, tra cui spiccano soprattutto le lettiere (-27%), anche se va rilevato che questa tipologia di prodotto ha registrato nell'ultimo anno grandi accelerazioni e brusche frenate, che ci suggeriscono di dare maggiore peso al dato relativo al confronto sui dodici mesi. Per quanto riguarda i canali, non si arresta il fenomeno che vede un robusto incremento degli acquisti da parte delle catene specializzate. Infatti nell'anno mobile il sell-in verso i pet shop crescono dell'1,4% mentre quello delle catene del 9,1%. Le oscillazioni sono decisamente più marcate nel confronto tra 2Q 2023 e 2Q 2022: in questo caso i pet shop registrano un calo pari a -8,3% mentre le catene crescono con un incremento di +17.6%.





## MADE IN ITALY

#### **SNACK DENTALI VEGETARIANI** per CANI

5 diverse esigenze, un'unica soluzione!



**Ascophillum Nodosum** 

**CONTRO L'ALITO CATTIVO** 



Euglena Gracilis

**SALUTE INTESTINALE** 



Yucca **Schidigera** 

CONTROLLO **DEGLI ODORI** 



Melissa Officinalis

**EFFETTO RILASSANTE** 



Ovopet®



#### **SUPERFOOD** anche per Fido

Diversi studi scientifici hanno dimostrato che, introducendo alcuni ingredienti funzionali nella dieta del cane, possiamo contribuire al normale funzionamento del suo organismo migliorandone lo stato di salute generale, basta uno 100% snack al giorno.

#### **VEGETARIANI E SAPORITI**

Studiati per essere salutari, hanno il giusto mix di ingredienti che li rende anche molto più appetitosi di un tradizionale snack vegetariano in commercio.

#### 100% IRRESISTIBILI!

Un'ampia scelta di soluzioni prodotto sul punto vendita e incentivare l'acquisto: scatole,









## Sempre più fatturato per il pet food in Europa

I report annuali Fediaf dal 2018 al 2022 certificano che il giro di affari del cibo per animali è cresciuto del 38,7%. Aumentano le tonnellate di prodotti venduti e il business che riguarda servizi e accessori. Ci sono sempre più animali nelle case europee ma sono cani e gatti a rappresentare il 50% dei pet in famiglia. L'Italia al quarto posto come Paese per presenza di animali.

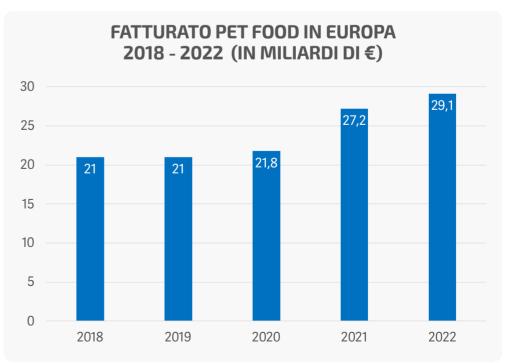
di Stefano Radice



l settore del pet food europeo si caratterizza in questi anni per la costante crescita del fatturato e del numero di tonnellate di cibo vendute. Anche il giro di affari legato a servizi e accessori ha un trend molto positivo. Nel quinquennio 2018-2022 - secondo i dati pubblicati nei rapporti annuali della Fediaf – si è assistito anche a un costante incremento del numero di animali, particolarmente marcato durante il periodo pandemico quando in tutti i principali mercati si è assistito a un boom di adozioni. Sono i cani e i gatti i più presenti nelle case; insieme rappresentano il 50% dei pet nelle famiglie. Terza posizione per gli uccelli. Nella classifica dei Paesi con più pet, l'Italia risulta la quarta nazione in Europa con il maggior tasso di pet nelle abitazioni.

#### **VENDITE A VALORE E A VOLUME /**

Tra 2018 e 2022 il giro di affari del pet food è passato da 21 miliardi di euro a 29,1







## ARZILLI & BRILLANTI

A partire dagli 11 anni di vita il gatto cambia i suoi bisogni nutrizionali, che diventano più specifici. **SCHESIR SILVER** è una nuova linea di ricette complete e bilanciate per i gatti più anziani.

supporta il sistema immunitario

CON OMEGA 3 & OMEGA 6 • FAVORISCE LA MASTICAZIONE • GRAIN FREE

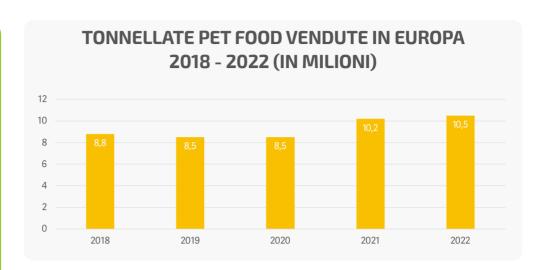


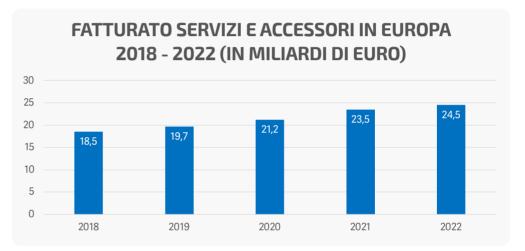


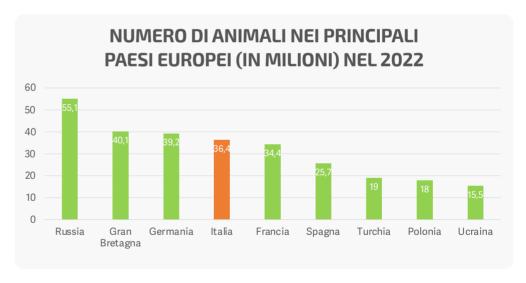
#### MERCATO

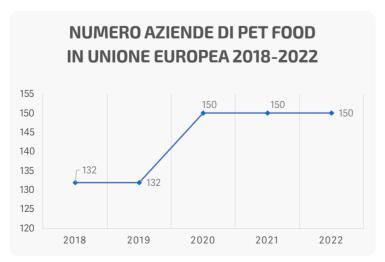
# SCARICA IL RAPPORTO FEDIAF Per scaricare e consultare il Rapporto Fediaf 2022 inquadra il QR code oppure accedi alle pagine "Documenti" del sito www.petb2b.it

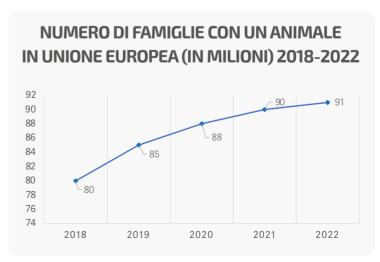
miliardi, con un incremento del 38,7%. Nel dettaglio, se tra 2018 e 2020 la crescita è stata omogenea e costante, la svolta si verifica nel 2021, con un trend sull'anno precedente del +24,7%. Di pari passo con il fatturato, nel quinquennio sono cresciute anche le tonnellate vendute, salite da 8,8 milioni a 10,5 milioni, con un tasso positivo del 19,3%. Si può vedere, quindi, come i ricavi siano cresciuti in percentuale di più rispetto alle vendite a volume, sia a causa dei tassi di inflazione che per le difficoltà di approvvigionamento e per i maggiori costi di trasporto che si sono alzati molto durante il Covid. Il report annuale di Fediaf prende in considerazione anche il peso economico dei servizi e degli accessori. Il loro valore è salito da 18,5 a 24,5 miliardi di euro nel quinquennio, con un segno + del 32,4%. Sono quindi le vendite a valore del cibo ad essersi segnalate per la crescita più marcata. Per quanto riguarda il numero di imprese pet food attive in Unione Europea, dopo il balzo da 132 a 150 tra 2019 e 2020, negli ultimi anni si è mantenuto a livelli stabili. Il contrario del numero di



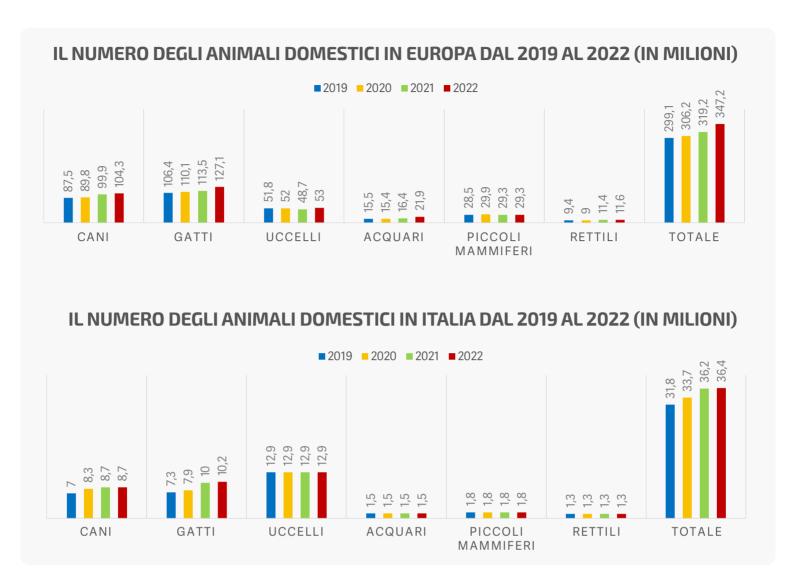












famiglie con almeno un animale che sono passate da 80 milioni a 91 milioni (+13,5%).

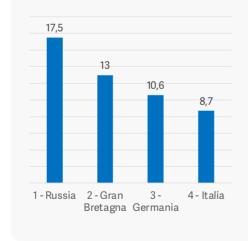
#### GLI ANIMALI /

Il numero degli animali, tra 2019 e 2022 è passato dai 299,1 milioni di esemplari a 347,2 milioni (+16%). In particolare, i cambiamenti più significativi si sono registrati nelle popolazioni di cani e di gatti, che sono cresciute entrambe oltre il 19%, con i felini che sono nettamente i più presenti nelle abitazioni. Per quanto riguarda le altre tipologie di animali, la loro presenza nelle case aumenta soprattutto tra 2021 e 2022, come conseguenza degli effetti della pandemia che ha portato a una maggior attenzione per tutti gli animali domestici. In particolare, segnaliamo il numero degli acquari, passato da 16,4 milioni nel 2021 a 21,9 milioni nel 2022 e quello degli uccelli, salito da 48,7 milioni a 53 milioni. Sono stabili, nell'ultimo biennio, i numeri di piccoli mammiferi e rettili.

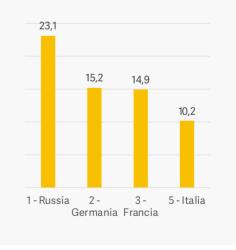
#### LA SITUAZIONE IN ITALIA /

In Italia il numero di pet nelle abitazioni è cresciuto di alcuni milioni di unità. Si è passati dai 31,8 milioni del 2029 ai 36,4 milioni del 2022, con un incremento del 14,4%, leggermente inferiore alla media europea. Anche nel nostro Paese gli spostamenti maggiori si sono segnalati per cani e gatti,

#### 2022 - I PAESI EUROPEI CON IL MAGGIOR NUMERO DI CANI (IN MILIONI)



#### 2022 - I PAESI EUROPEI CON IL MAGGIOR NUMERO DI GATTI (IN MILIONI)



con i primi passati da 7 milioni a 8,7 milioni (+24,2%) e i secondi saliti da 7,3 a 10,2 milioni (+39,7%). Si tratta di crescite molto importanti, se paragonate all'andamento tendenzialmente flat di tutte le altre tipologie di animali, con gli uccelli che rimangono comunque i più diffusi con circa 13 milioni di esemplari. A livello europeo, il nostro Paese si posiziona stabilmente al quarto posto per presenza di animali alle

spalle dell'irraggiungibile Russia e con la Germania spesso in seconda posizione, mentre la Francia occupa il gradino più basso del podio. Riferendoci in particolare al 2022, vediamo come l'Italia sia al quarto posto per numero di cani, di acquari e di rettili mentre scende di una posizione se si considerano i felini e i piccoli mammiferi. L'Italia, però, rimane nettamente in testa per la diffusione di volatili.



#### ISPIRATI A NOI, PENSATI PER LORO.

TUTTO IL GUSTO E I BENEFICI DI UNA DIETA MEDITERRANEA, CREATA SU MISURA PER I TUOI PET.



No Added **Grain Formula** 





**Colorants** 



Sapori italiani garantiti, materie prime fresche e selezionate. ItalianWay conquisterà il tuo gatto con ricette selezionate, naturali, mediterranee.













## Pet B2B: tutte le news anche su Facebook

Attiva dal 2017, la pagina dedicata alla rivista conta ormai oltre 4.800 follower. Il social media si affianca allo strumento cartaceo, al sito internet, alla newsletter e alle pagine LinkedIn e Instagram per un progetto di comunicazione integrato.

a cura della Redazione

Nato nel 2004 con l'intento originario di consentire un collegamento tra gli studenti dell'Università di Harvard, Facebook è stato in breve aperto anche ad altre scuole della zona di Boston. Successivamente fu reso accessibile agli studenti delle scuole superiori e poi a chiunque dichiarasse di avere più di 13 anni di età. Rappresenta la pietra miliare dei social network e in poco più di un decennio ha cambiato profondamente molti aspetti legati alla socializzazione e all'interazione tra individui, sia sul piano privato che su quello economico e commerciale. Accanto alle pagine private di persone fisiche, è possibile creare gruppi o pagine aziendali che rendono il social network un vero e proprio strumento di social marketing. Rientra in questa definizione la pagina Facebook di Pet B2B, che si affianca agli altri mezzi di comunicazione utilizzati dalla redazione.

#### TUTTI I MEDIA /

Il progetto di Pet B2B si articola in un sistema integrato di comunicazione. Allo strumento cartaceo, utilizzato per approfondimenti e articoli di vario genere, si affianca l'online. Qui il ciclo di diffusione parte dal sito internet petb2b.it dove non solo vengono condivisi i principali contenuti della rivista cartacea, ma quotidianamente vengono pubblicate news di settore che consentono all'utente di rimanere aggiornato sulle ultime novità del mercato. Dal sito, le notizie vengono condivise nell'universo social e quindi sulle pagine dedicate alla testata su

#### **COME SEGUIRCI SU FB**

- 1. Accedere a Facebook con le proprie credenziali
- 2. Nella banda di ricerca digitare "Pet B2B"
- 3. Cliccare sul pulsante "Mi piace" per visionare sulla propria bacheca tutti i post pubblicati dalla redazione

LinkedIN, Facebook e dallo scorso maggio Instagram. Alle news quotidiane, si affianca la newsletter elettronica settimanale. Tutto ciò crea una circolarità delle informazioni che aumenta la loro diffusione e assicura la massima efficacia nel raggiungimento del pubblico di riferimento.

#### **NUMERI DELLA PAGINA /**

Parlando di Facebook, Pet B2B può contare su una pagina da giugno 2017. A metà aprile conta 4.848 follower.

Più nel dettaglio, mensilmente i visitatori entrano direttamente nella pagina Facebook di Pet B2B e scorrono i vari post pubblicati, interagendo con essi tramite commenti, condivisioni o altro.





## GUSTO BUENO







































## Collagen+ LO SNACK PREMIUM fonte naturale di collagene







## Stild da leccarsi i baffi!











- > Cotti al forno
- > Gustosi e nutrienti
- > Materie prime di altissima qualità
- > Grande varietà di ricette







#### Gustosi snack per cani e gatti

































## Russia, un mercato sempre più stretto

Il progressivo irrigidimento dei controlli delle autorità locali e il complicarsi delle procedure di superamento della dogana russa, dovuti al conflitto, stanno portando sempre più imprese italiane di pet food e accessori a cambiare strategia di export, per abbandonare del tutto o quasi il gigante dell'Est Europa e puntare su altri Paesi in cui distribuire i propri prodotti.

a cura della Redazione

Sono sempre meno le aziende italiane che esportano prodotti in Russia. In circa un anno e mezzo di conflitto con l'Ucraina e di rapporti tesi con la Nato e l'EU, si è fortemente ridotto il numero di imprese del settore pet care che guardavano al gigante dell'Est Europa come uno fra i Paesi esteri più promettenti in cui investire. Questa situazione sta lasciando un pesante vuoto a livello di opportunità per le aziende del Made in Italy, che si trovano nella necessità di cercare nuovi sbocchi per compensare la perdita.

#### INCHIESTA

Il rischio, nel caso in cui non dovessero verificarsi dei cambi di rotta nei prossimi mesi, è che la quasi totalità dei player dell'industria italiana si troveranno a segnare con una x il mercato Russo. Il fenomeno si dimostra più accentuato e critico, almeno per il momento, nel settore alimentare. Tuttavia anche i produttori di accessori si trovano spesso la strada sbarrata alla frontiera per un progressivo irrigidimento della regolamentazione o anche semplicemente per dei fraintendimenti, che però generano ritardi nei trasporti, aumento dei costi e problematiche di carattere burocratico. Tutto ciò rende sempre più complesso esportare merce in Russia anche per i pochi che ancora vi hanno accesso. La domanda che in molti si fanno dunque è se il gioco valga ancora la candela. Sussistono ancora le motivazioni che in precedenza facevano guardare al colosso est europeo come uno sbocco dal grande potenziale commerciale? E se sì, i pro sono ancora superiori e più importanti rispetto ai contro? La risposta a tali quesiti, per molti, è ancora in divenire e molto dipenderà dal protrarsi o meno delle attuali tensioni. Al momento va sottolineato però che segnali di schiarimento ancora non si notano all'orizzonte.

#### OBIETTIVO AUTONOMIA /

Il paradosso della situazione che si sta delineando è costituito dal fatto che premesse con radici profonde non trovano riscontro nelle linee tracciate dalle autorità e dagli organi competenti. Il Made in



Il mercato russo è in piena evoluzione e punta all'autosufficienza, ma soprattutto nelle fasce di prodotto premium e superpremium risulta ancora lontano dal coprire la domanda attuale. Eppure le imprese italiane faticano sempre di più ad avervi accesso e oggi si trovano nella sfida di trovare altri Paesi dal potenziale analogo con cui collaborare

Italy piace storicamente al mercato russo e la richiesta interna di alimenti per cani e gatti è ancora molto superiore rispetto alla capacità produttiva dell'industria locale. Questo fenomeno si è oltretutto inasprito con le sanzioni economiche imposte alla Russia dall'inizio del conflitto, che ha fortemente ridotto le importazioni pet food (nel 2022 si è assistito a un calo di circa il 25% rispetto all'anno precedente). In parte tale perdita è stata compensata con un'accelerazione della produzione nazionale, grazie anche all'apertura di nuove fabbriche e all'ampliamento del

numero di attori del settore, che dovrebbe proseguire anche nei prossimi mesi. Ciononostante l'impulso finora generato da questi interventi non risulta ancora capace di rispondere del tutto alle esigenze di un mercato in piena evoluzione, che punta all'autosufficienza ma che soprattutto nelle fasce di prodotto premium e superpremium risulta ancora lontano dal coprire la domanda attuale.

#### CONTROLLI DI QUALITÀ /

A rendere ancora più complessi i rapporti tra le imprese italiane e i distributori



A quali altri mercati guarda il Made in Italy? Fra le frontiere guardate con maggior interesse spicca il Sud America, in particolare il Brasile che è fra le nazioni in più rapida crescita al mondo. Anche il medio oriente potrebbe essere sempre più terra di conquista per il food e gli accessori italiani, al pari di altri Paesi asiatici come l'India e il Vietnam. Più staccata risulta l'Africa, anche se soprattutto il Sudafrica e le nazioni con sbocco sul Mediterraneo





GLI ALIMENTI ATTENTI ALLA NATURA E AL BENESSERE CHE TI PERMETTONO DI ESTENDERE LA TUA OFFERTA PER IL CONSUMATORE.

Eagle srl presenta i nuovi alimenti olistici: **Eagle Pet Food** è una linea di prodotti completi caratterizzati da ingredienti naturali, appetibili, di elevata qualità e altamente digeribili.

Tutti i prodotti hanno **la carne come primo ingrediente** e sono realizzati con l'unico obiettivo di promuovere il benessere animale a 360 gradi.

Le **fonti glucidiche** sono tra le più complete nutrizionalmente e inserite in quantità appropriata nel pieno rispetto della fisiologia digestiva dell'animale.

Selezioniamo materie prime OGM free arricchite da ingredienti di origine vegetale (frutta e verdura), elementi funzionali come prebiotici da fonti naturali, probiotici selezionati e certificati e fitoterapici biodisponibili e biologicamente attivi.

**Eagle Pet Food** è una linea **Cruelty free** che utilizza esclusivamente conservanti di origine naturale.



















A rendere ancora più complessi i rapporti tra le imprese italiane e i distributori russi sono le operazioni condotte dal Rosselkhoznadzor, il servizio federale di sorveglianza veterinaria e fitosanitaria, che imponendo criteri di produzione estremamente rigidi ha reso impossibile esportare prodotti in Russia per alcuni produttori di pet food

russi sono le operazioni condotte dal Rosselkhoznadzor, il servizio federale di sorveglianza veterinaria e fitosanitaria russo. Già nel 2021 questo organo aveva effettuato un ciclo di controlli all'interno di siti produttivi esteri, fra cui alcuni stabilimenti di pet food italiani. Il rapporto delle autorità avrebbe messo in luce l'esistenza di alcune problematiche nella filiera, sia a livello di tracciabilità sia in termini di sicurezza. Ne è conseguito il bando in Russia dei prodotti non conformi agli standard imposti. Ancora oggi il Rosselkhoznadzor prosegue sulla stessa linea, imponendo criteri di produzione proibitivi per la maggior parte delle imprese di alimenti per animali domestici, non solo italiane. Ciononostante va ribadito come l'industria del pet food Made in Italy continui a essere efficiente in termini di sicurezza alimentare, sufficientemente rigorosa nel controllo qualità e capace di conformarsi alle linee guida europee. Va dunque ipotizzato che il nodo della diatriba con il servizio federale russo sia forse più strategico e vada fatto risalire a un discorso di rapporti di forza, più che alla mancanza di uno standard adeguato del pet food italiano rispetto alla media europea.

#### BYE BYE PARK ZOO /

E per quanto riguarda il mondo degli accessori? Le difficoltà che stanno affrontando i produttori di pet food italiani in questo momento si estendono

anche all'ambito no food, seppur forse in maniera leggermente meno marcata. Ciononostante è evidente che anche su questo fronte si sia progressivamente ridotto il numero di player che puntano sul mercato russo. Un segnale evidente di questo fatto è l'assenza del tricolore fra gli espositori alla fiera di riferimento di settore, Park Zoo, in calendario a fine settembre a Mosca. Eppure almeno fino a prima della pandemia, l'esposizione era considerata fra le più interessanti in cui cercare nuovi sbocchi esteri per il Made in Italy. Tanto che anche Zoomark International negli anni passati aveva creato un progetto di delegazione italiana composta da una comitiva di produttori locali, in modo da dare maggior forza alla presenza delle nostre imprese partecipanti al salone moscovita.

#### **NUOVE FRONTIERE /**

Questo progetto, così come gli investimenti dell'industria del Made in Italy in Russia, appartengono al passato. Il futuro dunque si apre con l'obiettivo di puntare su nuovi mercati, aspetto non semplice se si considera che quello russo è sempre stato un Paese dal grande potenziale di sviluppo, con numeri importanti dal punto di vista dei volumi ma anche con notevoli opportunità di penetrazione di prodotti premium e superpremium. Per individuare un bacino di utenza simile occorre guardare alla Cina, ma anche in questo caso non mancano le sfide, sep-

pur i rapporti con le autorità cinesi siano migliori rispetto a quelli con la Russia. Nell'ambito food, ad esempio, il gigante asiatico ha infatti definito un panel di aziende italiane autorizzate a commercializzare i propri prodotti nel mercato interno. Tuttavia questo traguardo è raggiunto soltanto da un panel estremamente selezionato di player, rendendo dunque la Cina un territorio per pochi. La situazione è ancora più complessa per i fornitori di accessori, dal momento che arrivano a misurarsi con la maggior competitività economica e con il progressivo innalzamento della qualità del no food locale. E allora a quali altri mercati guarda il Made in Italy? Molte ancora sono le valutazioni in atto per le imprese italiane, ma fra le frontiere guardate con maggior interesse spicca il Sud America, che fra le aree emergenti sembra essere quella più pronta a colmare il gap con i Paesi più avanzati in ambito pet food e pet care. In particolare il Brasile è fra le nazioni in più rapida crescita al mondo, grazie all'aumento della popolazione di pet e all'innalzamento della qualità della vita. Anche il medio oriente potrebbe essere sempre più terra di conquista per il food e gli accessori italiani, al pari di altri Paesi asiatici come l'India e il Vietnam. Più staccata risulta l'Africa, anche se soprattutto il Sudafrica e le nazioni con sbocco sul Mediterraneo offrono già un approdo commerciale molto interessante per diversi produttori locali.



## Il primo cibo per cani di qualità Human Grade al 100%\*

\*di tutti gli ingredienti



INTESTINAL · LOW PROTEIN · LOW FAT · DIABETIC · LOW MINERAL

Per maggiori informazioni, contattaci all'indirizzo international@terracanis.eu



## Le nuove tendenze per il Natale 2023

Il Natale si conferma uno dei periodi di vendita migliori dell'anno grazie alla sempre più diffusa propensione ad acquistare regali per i pet. Snack, accessori e prodotti gastronomici tra i prodotti più venduti. Ma il periodo è breve e c'è il rischio delle rimanenze. "Servirebbe il servizio di reso…" chiede il retail.

di Francesco Graffagnino

#### IL PARERE DELL'INDUSTRIA - 5 VOCI A CONFRONTO

Claudio Sciurpa, amministratore delegato di Vitakraft Italia Spa





Andrea Dotto, responsabile commerciale di Alivit

Elena Iori, responsabile marketing di Doggyebag





Roberto Curzola, business unit manager di Tecnozoo

Franco Magistrelli, amministratore di Pets Fitness



comprare anche per il proprio animale domestico un regalo di Natale. Tuttavia, la febbre degli acquisti natalizi si è raffreddata negli ultimi due anni, molti operatori nei canali indipendenti guardano con una certa preoccupazione al calo delle vendite dei prodotti, soprattutto registrato nel Natale 2022, causato da inflazione e rialzo dei prezzi. Per questo motivo molti pet shop nell'effettuare gli ordinativi per il 2023 hanno preferito rimodulare la propria offerta preferendo ordinare meno merce per evitare il problema delle rimanenze di magazzino.

Nonostante questo, il periodo natalizio rimane un periodo fondamentale per l'anno, trainando le vendite anche per altre categorie di prodotto. Spesso i pet owners infatti attendono proprio il Natale per cambiare alcuni accessori e, con maggiore disponibilità nel portafoglio, tendono a comprare prodotti di una fascia di prezzo più elevata.

Funzionalità, prezzo ma anche originalità sono gli elementi distintivi che caratterizzano l'offerta natalizia di prodotti pensati appositamente per i pet. L'acquisto di un regalo, che sia uno snack, un gioco o un accessorio diventa un'occasione per i pet parents di coinvolgere nelle feste i propri pet e gratificarli con un dono. Ma non solo, il periodo delle feste natalizie avvicina agli acquisti anche chi non possiede un animale domestico ma decide di fare un regalo al cane o al gatto di amici o parenti.

All'interno dell'offerta sempre più ampia e differenziata il periodo di Natale rappresenta un'opportunità per il pet shop che ha l'occasione di diversificarsi mostrando un assortimento più ampio del mass market, il

#### 1. COM'È CAMBIATA L'OFFERTA DI PRODOTTI NATALIZI NEGLI ULTIMI ANNI?



Claudio Sciurpa (Vitakraft): «In ogni casa che ospita un pet è sempre più diffusa la propensione a non far mancare un regalo anche per lui. E così, in linea con le tendenze in ambito umano, nel nostro assortimento speciale di Natale siamo passati dalle classiche calze della befa-

na, che Vitakraft propone da anni, ai più recenti calendari dell'Avvento per cani e per gatti. Così anche per i giochi natalizi che sono passati dai classici alberi di Natale o pupazzi di neve alle ultime novità 2023 con soggetti a tema Pan di Zenzero».



Andrea Dotto (Alivit): «Negli ultimi anni l'offerta è cambiata notevolmente, sono emerse nuove tendenze di settore, ad esempio sono diventati sempre più popolari i giocattoli interattivi che stimolano la mente e il palato dei pet. Il Natale è un periodo che riunisce tutta la famiglia

e quindi anche i pet. Per questo motivo si ricercano prodotti che coinvolgano gli animali nelle attività della famiglia».



**Elena Iori (Doggyebag):** «La nostra proposta per le ricorrenze evolve nel tempo, tenendo conto dell'apprezzamento che riscuotono i prodotti che aiutano a vivere con il proprio pet un momento di gioia e di condivisione. In tale contesto non stupisce che le nostre delizie sono

acquistate anche da chi non ha cani e decide di fare un regalo a parenti o amici che hanno un pet. Il Canettone DoggyeBag è un prodotto iconico del Natale nel panorama del pet food italiano ed europeo. Fondamentali pilastri del suo successo negli anni sono qualità, bontà, genuinità, artigianalità, made in Italy, varietà dell'offerta e un packaging premium curato in ogni dettaglio».



Roberto Curzola (Tecnozoo): «Stiamo vedendo negli ultimi anni la tendenza ad inserire sempre più prodotti a catalogo e allargare l'offerta. Le referenze aumentano di anno in anno per diversi segmenti come snack, giochi e abbigliamento. La performance di vendita di tutti questi prodotti è decisamente positiva».



**Franco Magistrelli (Pets Fitness):** «I prodotti natalizi a catalogo sono diversi ma non noto molte novitài. La tendenza che si sta affermando sempre di più è quella di proporre prodotti simili a quelli degli umani, come ad esempio i panettoni per cani».

#### INCHIESTA

periodo delle festività è propizio per intercettare nuovi clienti, ma anche stupire il cliente abituale e fidelizzato con un piccolo regalo. Guardando alle referenze a scaffale dei prodotti natalizi si può notare una importante differenza in termini di prezzo e di funzionalità. È possibile individuare due tipi di regali: da un lato, i giochi, snack e decorazioni natalizie che si posizionano su una fascia di prezzo inferiore e rientrano sotto la categoria dell'acquisto di impulso, questi prodotti garantiscono generalmente una maggiore marginalità; dall'altro lato si registra, specialmente negli ultimi anni, un lieve aumento della richiesta di prodotti funzionali, come coperte auto riscaldanti, giocattoli interattivi, prodotti che vengono venduti come idee regalo. Anche se l'acquisto impulsivo alla cassa rimane predominante in termini di volume, tuttavia, i proprietari di animali domestici stanno dedicando sempre più tempo e risorse economiche all'acquisto di prodotti di qualità, più costosi, ma altamente gratificanti per sé e per l'animale domestico.

#### DAL CALENDARIO AL PAPILLON /

Tra i prodotti natalizi che riscuotono più successo figurano il calendario dell'Avvento, le palline dell'albero decorate, i masticabili a tema, i tiragraffi per i felini, ma anche le cuccette, le coperte riscaldanti e le tane foderate calde. Tra i capi di abbigliamento e accessori spiccano papillon, cerchietti con corna di renna, ma anche felpe e cappottini. Quindi, se in passato gli acquisti natalizi riguardavano prevalentemente accessori di piccole dimensioni e a basso costo, ora nei cataloghi si trovano opzioni con prodotti che si collocano in fasce di prezzo più elevate, ma che possono essere utilizzati anche al di fuori del periodo natalizio, come ad esempio le cuccette calde o le coperte, utili per tutto l'inverno e non necessariamente legate al Natale. Per il reparto food le migliori performance di vendita sono

#### 2. QUALI CANALI DI VENDITA SONO PIÙ EFFICACI PER I PRODOTTI NATALIZI?



Claudio Sciurpa (Vitakraft): «Essendo una vendita la cui quota di acquisto d'impulso è molto rilevante, un fattore determinante oltre il prezzo e la tipologia di prodotto è l'esposizione fuori banco accattivanumano esposti già dai primi di novembre, quindi sia la grande distribu-

zione che i pet shop sono canali molto interessanti per la vendita di questi prodotti. Anche le vendite online sono cresciute molto negli ultimi anni trainate soprattutto dal fattore prezzo».



**Andrea Dotto (Alivit):** «Per quanto riguarda i nostri prodotti il canale specializzato sarà il protagonista. Il pet shop indipendente è il canale migliore per illustrare la qualità e il funzionamento di giochi, snack e accessori. Anche l'online sarà fondamentale nel periodo natalizio e sarà in grado di offrire un vantaggio importante per la visibilità della gamma».



Elena Iori (Doggyebag): «DoggyeBag è in vendita nei pet shop nelle catene specializzate. La performance è ottima in entrambi i canali, ma è l'offerta a cambiare. Nei pet shop è presente un assortimento più ampio e ricercato per tipologia di ricettazione, grammatura e confezione.

niamo a mano al 100%. Negli specializzati sono presenti i prodotti meno "delicati" da esporre sugli scaffali. Inoltre siamo presenti anche nella grande distribuzione tradizionale con una gamma dedicata di snack».



**Roberto Curzola (Tecnozoo):** «Crediamo nel pet shop tradizionale che offre maggiore profondità di assortimento ed esperienza di acquisto in particolare per quanto riguarda il segmento relativo al Natale».



Franco Magistrelli (Pets Fitness): «Il negozio specializzato e le pet boutique sono in grado di ricreare con più efficacia l'atmosfera natariguardo per il cliente. È necessaria l'abilità del venditore anche perché la finestra di vendita è relativamente ristretta».

registrate dai prodotti gastronomici che ricordano, almeno nella forma e nel nome, i dolci tipici della tradizione natalizia. Il canettone e il candoro rappresentano un esempio di come anche a tavola i pet owners cerchino di offrire prodotti di qualità ai propri animali domestici. Comparsi sugli scaffali in tempi relativamente recenti rappresentano un'idea innovativa che è stata premiata dai consumatori. Il packaging

#### La parola al retail



#### "NATALE IMPORTANTE PER FIDELIZZARE LA CLIENTELA" Giovanni Canopoli - Canopolis, Reggio Emilia

«I prodotti natalizi che riusciamo a vendere di più durante il periodo natalizio sono i giochi anche se abbiamo notato come negli ultimi anni sia cambiata la disponibilità economica dei clienti che cercano di comprare prodotti indispensabili come il cibo o, data la stagione, i cappottini per l'inverno. Il Natale rimane comunque un momento importante anche per fidelizzare e pensare alla clientela affezionata. Infatti prepariamo sempre qualche presente e regalino ai nostri clienti, una piccola borsa con dentro una pallina

#### "BUONA DISPONIBILITA DI SPESA DA PARTE DEI CLIENTI" Jenny Rota - Jungle pet shop, Almé (Bg)

«Abbiamo venduto molti canettoni e snack natalizi, in generale abbiamo notato come gli snack o il comparto food in questo periodo venda meglio rispetto ai giochini. Sono andate abbastanza bene anche le vendite di maglioncini o cappottini con grafiche natalizie specifiche che i clienti comprano per farli indossare ai propri animali durante il cenone. L'anno scorso durante tutto il mese di dicembre abbiamo visto comunque una buona disponibilità alla spesa da parte dei clienti che decidono di fare un regalo ad amici o parenti oppure di prendere qualcosa per sé e per il proprio pet. Pensiamo di addobbare la vetrina e creare un corner specializzato all'interno del punto di vendita».





#### UN FUORI PASTO PER IL TUO PET NATURALE, BUONO E FUNZIONALE!



BISCOTTI, SNACK E STICK DENTALI PER CANI

QUALITÀ PREMIUM SOLO INGREDIENTI NATURALI CON VITAMINE E SALI MINERALI ZERO CONSERVANTI, COLORANTI, SALE E ZUCCHERO





DISTRIBUITO IN ESCLUSIVA DA











#### INCHIESTA

accattivante e il prezzo contenuto infatti rendono questi prodotti tra i più venduti durante il periodo natalizio.

Molti pet owners inoltre approfittano del periodo per cercare prodotti più complessi che stimolino l'intelligenza del proprio animale e consentano una maggiore interazione anche con i membri della famiglia. Questi giochi che stimolano l'intelligenza del cane o richiedono interazione stanno diventando una tendenza in crescita. Ouesto tipi di prodotti, infatti, hanno una funzione che richiama i giochi da tavolo: così come durante le festività natalizie la famiglia si ritrova e si intrattiene con i giochi di società, anche i giochi di problem solving e di attivazione mentale diventano un'opportunità per trascorrere del tempo insieme al proprio animale domestico interagendo con lui in un momento di divertimento e spensieratezza.

#### **UNA FINESTRA STRETTA /**

I prodotti a tema natalizio richiedono, in particolare da parte dei negozi indipendenti, una pianificazione più accurata degli ordini.

I retailers di fronte alla sfida e alle opportunità del Natale cercano di individuare le linee di prodotti più adeguate alla propria clientela. La preoccupazione principale rimane il fatto che la finestra di tempo per la vendita è stretta e il rischio è quello di avere delle rimanenze di magazzino. Molti negozianti, soprattutto quelli con una limitata capacità di stoccaggio, preferiscono effettuare gli ordini durante il periodo natalizio, evitando così di accumulare

#### 3. QUALI SONO LE TIPOLOGIE DI PRODOTTO PIÙ RICHIESTI DAI CONSUMATORI?



Claudio Sciurpa (Vitakraft): «Le nostre storiche Calze della Befana e i Calendari dell'Avvento sono sicuramente i top seller. Buone però sono anche le vendite dei giochi in vinile con le simpatiche forme natalizie come il Babbo Natale, la renna, l'osso natalizio e il pupazzo di neve».



**Andrea Dotto (Alivit):** «I pet parents ricercano sempre più prodotti che stimolano l'intelligenza del proprio pet, questi giochi possono essere venduti come idee regalo. Oltre a questi, i prodotti più ricercati sono i capi di abbigliamento, snack e accessori decorativi legati al tema Natale».



**Elena Iori (Doggyebag):** «È fondamentale che i prodotti siano capaci di emozionare. Per questo la gamma deve proporre sempre delle novità con cui infatti noi arricchiamo ogni anno il nostro catalogo. La linea Christmas 2023 comprende, oltre alle tre referenze de Il Canettone,

varie tipologie di biscotti e ciambelle in stile "american Donuts" fatti a mano, con grammature e confezioni varie per rispondere a più esigenze. Nel nostro laboratorio seguiamo le norme igienico sanitarie come per l'alimentazione umana e di recente abbiamo conseguito la certificazione internazionale BRCGS (Global Standard for Food Safety) che viene ottenuta solo dalle migliori aziende alimentari»



Roberto Curzola (Tecnozoo): «I prodotti che registrano le migliori performance di vendita sono snack e giochi, come i classici peluche di Natale. I piccoli accessori vendono bene purché abbiano un punto prezzo abbastanza contenuto perché il consumatore quando vuole comprare qualche prodotto natalizio sa che sta comprando qualcosa in più e che

avrà una finestra di utilizzo relativamente ristretta, quindi si rivolge a prodotti che si posizionano su una fascia di prezzo media ma senza rinunciare alla qualità».



Franco Magistrelli (Pets Fitness): «Lo snack natalizio è quello che vende di più, insieme ad altre leccornie e giochi. In generale è un periodo in cui si registra una maggiore disponibilità di spesa. Il regalo di Natale viene considerato proprio come un regalo vero e proprio. I nostri prodotti natali-

zi si attestano su una fascia medio alta e i pet owners si dimostrano generalmente più disponibili a mettere mano al portafoglio essendo una spesa una tantum».

#### La parola al retail



#### "INTERESSE PER IL FOOD, MENO PER GLI ACCESSORI" Pietro Simoni - Orma pet shop, Verona

«Qualche anno fa c'era una maggiore richiesta di prodotti natalizi. Negli ultimi due anni abbiamo notato invece un calo per quanto riguarda gli snack e gli accessori legati al Natale. I prodotti che registrano un buon andamento delle vendite sono quelli legati al food e alla gastronomia come il Canettone o il Candoro. Per quanto riguarda invece i prodotti più costosi, come cucce o tappetini, sono un paio di anni che non ne vendiamo più anche perché le richieste sono sempre meno. I nostri clienti sono sempre più attenti al portafoglio e acquistare un oggetto che ha una decorazione natalizia che si utilizza solo per un breve periodo di tempo non viene percepito come utile. La vendita di giochi e palline invece aumenta sotto le festività ma sempre in maniera piuttosto contenuta. Per questa ragione preferisco effettuare ordini più piccoli, meglio comprare un pezzo in meno che avere delle rimanenze di magazzino. Oltre ai prodotti specifici legati alle festività, molti pet owners magari decidono di spendere qualcosa in più per l'alimentazione del proprio pet, magari comprando una lattina di umido di qualità più alta rispetto al solito».

#### "BUON ANDAMENTO DELLE VENDITE" Giorgia Dioguardi - Tante Zampe, Trento

«Durante il periodo natalizio l'andamento delle vendite è positivo. Per i cani cerchiamo di puntare sulla vendita di prodotti semplici come snack e accessori o i peluche. Per i gatti invece l'anno scorso sono andati molto gli snack, i biscotti, i topolini e le cannette. Per quanto riguarda la cuscineria, le coperte e le cuccette a tema natalizio non ne vendiamo anche perché abitando a Trento ed essendo freddo sono prodotti che vengono venduti già durante l'anno. Non abbiamo registrato il problema delle rimanenze di magazzino, i pochi prodotti che rimangono invenduti vengono comprati anche nei giorni dopo il Natale. In generale i pet parents in questo periodo hanno maggiore disposizione di spesa e se desiderano fare un regalo al proprio pet cercano prodotti che costano un po' di più. Inoltre, in negozio mettiamo a disposizione delle gift card, se qualcuno vuole fare un regalo e non sa esattamente cosa prendere può scegliere anche questa opzione. Per quanto riguarda l'allestimento prepariamo entrambi i nostri negozi a Trento, sia la vetrina che il corner natalizio all'interno del punto vendita».



## Tutto il Valore della Semplicità

Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain é una linea di alimenti per cani o per gatti, completi e bilanciati, formulati con una sola fonte proteica animale disidratata, per una ricetta chiara ed essenziale, e un solo cereale nobile di alta qualità come il riso. È integrata con Beta-glucani e realizzata con un'innovativa ricetta di Superfood della tradizione Mediterranea: Canapa, Olio d'Oliva, Pomodoro, Melagrana, Broccolo e Cicoria nella ricetta per cani, oppure Mirtilli, Melagrana, More, Lamponi e Psyllium nella formula per gatti. La sua ricetta è senza grasso di pollo e senza frumento, sola e mais aggiunti. È preservata solo con antiossidanti naturali, per mantenre fresco l'alimento. Le ricette, formulate per l'alimentazione quotidiana del tuo pet, sono specifiche per età, stile di vita e per taglia, per garantire la miglior nutrizione in ogni momento!





merci invendute, oppure ancora ridurre gli ordini in modo tale da essere certi di vendere tutta la merce acquistata. Le rimanenze in magazzino rappresentano un costo che bisogna sostenere per un anno, fino al Natale successivo, inoltre è rischioso riproporre per due anni o più di seguito lo stesso prodotto.

Su questo fronte è interessante notare come alcuni fornitori, proprio per venire incontro a questa problematica, stanno pensando di mettere a disposizione dei propri clienti la possibilità di effettuare dei resi dei prodotti natalizi che rimangono invenduti.

#### STRATEGIE /

Sul piano delle strategie di vendita e di allestimento del punto vendita i pet shop possono adottare diverse idee efficaci per promuovere i prodotti natalizi. Sono diverse le attività che un punto vendita può mettere in campo per invogliare i clienti all'acquisto: creare un'area dedicata all'interno del negozio con prodotti natalizi (food e no food), organizzare eventi speciali o attività dedicate, che possano avere un'eco anche sui social, e in generale creare un'atmosfera festosa a tema. Un'idea messa in campo da diversi pet shop è quella di preparare delle ceste regalo o box personalizzati con il logo o l'etichetta del negozio.

Non da ultimo, un'altra strategia che possono attivare i pet shop è avviare delle collaborazioni con rifugi ed enti benefici, nazionali o del territorio, che si occupano di animali in difficoltà o abbandonati. Questa collaborazione può incoraggiare sia l'acquisto di regali sia l'adozione di animali facendo leva sull'aspetto emozionale legato alle festività natalizie.

#### 4. QUALI STRATEGIE POSSONO ADOTTARE I PET SHOP PER PROPORRE I PRODOTTI NATALIZI IN MANIERA PIÙ EFFICACE?



Claudio Sciurpa (Vitakraft): «Innanzitutto è fondamentale affidarsi ad un brand importante che proponga prodotti altovendenti e ogni anno qualche novità. Altrettanto importante è prenotare con molto anticipo i prodotti per poter usufruire del maggior sconto possibile e

proporre così un prezzo retail invitante. Infine consigliamo di allestire un'area dedicata in vetrina o in area promo per stimolare l'acquisto d'impulso e di impostare una buona comunicazione social a target».



Andrea Dotto (Alivit): «L'angolo delle novità natalizie e l'atmosfera sono sicuramente degli elementi che non devono mancare all'interno di un pet shop in questo periodo. Il periodo natalizio può essere un'occasione per i negozianti che possono fare una selezione di prodotti e creare delle box regalo customizzate con il proprio logo. Un altro

punto ormai indispensabile è l'utilizzo dei social media e più in generale creare un'aspettativa intorno al Natale».



**Elena Iori (Doggyebag):** «È importante distinguersi creando uno spazio espositivo chiaro, accattivante ed emozionale. Per questo proponiamo degli espositori con una grafica natalizia gioiosa e impattante per esporre i prodotti al meglio nel punto vendita».



**Roberto Curzola (Tecnozoo):** «A livello espositivo un pet shop deve creare un'area dedicata all'interno del punto vendita, magari allestire in vetrina o vicino al punto cassa un albero di Natale addobbato con giochi e ricreare l'atmosfera natalizia».



Franco Magistrelli (Pets Fitness): «La vetrina è fondamentale per impostare e mostrare i prodotti stagionali del punto vendita. In questo i pet shop e le boutique possono mettere in campo una maggiore creatività, dal primo dicembre fino all'epifania la vetrina di un punto

vendita dovrebbe essere allestita con un'esposizione che metta in risalto tutte le novità del periodo».

#### LE MEDAGLIETTE DI CASA MY FAMILY



Impreziosite da brillanti, le medagliette "Shine" MyFamily sono un'idea regalo natalizia per i pet, grazie anche alla possibilità di essere incise con i dati importanti dell'animale domestico. Le medagliette sono disponibili in diverse forme e colori e sono Made in Italy.

#### IL CALENDARIO DELL'AVVENTO DI CAMON

Condividere
l'attesa del Natale
in compagnia del
proprio cane può
essere davvero
divertente con
i deliziosi snack
contenuti nel
raffinato calendario dell'Avvento
di Camon: uno
spuntino per ogni
giorno di dicembre. in assorti-



mento di gusti e di forme, da offrire al proprio cane come gustoso premio adattando di conseguenza la sua razione giornaliera.

#### LE PALLINE "MERRY XMAS" DI FERRIBIELLA

Per il Natale 2023 Ferribiella propone le palline da tennis in veste "Merry Xmas". Disponibili per cani in versione "classica" con squeaker e in versione "Xmas friends": palline da tennis finemente ricamate a forma di Renna, Pinguino e Babbo Natale. L'opportunità di mettere un piccolo regalo anche per i pet sotto l'albero.







## **TREBIFARMA**

da oltre **25 anni** in **oftalmologia veterinaria** 

## NOVITÀ



Proponi ai tuoi clienti l'innovativa linea oftalmica per il benessere oculare



occhio aperto e occhio chiuso

### SICCOSTIL® SPRAY

SPRAY OCULARE
STERILE LENITIVO IDRATANTE



### SICCOSTIL

WET WIPES
PROTETTIVE LENITIVE

14 SALVIETTE STERILI MONOUSO



#### L'OMINO DI PAN DI ZENZERO DI TECNOZOO



L'omino di pan di zenzero fa parte della collezione Christmas di Beeztees. Un morbido peluche sicuro e ricco di dettagli da coccolare e mordere per i cani che assieme ai loro padroni vogliono un Natale ricco di tradizione e divertimento.

#### LO SPECIALE GIOCHI DI PET VILLAGE

Pet Village propone giochi Kong in edizione limitata a tema natalizio. Soffici peluche per coccole, palline colorate per il divertimento in casa, giochi interattivi di"tira e molla" sono la proposta per la gamma cane. Per gli amici felini le tipologie di giocattoli variano dai peluche per momenti di tenerezza ai Kong Kickeroo per stimolare l'istinto di caccia e cattura.



#### L'ICONICO CANETTONE FIRMATO DOGGYEBAG



Il Canettone DoggyeBag è un prodotto da forno, lievitato naturalmente, realizzato con metodo artigianale per gli amici a quattro zampe. La linea è composta da tre ricette da 125 g: Il Canettone Classico, il Canettone Gourmet Farcito al salmone e il Canettone con Prosciutto Cotto alta qualità. Tutti i prodotti Canettone sono Made in Italy.

#### IL CALENDARIO DELL'AVVENTO PER I PET DI VITAKRAFT



Vitakraft ha pensato per i pet di casa il calendario dell'Avvento. Una confezione speciale con 24 finestrelle riempite con una se-

lezione dei migliori snack. Ogni finestrella rappresenta un giorno dall'1 al 24 dicembre e contiene un goloso premio. Un'idea originale che accompagnerà i pet fino alla vigilia di Natale.

#### L'OFFERTA DI M-PETS PER LE FESTE

M-Pets presenta la collezione di Natale 2023, caratterizzata da nuovi peluche dal design innovativo che fondono tradizione e innovazione. Ogni dettaglio è meticolosa-

mente studiato per garantire materiali morbidi e durevoli. M-Pets inoltre, introduce la linea "Snack Attack" che permette ai cani di giocare mentre cercano le crocchette, sti-



molando il loro intuito. Per i gatti è disponibile invece un tiragraffi in cartone che, una volta assemblato, si trasforma in un albero di Natale.

#### TASTY BONE, DIVERSI GUSTI PER IL GIOCO DISTRIBUITO DA PETS FITNESS

Pets Fitness, distributore esclusivo del brand inglese Tasty Bone, presenta per le prossime festività natalizie un gioco in puro nylon. L'accattivante packaging a tema ed i vari gusti esclusivi aromatizzanti, quali prosciutto arrosto e miele, pernice, oca arrosto e tacchino con mirtillo rosso, rendendo il Natale gourmet anche per i pet di casa. Il gioco osso è disponibile in tre misure: toy, small, large.









#### **UN NATALE DA... RECORD!**

Record presenta il nuovo catalogo natalizio 2023 con una selezione di prodotti per cani e gatti: giochi, cucce, abbiglia-



mento, tiragraffi e guinzaglieria adatti a festeggiare il periodo natalizio con i nostri amici a quattro zampe. Tra le curiosità di quest'anno ci sarà anche il calendario dell'avvento per cani con biscotti artigia-

nali grain free, contenenti solo ingredienti naturali. Ricchi di erbe benefiche per la digestione e la salute del cane, per una dolce e sana coccola quotidiana.

#### WINTER FUN DI TERRA CANIS

Il meglio della dispensa invernale in un gustoso e sostanzioso pasto pensato per le giornate fredde. Il risultato è il menù Winter Fun di Terra Canis, in edizione limitata, con agnello, castagna, mela e spezie invernali. Un mix di ingredienti che si ispira ai profumi e sapori della tradizione natalizia.



#### DA FARM COMPANY LA SELEZIONE CHRISTMAS LIMITED EDITION

Farm Company propone la Christmas Limited Edition di Kong. Una selezione delle referenze più vendute del brand statunitense, proposte in chiave natalizia: dai best seller, come i giochi Wubba, i peluche Snuzzles e l'orsetto peluche per cani Kong Knots, agli innumerevoli giochi gatto, Kickeroo, Catnip refillables e Bacchette teaser in stile natalizio. Disponibili per il punto vendita sia in un espositore dedicato, oppure acquistabili singolarmente.





## Scopri i vantaggi del Pars Point!

Diventando rivenditore PARS, avrai a disposizione un kit completo per creare diete personalizzate a misura di pet.



#### Totem informativo

Cattura l'attenzione dei tuoi clienti quando entrano nel pet shop.

#### Bilancia

Riceverai in dotazione una bilancia per animali, per determinare il razionamento corretto.

#### Software dedicato

Il software PARS ti permetterà di creare una dieta personalizzata, calcolando il fabbisogno calorico corretto per ogni singolo animale.



DietaPARS si compone di alimenti soffiati, umidi e secchi che mixati possono soddisfare le esigenze di qualsiasi animale da compagnia.









## Pulizia di ambienti domestici: un segmento ancora in sviluppo

Negli ultimi anni, in particolare dopo la pandemia, è aumentata l'attenzione dei pet owners all'igienizzazione. Nuovi prodotti si affacciano sul mercato, ma l'offerta a scaffale è piuttosto ristretta nei canali di vendita specializzati. Il consumatore finale tende ad utilizzare prodotti e formule generiche, gli stessi utilizzati per i pavimenti e le auto.

di Francesco Graffagnino

Il mercato dei prodotti per la pulizia di ambienti abitati da pet si sta sviluppando negli ultimi anni. In questo periodo infatti sono cambiate le abitudini di vita dei pet che condividono sempre di più gli spazi con gli umani: dal salotto alla cucina, alla camera da letto all'auto. Inoltre, dopo la pandemia il tema della pulizia è diventato sempre più centrale anche per i pet owners

Tuttavia, nonostante questo, i proprietari di animali domestici non dimostrano una propensione all'acquisto di prodotti speci-

#### INTESTINAL COLON

## 21% fibra, 100% efficacia.



## Tutti i benefici della fibra nella gestione nutrizionale della cattiva digestione nel cane.



Risultati trial clinico con Intestinal Colon FASE 1: dopo 20 giorni dall'inizio del trattamento alimentare il 90,3% dei 206 soggetti presentavano una risoluzione della sintomatologia enterica.\*

#### INCHIESTA



Da diversi anni sono presenti sul mercato spray insetticida e acaricida per l'ambiente domestico, efficaci contro le infestazioni di pulci e zecche all'interno delle abitazioni

fici per la pulizia degli ambienti e anche il mondo del retail fatica a dare spazio a scaffale a questo tipo di referenze. Tuttavia, l'offerta di prodotti per la detergenza di superfici, che siano i pavimenti di casa o i tessuti di divani e auto, è ancora molto specifica e ristretta. Anche per questo motivo la maggior parte dei pet owners continua a utilizzare articoli generici per la pulizia. Per di più in questo segmento non è raro trovare operazioni di rebranding o semplici rietichettature dei flaconi di detergenti classici senza che ci sia una vera e propria differenziazione nella formula del prodotto. Sugli scaffali, sia della Gdo che dei pet shop specializzati, si trovano infatti prodotti comunemente utilizzati per la pulizia che si presentano come specifici per i pet presentando una grafica differente che ritrae un cane o un gatto ma che nella formulazione del prodotto non presentano alcuna caratteristica specifica.

Tuttavia, guardando ad altri mercati, come ad esempio quello anglosassone o statunitense, si può notare come si siano affermate da tempo referenze specifiche per i pet owners per la pulizia di case e auto. In Italia questo cambiamento di tendenza sembra essere ancora agli albori anche se si stanno affacciando sul mercato nuovi prodotti specifici pensati per i pet e per i proprietari più attenti che cer-

#### "È FONDAMENTALE IL PARERE DEGLI ADDETTI ALLA VENDITA"

Moira Lualdi, marketing manager di Boehringer Ingelheim Animal Health



«Tutelare l'ambiente domestico è fondamentale per garantire la salute degli animali e delle persone. Per la scelta dei prodotti adeguati il veterinario o il personale del punto vendita giocano un ruolo fondamentale per trovare la soluzione adeguata al singolo caso e, qualora necessario, per suggerire di trattare l'animale insieme all'ambiente domestico, abbi-

nando l'antiparassitario topico o orale e quello per ambienti. In ogni caso i pet owner preferiscono prodotti specifici per gli ambienti domestici che siano studiati per non mettere in pericolo gli animali, con principi attivi efficaci, quindi si affidano a prodotti già noti che abbiano anche questa indicazione di trattamento».

#### "L'OFFERTA DEI PET SHOP HA POSSIBILITÀ DI SVILUPPO INTERESSANTI"

Alberto Faggioni, general sales manager di Alivit Distribuzione



«Abbiamo iniziato ad approfondire la linea della detergenza da qualche anno, osservando diversi mercati, come quello statunitense, dove i prodotti specifici per la detergenza trovano molto più spazio. Anche qui in Italia il tema della pulizia degli ambienti domestici è diventato centrale e sempre più sentito, soprattutto dopo la pandemia. Il consuma-

tore cerca sicurezza dal punto di vista igienico sanitario. Per questo, a mio avviso l'offerta dei negozi specializzati ha ancora delle possibilità di sviluppo importanti».

#### "IL CONSUMATORE ATTENTO RICERCA LA QUALITÀ ANCHE NELLA PULIZIA"

Guido Somale, amministratore e comunication manager di Also Biotech



«L'offerta di prodotti per la pulizia di ambienti sta diventando giustamente più specifica, perché gli animali domestici fanno parte della famiglia. Come è ormai necessario comprare accessori e alimenti specifici per i pet anche nel settore della detergenza inizia ad esserci la stessa richiesta. Il consumatore attento ricerca sempre più la compatibilità per il

contatto con gli animali e l'uomo e la sostenibilità del prodotto nell'ambiente. Tuttavia a scaffale, anche nei negozi specializzati non è raro trovare disinfettanti detergenti o biocidi non specifici. Per questo motivo abbiamo sviluppato una linea che si differenzi dagli altri prodotti presenti sul mercato. Noi di BactPro stiamo prendendo molto seriamente l'ingresso in questo mercato, perché noi siamo i primi utilizzatori dei nostri prodotti e sappiamo quanto sia importante utilizzare un prodotto specifico. L'obiettivo è sviluppare un prodotto pet premium, più qualitativo possibile».



VETRINA PRODOTT

cano in ogni aspetto che riguarda il proprio animale domestico prodotti ad hoc.

#### L'OFFERTA /

Ad oggi l'offerta è caratterizzata da una gamma di prodotti relativamente ristretta, sugli scaffali, fisici e online, è possibile trovare dal classico disinfettante al deodorante, ma anche più specifici e particolari come gli attivatori biologici.

I disinfettanti, che rappresentano il prodotto più venduto, presentano una formula di prodotto abbastanza semplice ma cessano la loro funzione in presenza di residui organici, inoltre svolgono la loro azione disinfettante in un lasso di tempo limitato. Di recente sono stati lanciati sul mercato anche nuovi nuovi prodotti come gli attivatori biologici che rappresentano invece una novità nell'ambito della pulizia domestica. Questi, tramite l'utilizzo di batteri innocui per l'uomo e l'ambiente assicurano una pulizia più profonda e duratura. Chi ospita un pet in casa ha la necessità di curare non solo lo sporco superficiale ed eventuali odori ma anche la presenza di ospiti indesiderati come insetti o acari. Per questo tipo di problematiche, da diversi anni sono presenti sul mercato anche spray insetticida e acaricida per l'ambiente domestico, efficaci contro le infestazioni di pulci e zecche all'interno delle abitazioni. ma anche in altri ambienti chiusi come le

#### LA DISTRIBUZIONE /

cucce o l'auto.

Quando si parla di pulizia della casa o della macchina la Gdo è ancora il canale cui si rivolge maggiormente il consuma-





Ad oggi l'offerta è caratterizzata da una gamma di prodotti relativamente ristretta, sugli scaffali, fisici e online, è possibile trovare dal classico disinfettante al deodorante, ma anche più specifici e particolari come gli attivatori biologici

tore finale. Il prodotto "mass market" per il pet è ancora molto radicato nella cultura del consumatore, soprattutto in questo segmento si ricerca un prodotto che deve costare poco, anche a scapito della varietà e della qualità.

La catena specializzata, per motivi di spazio, potrebbe avere un vantaggio maggiore fornendo a scaffale un ventaglio più ampio di detergenti, mentre la tendenza ormai consolidata nel pet shop tradizionale è di limitare la presenza di questo genere di referenze preferendo dare spazio ad altri prodotti come le salviette rispetto ai prodotti specifici per la pulizia e la detergenza di superfici.

#### L'ATTIVATORE BIOLOGICO BACTPETS



BactPets è un attivatore biologico naturale a base di batteri appositamente selezionati per la pulizia delle macchie e degli odori creati dagli animali domestici, BactPets assicura un'azione pulente e deodorante a lungo, contrastando efficacemente il ripresentarsi dei cattivi odori. Funziona su tutti i tipi di residui organici provenienti da animali, può essere usato su tutte le superfici adatte all'acqua. Non copre semplicemente gli odori, li elimina scompo-

nendo e neutralizzando la causa. Disponibile solo online sulla piattaforma Amazon.

#### ODUR STOP: LO SPRAY NATURALE DI M-PETS

M-pets presenta Odur Stop, uno spray naturale a base di Phytoncide, un estratto rinnovabile ottenuto dalle piante di cedro, quercia, pino e albero del tè. Questa formulazione lo rende ecologicamente rispettoso dell'ambiente. Odur Stop elimina efficacemente odori e batteri in soli 30 secondi, rilasciando una fragranza piacevole e persistente. Odur Stop può essere utilizzato in case, veicoli, stanze o in qualsiasi ambiente con odori sgradevoli, preservando l'ambiente e il benessere degli animali.



#### CONTRO GLI OSPITI INDESIDERATI: FRONTLINE HOMEGARD SPRAY

Frontline Homegard Spray è uno spray in aerosol per il trattamento, in ambiente chiuso, dei mobili

non lavabili e tessili per la casa come tappeti, stuoie e poltrone che elimina le pulci efficacemente e a lungo. Insetticida e acaricida ad azione rapida e a doppio spettro, uccide, dopo l'erogazione, pulci, larve di pulci e zecche. Elimina pulci, larve di pulci e zecche con efficacia residuale fino a sei mesi dall'erogazione.





# ll nuovo passo di Amici di casa Coop

Dopo le recenti aperture dei negozi di Taranto e Cagliari, il consorzio guarda alle cooperative del sistema Coop per espandere l'insegna specializzata. L'obiettivo è quello di proseguire l'espansione valutando collaborazioni con gli altri soci del gruppo e sfruttando varie tipologie di format, dallo shop in shop allo stand alone, anche attraverso il franchising.

di Elena Scandroglio





iamo soddisfatti dei risultati conseguiti finora, continuiamo a crescere performando meglio del mercato». Con queste parole Luca Bussolati, direttore di Amici di Casa Coop, fa il punto sullo sviluppo dell'insegna specializzata di Coop Alleanza 3.0, la più grande cooperativa del sistema Coop.

L'ultima volta che PetB2B aveva incontrato il direttore del canale specializzato pet per fare un bilancio sull'insegna era la fine del 2018. Dal allora il piano industriale è stato rivisto in una logica di test&learn e in linea con l'ampliamento delle sue linee strategiche. Il risultato è che oggi a guidare l'espansione del marchio non è più solo lo sviluppo della rete fisica bensì un mix di nuove e maggiori leve.

#### LA RETE FISICA /

Ma andiamo con ordine.

Attualmente la rete Amici di casa Coop si compone di 25 store, di cui 3 inaugurati nel corso di quest'anno, i più recenti risalgono allo scorso luglio (vedi box, ndr). Tra questi,



Luca Bussolati, direttore di Amici di Casa Coop



#### La Scheda

### <u>amici di casa</u>

**Dimensione punti vendita:** dai 250 ai 500 mq per gli shop in shop, dai 300 ai 600 mq per pv in centri commerciali e contesti stradali

Assortimento medio pv: 5mila referenze

Servizi offerti: spesa online con consegna a domicilio easycoop.com, toelettatura assistita e self, incisione medagliette, dog bar, dog parking; in fase di test: taxi dog, lavaggio e asciugatura, servito e self, di cucce, coperti e abbigliamento pet, spesa online tramite l'app Glovo.











la sana Alimentazione per il tuo Cane

## GLUTEN FREE - MADE IN ITALY - PIÙ GUSTI - PIÙ FORMATI



# Crocchette MINI

Alimentazione completa e bilanciata per soddisfare l'appetito dei cani di piccola taglia

























#### I pet shop Amici di Casa Coop

#### 25 STORE IN TOTALE DI CUI

#### 15 in Emilia Romagna:

- Amici di casa Coop Correggio
- Amici di casa Coop Reggio Emilia Canalina
- Amici di casa Coop Maranello
- Amici di casa Coop Modena i Gelsi
- Amici di casa Coop Nonantola
- Amici di casa Coop Bologna Lame
- Amici di casa Coop Bologna CAAB
- Amici di casa Coop Ravenna ESP
- Amici di casa Coop Centro Nova (shop in shop)
- Amici di casa Coop Grandemilia (shop in shop)
- Amici di casa Coop Ferrara Il Castello (shop in shop)

- Amici di casa Coop Della Mirandola (shop in shop)
- Amici di casa Coop Il Borgogioioso (shop in shop)
- Amici di casa Coop Centro Leonardo (shop in shop)
- Amici di casa Coop Ferrara Le Mura (shop in shop)

#### 3 in Veneto:

- Amici di casa Coop Spinea Center
- Amici di casa Coop Centro Piave (shop in shop)
- Amici di casa Coop Centro Clodì (shop in shop)

#### 1 nelle Marche:

 Amici di casa Coop Morrovalle (Affiliato Coop Alleanza 3.0)

#### 1 in Lombardia:

 Amici di casa Coop La Favorita (shop in shop)

#### 3 in Puglia:

- Amici di casa Coop Foggia (shop in shop)
- Amici di casa Coop Lecce (shop in shop)
- Amici di casa Coop Taranto (shop in shop)

#### 1 in Umbria:

• Amici di casa Coop Terni

#### 1 in Sardegna:

• Amici di casa Coop Cagliari

























quello di Cagliari è il primo punto vendita sardo della catena. La maggioranza della rete si concentra in Emilia Romagna, in forza dell'alta concentrazione di soci Coop in regione, mentre i restanti store si suddividono tra Veneto, Lombardia, Umbria, Marche e Puglia.

«Stiamo valutando altre opportunità per nuove aperture» dichiara Bussolati. «A differenza del passato, la crescita della rete è però svincolata da un semplice obiettivo numerico, semmai si lega alle opportunità di mercato offerte dalle piazze o alle maggiori richieste da parte dei nostri soci, ma anche dal coinvolgimento nel progetto di altre realtà del sistema Coop».

Questa strada è già stata intrapresa da Coop Centro Italia e Coop Consorzio Nord Ovest, che hanno aperto rispettivamente un punto vendita di proprietà a Terni e uno affiliato a Cagliari.

In pratica, Coop Alleanza 3., mette a disposizione delle altre cooperative l'intero progetto Amici di casa Coop e li supporta nell'apertura e nella gestione commerciale di nuovi punti vendita, diretti o affiliati. La formula del franchising è una delle nuove leve su cui la cooperativa ha scelto di puntare per favorire l'espansione del marchio.

Poiché come insegna GDO Coop è presente in tutta Italia, le potenzialità di copertura del territorio con l'insegna specializzata nel pet sono a livello nazionale. È però altrettanto evidente che tanto più forte è la base sociale, tanto più è interessante l'opportunità di presidiare quelle aree o regioni anche con l'insegna Amici di casa Coop. «Ricordo che il 75-80% della nostra clientela sono già clienti Coop,





La catena Amici di casa Coop si avvale di 25 store, la maggior parte dei quali presenti in Emilia Romagna, mentre i restanti store si suddividono tra Veneto, Lombardia, Umbria, Marche, Puglia e Sardegna









Questi gustosi stick prebiotici sono snack funzionali per cani, che supportano il sistema immunitario e contribuiscono all'equilibrio della microflora intestinale.

Contengono prebiotici di fibre naturali per favorire la crescita di batteri benefici nell'intestino.

Le nostre cinque nuove formulazioni di stick prebiotici sono arricchite con superfood come mirtilli, mele, mirtilli rossi, semi di chia, semi di lino, patate dolci, zucca, carote e broccoli. I superfood sono ricchi di antiossidanti, vitamine e acidi grassi.



Disponibile in cinque formulazioni, di cui tre vegane!

Acquista ora: doggyrade.com/it o e-mail: orders@doggyrade.com



A guidare l'espansione del marchio non è più unicamente lo sviluppo della rete fisica ma l'insieme di nuove leve strategiche come l'introduzione degli shop in shop, il franchising, la presenza nell'online in una logica omnicanale

pertanto laddove la fidelizzazione è molto elevata è più facile cogliere nuove opportunità» precisa il direttore del canale specializzato pet.

#### SPAZIO AGLI SHOP IN SHOP

Un'evoluzione in chiave strategica ha interessato anche il format degli store Amici di casa Coop che oggi si suddividono in punti vendita indipendenti e in shop in shop: i primi identificano il progetto fin dal suo avvio e accomunano i punti vendita collocati all'interno delle gallerie commerciali e quelli stand alone su strada con superfici comprese tra i 300 e i 600 mg.

Gli shop in shop vedono la luce nel 2020, a seguito della ridistribuzione degli spazi di vendita avviata da Coop nei propri ipermercati a partire dal 2017 e della proposizione di un nuovo format che vede l'alimentare al centro attorniato da corner dedicati ad articoli non alimentari, come l'editoria, l'informatica, l'abbigliamento, spesso in partnership con brand specialisti.

Attualmente gli shop in shop Amici di casa Coop sono 13, dispongono di una superficie di vendita di circa 250-500 mq all'interno dell'ipermercato dedicata al format specializzato in pet, con personale e cassa dedicati. Rispetto al punto vendita indipendente possono contare su un traffico elevato generato dall'iper e su un'offerta identica al pet shop, ma più prossima al consumatore. Per contro, hanno il limite di non consentire l'accesso ai pet e non offrono servizi strategici come la toelettatura. «Il format shop in shop è sicuramente importante per noi» afferma Bussolati «ma sempre in una logica di complementarietà con il punto vendita indipendente la cui peculiarità strategica e irrinunciabile è la proposizione di servizi distintivi e fidelizzanti come la toelettatura». Il servizio viene propo-





In termini di categorie merceologiche, ampio spazio e maggiore valorizzazione in termini di layout espositivo continuano e continueranno a essere dati ai prodotti no food che favoriscono una maggiore interazione tra il pet owner e il suo pet, come l'igiene, gli accessori, i giochi piuttosto che il food dall'elevato contenuto emotivo come gli snack





IL PARTNER TECNOLOGICO DELLE AZIENDE PET

# È IL MOMENTO DI UNA SOLUZIONE SOFTWARE INTEGRATA

DIGITALIZZA E CRESCI CON NOI.

# OMNIPET

IL PROGETTO SU MISURA
PER LA TUA AZIENDA PET

Scopri Omnipet e alcuni casi di successo!

Scarica l'**e-book** gratuito e **contattaci!** 





Contattaci e confrontati subito con un nostro esperto: omnipet@guttadauro.it - (+39) 800 009346

#### CANALE

sto in tutti gli store con ingresso su strada nella modalità servita e abbinato a quella self service laddove possibile. A questo si sono aggiunti nel tempo ulteriori proposte attualmente in fase sperimentale: tra questi il lavaggio e asciugatura di cucce e accessori per il cane, e il servizio taxi (a Cagliari).

#### APPROCCIO OMNICANALE /

Tra le nuove leve strategiche per l'espansione di Amici di casa Coop c'è anche l'online. Non proposto inizialmente, il canale liquido è ora considerato complementare a quello fisico per raggiungere il consumatore. A questo scopo l'insegna ha scelto di presidiare il canale digitale adottando una strategia omnicanale per riuscire ad offrire all'utente finale un'esperienza coerente tramite touchpoint fisici e digitali. Un primo passo è stato fatto inserendo sul portale di spesa online Easycoop.it la sezione dedicata al pet. A questa si affiancano l'offerta per il punto vendita di Cagliari della consegna a domicilio tramite l'app di Glovo, la piattaforma online per la consegna a domicilio, e sul sito shop.coopsardegna.it.

#### ASSORTIMENTO E SERVIZI /

La proposizione di un'offerta di prodotti e servizi distintivi e contraddistinti da un elevato contenuto innovativo e di qualità si conferma uno dei capisaldi della strategia aziendale. In termini di categorie merceologiche, ampio spazio e maggiore valorizzazione in termini di layout espositivo continuano e continueranno a essere dati ai prodotti no food che favoriscono una maggiore interazione tra il pet owner e il suo pet, come l'igiene, gli accessori, i giochi piuttosto che il food dall'elevato contenuto emotivo come gli snack. La proposta assortimentale rispecchia i valori di Coop: valorizzazione della territorialità, del made in Italy e della sostenibilità si traducono nella proposizione di prodotti bio e con packaging compostabili o riciclabili. «A volte siamo addirittura anticipatori del livello di consapevolezza dei consumatori, come nel caso dell'offerta di cibo per cani a base di proteine di insetti» sottolinea il manager, «ma questo perché siamo alla costante ricerca di innovazione così da riuscire a soddisfare la domanda stessa del consumatore a sua volta in continua evoluzione».

#### PRIVATE LABEL /

Un discorso a sé va fatto per la marca privata. Nonostante la strategia di Coop di puntare strategicamente sul marchio proprio in GDO, anche nel settore pet, al momento il numero ancora limitato di negozi specializzati ha fatto sì che Amici di casa Coop non abbia a scaffale una private label dedicata al pet specializzato. Questa scelta potrebbe però cambiare in futuro per coprire alcuni buchi assortimentali in alcune tipologie merceologiche considerate core per l'insegna pet. In parallelo, con l'obiettivo di ampliare ulteriormente l'offerta nel settore pet in GDO, lo scorso settembre sono stati introdotti oltre 150 nuovi prodotti dedicati a cane e gatto a marchio Coop.

#### **Ultime** aperture

Le aperture più recenti a insegna Amici di casa Coop risalgono allo scorso luglio, quando sono stati aperti i pet shop di Cagliari e di Taranto.

Il primo, inaugurato il 6 luglio in via San Benedetto 88, è il primo negozio in Sardegna dell'insegna e fa capo a Coop Sardegna. Lo store si estende su una superficie di 250 mq, propone un assortimento di 5mila referenze e molti servizi: alla toelettatura si aggiungono il nuovo servizio di taxi dog, la possibilità di lavaggio e asciugatura, servito e self, di cucce, coperte e abbigliamento pet, la spesa online tramite l'app Glovo e sul sito shop coopsardegna.it con consegna a domicilio.







L'8 luglio è stata la volta di Taranto, dove all'interno dell'Ipercoop nel centro commerciale Mongolfiera, situato in via in via per Montemesola km 10 e oggetto di un importante restyling, è stato creato uno shop in shop dedicato al mondo del pet di 250 mq. Al suo interno viene proposta un'offerta di circa 4mila referenze food e non food.





Attualmente gli shop in shop Amici di casa Coop sono 13, si avvalgono di una superficie di vendita di 250/500 mq all'interno dell'ipermercato identificato dal format specializzato in pet, con personale e cassa dedicati



# UMANO, COSASTAI FACENDO!?!

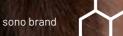
Freschezza e pulizia, senza se e senza... miao!

Quando si tratta del suo benessere, lui sa quello che vuole. Imparare a gestire la lettiera agglomerante in modo corretto ti aiuterà a tenerla fresca e pulita più a lungo, a ridurre gli sprechi e la quantità di rifiuti che produci.

Ascolta il tuo gatto: ne sa 7 volte più di te.

Lindocat







# Pet shop: diminuiscono le referenze a scaffale

Il rapporto Assalco-Zoomark 2023 ha registrato un calo pari a -7,2% delle referenze dei punti vendita nel bimestre novembredicembre 2022 rispetto al 2021. Si segnala una contrazione significativa del secco e degli snack per cani.

di Francesco Graffagnino

I numero medio di referenze dei pet shop tradizionali ha registrato una lieve flessione, passando da 2.171 prodotti a 2.013 ed evidenziando dunque un calo pari a -7,2%. Questi dati evidenziati dal rapporto Assalco-Zoomark 2023 che ha analizzato lo scaffale dei principali canali di vendita nel bimestre novembre-dicembre 2022 rispetto al 2021.

Il segmento più presente si conferma l'umido gatto, con quasi due terzi delle referenze totali nel punto vendita mentre il comparto cane è suddiviso in maniera più bilanciata su dry e wet. Per quanto riguarda l'assortimento il negozio specializzato presenta una maggiore ampiezza di gamma nella fascia premium e superpremium, offrendo prodotti specifici e funzionali che rispondono a bisogni differenziati, come alimenti dietetici o con particolari fini nutrizionali.

Rispetto all'anno precedente il numero di referenze di cibo umido per gatti e snack per gatti rimane sostanzialmente stabile, mentre segnano una contrazione il cibo secco per gatti (-13,2%), il cibo secco per cani (-17%) e gli snack per cani (-9,9%). Questa riduzione delle referenze di cibo secco e snack può essere dovuta alla metratura ridotta dei punti vendita, spesso non elevata. Il report indica che il numero di pet shop indipendenti è in crescita, tuttavia, spesso si tratta di negozi di piccole e medie dimensioni. Alla base del ridimensionamento dell'offerta potrebbe esserci inoltre una scelta ben precisa dei negozianti che preferiscono razionalizzare l'offerta, ridurre il numero di

I PET SHOP

Numero medio referenze periodo nov-dic 2022

Cat WET FOOD

Cat WET FOOD

Cat WET FOOD

Cat WET FOOD

ROME

809

Variazione rispetto a nov-dic 2021

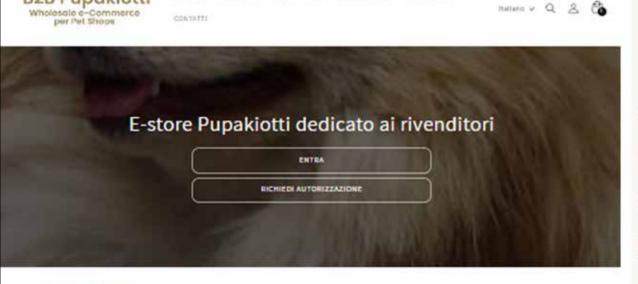


fornitori e presentare alla propria clientela prodotti selezionati di fascia medio-alta. Ad esempio, lo snack per cani, che ha registrato una contrazione del -17% rispetto al 2021, rappresenta il 2,2% del volume di vendita e copre il 6% del valore del sell out. La selezione mirata delle referenze a scaffale può quindi portare a un incremento dell'indotto.

La riduzione del numero dei prodotti è un trend condiviso dai pet shop tradizionali e dalle catene di pet shop, mentre gli altri canali di vendita, come i pet shop della grande distribuzione organizzata, supermercati e ipermercati, hanno aumentato o mantenuto stabili le referenze a scaffale.

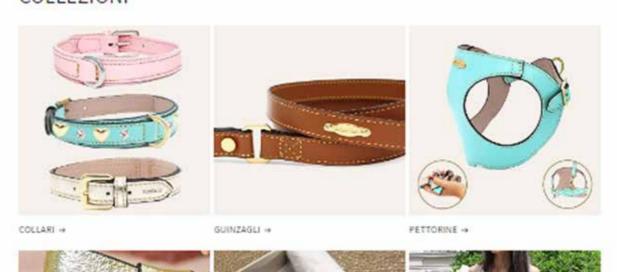
#### DISTRIBUZIONE





#### COLLEZIONI

**B2B** Pupakiotti





- Pupakiotti
- Per rapidi riassortimenti del tuo Pet Shop
- Selezionati prodotti subito disponibili
- dedicati

#### Non sei ancora rivenditore Pupakiotti?

Richiedi l'autorizzazione di accesso direttamente dal sito b2b.pupakiotti.com e prova i nostri prodotti con un acquisto minimo di € 100+ Iva

#### b2b.pupakiotti.com

Per acquisti su ordinazione Richiedi un contatto commerciale Pupakiotti Pets info@pupakiotti.com tel. 3935143083 pupakiotti.com - @pupakiotti



# Iva dal 22 al 10%: continua la battaglia

Numerose voci dal settore si espongono a favore dell'inserimento degli alimenti per animali da compagnia tra i beni assoggettati all'aliquota ridotta del 10%. Assalco: «La rimodulazione è da attuare data la grande diffusione di cani e gatti, ed è un risparmio anche per Asl e comuni».



In Italia gli alimenti per cani e gatti sono gravati dall'onerosa aliquota Iva del 22%. L'auspicio che venga applicata a questi prodotti l'Iva ridotta al 10% è da tempo ampiamente condiviso e sostenuto da numerose realtà che spaziano dalle associazioni dei consumatori e rappresentanze della società (Federconsumatori e Senior Italia Federanziani) alle associazioni animaliste (Enpa, Lav, Lndc), dalle principali sigle della veterinaria (Fnovi, Anmvi, Enpav, SiveMp), all'industria della salute animale (Aisa, Ascofarve).

Dall'indagine realizzata da Doxa nel 2019 su un campione rappresentativo della popolazione italiana, tra gli intervistati consapevoli

dell'applicazione dell'aliquota Iva ordinaria al pet food e cure veterinarie, il 75% - a prescindere dalla presenza di un pet in famiglia - si è dichiarato favorevole a misure di agevolazione. A queste voci si unisce quella di Assalco, concorde nel considerare la riduzione dell'aliquota Iva una questione di civiltà in considerazione della diffusione di cani e gatti, presenti in oltre il 40% delle famiglie italiane.

#### UN VANTAGGIO PER TUTTI /

I dati più recenti (Legambiente, XII Rapporto Animali in città, 2023) stimano in quasi 230 milioni di euro la spesa pubblica di comuni e Asl per gli animali in Italia, la maggior parte dei quali è destinata alla gestione dei cani presso i canili rifugio. Enpa indica fattori economici tra le principali cause di cessione degli animali da compagnia: un'aliquota Iva più bassa sul pet food permetterebbe ai proprietari di alimentare più facilmente i propri pet, riducendo il numero delle cessioni. Ugualmente, in una valutazione sull'impatto della riduzione dell'aliquota Iva sugli alimenti per cani e gatti si dovrebbe porre sul piatto della bilancia il potenziale risparmio per il servizio sanitario nazionale generato dagli effetti benefici della presenza di un pet, in particolare nelle case degli anziani. Da stime realizzate da Senior Italia Federanziani, una migliore gestione delle malattie cardiocircolatorie e metaboliche nella popolazione anziana attraverso uno stile di vita più corretto - anche grazie alla relazione con l'animale e l'attività motoria che questa comporta - potrebbe generare un potenziale risparmio per il servizio sanitario nazionale di circa 1,3 miliardi di euro, calcolata da Senior Italia Federanziani stimando una minore incidenza del 7% delle patologie cardiovascolari.

#### LA NORMATIVA /

La normativa europea prevede, all'art. 98 della Direttiva 2006/112/CE, la possibilità per gli Stati Membri di applicare al pet food l'aliquota Iva ridotta. In Germania, in considerazione della quotidianità di utilizzo, gli alimenti per cani e gatti sono assoggettati all'aliquota Iva ridotta del 7%. I cittadini italiani, sulla stessa tipologia di prodotto, sono invece gravati dall'aliquota Iva ordinaria del 22%, soggetti quindi ad un'imposta tre volte superiore a quella che grava sui cittadini tedeschi. La disparità sarebbe notevolmente ridotta se al pet food in Italia venisse applicata l'aliquota Iva ridotta del 10%. In conclusione, la richiesta di riduzione dell'aliquota Iva sugli alimenti per cani e gatti dal 22% al 10% è un obiettivo sfidante ma di fondamentale importanza per tutto il comparto.





# "Condomicio Academy": specialisti nell'accoglienza dei felini

Nato come hotel per gatti, il Condomicio è diventato un brand specializzato nei servizi per i felini. Oltre alla pensione offre anche consulenze, corsi di cat sitting e attività di ricerca. Grazie all'esperienza acquisita sul campo è nata negli ultimi anni la Condomicio Academy, una formazione professionale dove sarà anche possibile apprendere le strategie per gestire una pensione per gatti senza gabbie.

di Virginia Rabosio

Il Condomicio è una realtà imprenditoriale innovativa, nata come un hotel per gatti senza gabbie e realizzato in una struttura di circa 300 mq completamente allestita a misura di gatto, rispettando le esigenze etologiche della specie.

Dopo cinque anni di attività è diventato un vero e proprio brand specializzato nei servizi dedicati ai gatti: pensione, consulenze feline, cat sitting, ricerche scientifiche e corsi di formazione. Nel corso di questi anni di attività, il team di Condomicio ha raccolto innumerevoli dati sul comportamento del gatto domestico, soprattutto insieme ai suoi simili. Osservare i felini interagire tra loro, in un ambiente ricco di stimoli, ha permesso al team di perfezionare un metodo di lavoro innovativo ed unico, raggiungendo risultati eccellenti nell'inserimento dei gatti, garantendo il loro benessere durante il soggiorno e anche al loro ritorno alle famiglie.

#### LA CONDOMICIO ACADEMY /

Da diversi anni è nato il progetto formativo della Condomicio Academy, con corsi di formazione professionale per cat sitter e corsi dedicati ai proprietari che vogliono acquisire maggiore conoscenza e consapevolezza dei loro compagni felini.

Ad oggi, il progetto Il Condomicio è conosciuto in tutta Italia: tale successo è dovuto non solo alla dedizione rivolta alla salute e al benessere dei gatti, ma anche alle attente strategie di marketing e comunicazione. Visto il forte interesse che ha destato la realtà del Condomicio e le richieste di aperture di nuove strutture da tutte le regioni d'Italia e anche all'estero, è nata l'idea di inserire nel programma della Condomicio Academy un corso di formazione professionale dove verranno affrontate tutte le strategie per gestire dalla A alla Z una pensione per gatti senza gabbie, mettendo in campo tutta



l'esperienza del team Il Condomicio. Il corso sarà strutturato su 200 ore (c

Il corso sarà strutturato su 200 ore (di 20 ore teoriche e 180 ore in presenza come un tirocinio pratico) con la possibilità di lavorare a stretto contatto i professionisti del team de Il Condomicio.

Il Condomicio è stato realizzato dalla Milano Pet srls, una agenzia di consulenza creativa che da oltre dieci anni opera nel settore pet, collaborando con le più grandi aziende del settore che ha permesso di sviluppare una consolidata rete di contatti. Grazie all'esperienza nel settore aziendale e B2B, il progetto della Condomicio Academy sarà un'esperienza formativa a 360°, che consentirà ai partecipanti non solo di imparare un mestiere, ma anche di diventare imprenditori.

Sarà una proposta formativa unica nel suo genere, che permetterà di acquisire competenze uniche per una professione sempre più richiesta ed in crescita, che consentirà a tutti gli amanti dei gatti di trasformare le proprie passioni in un lavoro.

#### PIÙ DI DUEMILA ACCESSI /

Sono circa 40 i gatti ospitati in media durante l'anno, mentre nei mesi di alta stagione. come luglio e agosto, si arriva a una presenza media giornaliera di 110. Numeri che hanno permesso di acquisire numerosissimi dati relativi alla loro etologia ed interazione.

Ad oggi infatti, Il Condomicio collabora con diverse università per avviare studi all'avanguardia riguardo al comportamento del gatto e il suo benessere. Con più di 2000 accessi all'anno,

Il Condomicio conta una percentuale del 97% di ritorni dal primo soggiorno, recensiti con 5 stelle dai nostri utenti.

Il "Metodo Condomicio" non prevede solo la corretta gestione dei gatti in comunità, ma garantisce anche il benessere delle loro famiglie, seguendo ogni singolo cliente in maniera personalizzata e accurata. La mission del Condomicio è infatti quella di educare la famiglia alla conoscenza del gatto, far capire l'importanza di un'esperienza diversa insieme ai suoi simili e permettere di vivere delle vacanze serene anche se lontani dal proprio pet.

Per poter avere informazioni riguardo a costi, programma e modalità d'iscrizione scrivere a:

commerciale@ilcondomicio.com

#### SETTIMANE DI PROTEZIONE DAI PARASSITI ESTERNI PER IL CANE



## **EXSPOT®**

**SOLUZIONE IN GOCCE** CHE PROTEGGE IL CANE DAI PARASSITI ESTERNI PER 4 SETTIMANE.

#### **PROTEGGE DA:**



**PULCI** 







6 PIPETTE



000000







SPOT-ON PER CANI

NOVITÀ 3 PIPETTE

- FACILE DA APPLICARE, SI DISTRIBUISCE IN 24 ORE
- PER CANI DALLE 2 SETTIMANE DI ETÀ

**PAPPATACI** 

 RIDUCE IL RISCHIO DI TRASMISSIONE **DELLA LEISHMANIOSI** 





## Sovrappeso e obesità: un approccio one health per prevenzione e trattamento

I fattori di rischio per questa patologia sono diversi e variano tra cani e gatti: razza, sesso, età, comportamento alimentare, sterilizzazione e terapie farmacologiche. Esiste inoltre una forte associazione tra il peso dei pet e lo stile di vita dei proprietari, per questo è utile continuare a informare in un'ottica di salute unica.

di Roberto Cavazzoni, direttore Federchimica Aisa, Associazione Nazionale Imprese della Salute Animale



 $oldsymbol{\mathsf{L}}$  obesità e il sovrappeso costituiscono una sfida di salute globale di crescente rilevanza, per gli esseri umani, così come per gli animali da compagnia, per cui è necessaria una elevata consapevolezza da parte dei proprietari. La causa principale risiede nello squilibrio tra l'apporto energetico dell'alimentazione e il consumo di energia da parte dell'animale. I dati parlano chiaro a questo proposito. Soltanto nel 2021 nel Regno Unito, l'obesità è diventata la terza condizione più diffusa, preceduta solo dalla malattia parodontale e l'otite esterna. Nello stesso anno negli USA il 59,5% dei gatti e il 55,8% dei cani sono stati classificati come sovrappeso o obesi, secondo i dati della Pet Obesity Survey pubblicata nel 2018 dall'Association for Pet Obesity Prevention (APOP). I fattori di rischio per l'obesità sono diversi e variano tra cani e gatti: razza, sesso, età,

comportamento alimentare, sterilizzazione, terapie farmacologiche, ad esempio cortisoniche o relative all'uso di farmaci come progestinici o barbiturici, ed infine patologie preesistenti come ipotiroidismo e ipoadrenocorticismo.

#### PREVENZIONE /

Non è semplice per un proprietario accorgersi dei primi segnali del sovrappeso, finché non risulta davvero evidente. Per questo motivo, è di fondamentale importanza programmare visite periodiche dal medico veterinario, in modo da monitorare lo stato di salute dell'animale e sviluppare strategie preventive o interventi quando necessario.

I veterinari consigliano inoltre alcuni piccoli gesti per prevenire l'insorgere di questa patologia, come ad esempio per i gatti servire pasti più piccoli ma più frequenti e tanta attività fisica per i cani.
La condizione di sovrappeso è poi un fattore di rischio nello sviluppo di altre patologie, tra cui il diabete. Nei cani e nei gatti può manifestarsi in due principali forme: Diabete Mellito Insulino-Dipendente (IDDM) da contrastare tramite la somministrazione di insulina e Diabete Mellito Non-Insulino-Dipendente (NIDDM) da controllare attraverso l'adozione di adeguate strategie nutrizionali e dietetiche.

#### STILE DI VITA /

Secondo lo studio "Is Dog Owner Obesity a Risk Factor for Canine Obesity? A "One-Health" Study on Human-Animal Interaction in a Region with a High Prevalence of Obesity" condotto da alcuni ricercatori spagnoli nelle Isole Canarie, una regione con un alto tasso di obesità umana e fattori di rischio obesogenici, esiste una forte associazione tra il peso dei cani e lo stile di vita dei loro proprietari. Dai risultati emerge infatti una prevalenza di cani obesi/sovrappeso in abbinamento a proprietari obesi/ sovrappeso, mettendo in evidenza la necessità di adottare un approccio "One Health" per veterinari e medici, così da incoraggiare i proprietari di animali da compagnia ad essere più attivi, promuovendo di riflesso il benessere anche dei loro animali da

In conclusione, è fondamentale riconoscere che l'obesità nei cani e nei gatti è un problema di salute serio e complesso, che richiede attenzione e intervento tempestivo, essendo dirimente l'intervento del proprietario.

Una gestione oculata del peso, una dieta equilibrata e l'esercizio regolare sono elementi essenziali per prevenire e affrontare questa condizione.



# PETZOO EURASIA 12-15 OCTOBER 2023

International Pet Products,
 Materials, Accessories
 Suppliers Exhibition

Hall 9-10-11

www.petfuari.com



İstanbul Expo Center, Yeşilköy, İstanbul - Türkiye





























social #PetzooEurasia













# Tanti animali, ma i servizi dove sono?

Anche l'estate ha evidenziato che non sempre i pet e i proprietari possono usufruire di supporti adeguati per la gestione della quotidianità, con il risultato che la convivenza con chi non ha animali è talvolta difficile. Intanto sono partiti i corsi di formazione dell'associazione per pet parents e professionisti.

di Egle Rosa, vicepresidente di Acad Confcommercio



uella conclusa da poco è stata un'estate calda, all'insegna della ricerca di un po' di refrigerio sia per noi che per i nostri cani. Questa necessità, tuttavia, spesso ha messo in difficoltà la convivenza tra pet e pet owner da una parte e coloro che non hanno o non vogliono animali, dall'altra. Questi temi sono spesso spinosi e non è semplice trattarli senza rischiare di sollevare polemiche, a volte anche molto accese. Nei mesi scorsi non c'è stata testata di giornale che non abbia scritto che la presenza dei pet ormai è largamente diffusa, così come è diffuso il comportamento di ritenere il proprio animale un membro della famiglia. Da qui nasce la ricerca di servizi qualificati: dalle toelettature, alle spa per cani, dalla migliore pensione per animali, al pet-sitter più affidabile; ma chi certifica la professionalità e la competenza di queste persone?

#### TANTI SPOT IN TV /

Abbiamo politici che si battono per il benessere degli animali, ma si sono sempre

dimenticati dei supporti offerti a questi ultimi, scordandosi di verificare le competenze e la formazione di chi si prende cura o dovrebbe prendersi cura degli animali domestici. In televisione abbiamo visto molti spot anti abbandono anche se poi si nota la contraddizione di lasciare i proprietari dei cani senza adeguati servizi a partire da quelli più semplici, come i cestini per la raccolta delle deiezioni. A questo aggiungiamo che talvolta da parte dei proprietari di animali manca l'osservazione di norme di comportamento civile come l'utilizzo del guinzaglio in luoghi pubblici o sui sentieri di montagna. Sono troppi i cani liberi in città, troppi coloro che ritengono un prato, un sentiero di montagna, il posto per far correre liberamente il proprio cane.

#### ATTENZIONE AL COMPORTAMENTO /

Gli esempi sono molteplici, dai cani che scorrazzano liberi sui percorsi di trekking a quelli che rincorrono - e spaventano - la fauna locale; dai cani invogliati a tuffarsi

nelle dighe di montagna, a quelli che entrano nei pascoli mettendo in serio pericolo la loro stessa vita e quella del loro padrone. Si tratta di esempi di "inciviltà varia cinofila" - e ce ne sono anche al mare - causata dall'arroganza di chi si crede intoccabile come alcuni proprietari di cani. Inutile dire che dove il turista cinofilo cafone non rispetta i luoghi di villeggiatura, i residenti locali reagiscono di conseguenza. Quindi sono poche le strutture che accettano cani oppure li accettano a fronte di cifre esorbitanti (25 euro a notte senza nessun benefit). Allo stesso tempo ci sono esercenti di bar e rifugi che non permettono l'ingresso agli animali e che inveiscono contro i turisti solo perché il cane, bevendo, rovescia un po' di acqua sul pavimento. A fine agosto, in un ristorante, ho assistito a un episodio emblematico. Eravamo in montagna, con tanti cani al fianco dei commensali, la maggior parte tranquilli, nessun disturbo. C'è un codice di comportamento da seguire in queste circostanze: il cane deve stare

sotto al tavolo o a lato del proprietario, non invadere gli spazi dei commensali e non richiamare l'attenzione degli altri cani. Di fronte a me c'erano due donne con un Volpino di Pomerania che per tutta la durata della cena ha continuato ad abbaiare e a ringhiare a chi passava accanto al tavolo; ha rovesciato più volte la ciotola dell'acqua, cercando di attirare l'attenzione degli altri cani. La colpa non è del cane, ovviamente, ma del suo padrone che non lo ha educato.

#### LE LEZIONI /

Questo volpino potrebbe essere recuperato se i proprietari accettassero seriamente di fare un percorso educativo e di socialità. Con Acad a settembre sono partiti i primi corsi volti ad educare i privati ma anche i professionisti a una migliore convivenza e a una maggiore consapevolezza riguardo la gestione dei cani. Corsi di Dog Trekking - ad esempio - insegnano, grazie alla collaborazione con il Cai e Cà Zampa, a come gestire l'animale in montagna, riconoscere e affrontare le problematiche che potrebbero verificarsi. Il corso di Pet Sitter, invece, affronta anche temi riguardanti gli aspetti legali e di marketing in un settore dove spesso il "pet-sitter" è ancora un adolescente che



In televisione abbiamo visto molti spot anti abbandono anche se poi si nota la contraddizione di lasciare i proprietari dei cani senza adeguati servizi a partire da quelli più semplici, come i cestini per la raccolta delle deiezioni

vuole racimolare qualche euro per pagarsi le vacanze, dunque senza esperienza, senza formazione, senza competenza. I corsi, che godono anche del patrocinio della provincia di Bergamo, sono previsti in replica anche nella provincia di Lecco e alcuni eventi sono fruibili gratuitamente grazie ai fondi messi a disposizione da Regione Lombardia.

Per avere maggiori informazioni sui nostri progetti, si prega di contattare la segreteria di Acad Confcommercio allo 02 7750216 o via mail all'indirizzo: acad@unione.milano.it

ACAD Confcommercio Corso Venezia 51 - Milano tel. 02 7750216





# Gatti di razza Il Tonkinese a pelo corto

Selezionato incrociando Siamese e Burmese, unisce i pregi di entrambe le razze.

di Ilaria **Mariani** 

Da alcuni il Tonkinese oggi viene considerato il primo Burmese perché, di fatto, Wong Mau (la gatta importata dal Siam negli Usa negli negli anni '30 del secolo scorso da cui ebbe origine la razza Burmese) sembra fosse in realtà una tonkinese. A partire dagli anni '60 in poi, vennero fissate le caratteristiche sia del Siamese che del Burmese: Jane Barletta e Margaret Conroy cominciarono a lavorare per creare una terza razza che unisse i pregi di entrambe, dando origine al Tokinese come lo conosciamo oggi.

#### LO STANDARD DI RAZZA /

Il Tonkinese è un gatto di corporatura media, atletico e tonico: risulta, infatti, più pesante di quello che si potrebbe immaginare osservandolo. Non deve risultare tozzo (cobby): la struttura generale è a metà fra quella quella di un gatto compatto e potente e di uno agile ed elegante. Eleganza che viene conferita, oltre che da bilanciamento e proporzioni, anche dalle zampe allungate: le posteriori sono di poco più lunghe di quelle anteriori ed entrambe culminano in piedi ovali. La coda, larga alla base, si assottiglia verso la punta, che è di forma ovale. La testa, proporzionata la corpo, è a forma di cuneo arrotondato, più lungo che largo, con zigomi alti e piatti e il mento ben definito. La fronte è leggermente sporgente e anche il muso, tanto lungo quanto largo, ha una bella forma tondeggiante: i cuscinetti del portabaffi sono delicatamente curvi e seguono le linee del cranio. La canna nasale scende leggermente inclinata e si può notare un piccolo stop all'altezza degli occhi. Le orecchie, non particolarmente grandi, sono ben piazzate ai lati: larghe alla base si stringono a disegnare una forma ovale. Gli occhi sono a forma di mandorla aperta e l'estremità esterna tende obliquamente verso l'orecchio: di colore netto e brillante, in base al colore del mantello possono essere azzurro acquamarina, da giallo a verde o blu intenso. Il mantello è aderente al corpo, con pelo

ATTIVITÀ: se non gli è concesso di sfogare tutta la sua atleticità all'esterno, è bene che il proprietario di un Tonkinese attrezzi la casa con ponti tibetani, scalette, cucce sopraelevate, tiragraffi e palestrine. Anche la sua spiccata intelligenza va messa alla prova ricorrendo a giochi di predazione, giochi di attivazione mentale e di ricerca olfattiva, che non solo contribuiranno a rafforzare la relazione con il proprietario, ma aiuteranno il nostro piccolo felino a esercitare calma e concentrazione.

TOELETTATURA: il pelo del Tonkinese, da corto a medio non necessita di particolari cure. Una buona spazzolatura periodica con un guanto in silicone e una spazzola per lucidare il mantello aiuterà a eliminare il pelo morto e a stimolare il benessere della cute. Se passa molto tempo all'aria aperta è consigliabile un controllo frequente del mantello per individuare

**SALUTE:** alcuni soggetti potrebbero soffrire di atrofia progressiva della retina.



#### **CUSTOMER CARE: CONSIGLI PER IL RETAIL**

medio-corto, sottile, setoso e dall'aspetto

#### **APPROFONDIMENTI**

lucente. Può essere "Burmese Point" in cui il colore del corpo appare come una sfumatura leggermente più chiara di quello dei point e il contrasto tra il corpo e point è molto lieve; "Tonkinese Point", dove il colore del corpo è intenso, uniforme e privo di marcature: sfuma quasi impercettibilmente in un colore leggermente più chiaro sulle parti inferiori del corpo e il contrasto fra il corpo e i point è ben definito. Infine, c'è l'opzione "Siamese Point" in cui il colore del corpo è bianco magnolia con qualsiasi sfumatura che richiami il colore del point: il contrasto fra il corpo e i point è assolutamente evidente. Per la descrizione nel dettaglio dei colori ammessi, si consiglia di consultare la tabella riportata nello standard.

#### ATTITUDINI COMPORTAMENTALI /

Il Tonkinese riunisce i pregi di Siamese e Burmese anche nel carattere: è intelligente, vivace, molto attaccato al proprietario come come il Siamese, senza tuttavia i suoi eccessi. Sa essere pacato ed equilibrato, socievole e affettuoso. Infine, è un gatto dalle spiaccate doti ginniche.

Fonte: ANFI







#### SCOPRI LA NUOVA LINEA BEAUTYCASE® PET:

tappetini superassorbenti, shampoo, balsamo e salviettine detergenti super profumate per la pulizia e la bellezza del tuo amico a quattro zampe.

100% Made in Italy, studiati e formulati per il massimo benessere.

E per la pulizia profonda e la massima igiene delle superfici, prova il Detergente Igienizzante!







# Cani di razza Il Bassethound

È un ottimo segugio e un adorabile compagno di vita, adatto anche alle famiglie con bambini.

di Ilaria **Mariani** 

La paternità della razza viene riconosciuta alla Gran Bretagna, sebbene si ritiene che si origini dal Basset artésien normand, allevato dai monaci in Francia nel Medio Evo per cacciare nel fitto sottobosco tenendo il tartufo vicino al suolo. Infatti, anche se strettamente legata all'intera famiglia dei Basset Francesi, questa razza si sviluppò e perfezionò in Gran Bretagna per la caccia alla lepre. Negli Stati Uniti si diffuse, invece, più come cane da compagnia.

#### LO STANDARD DI RAZZA /

Il Bassethound è un segugio a gambe corte: l'altezza al garrese, infatti, varia dai 33 ai 38 cm. Lo standard precisa che è un cane da lavoro, e pertanto, deve essere idoneo a questa funzione: deve essere attivo, vivace, resistente alla fatica e ben equilibrato.

La testa è lunga ma ben proporzionata: il muso asciutto e non appuntito, infatti, non è molto più lungo del cranio, che ha una forma a cupola, con cresta occipitale prominente che, dalla fronte, si restringe leggermente verso il muso. Lo stop è moderato e la canna nasale scende verso un tartufo generalmente nero (tranne nei cani a mantello chiaro, dove può essere marrone o fegato) con narici grandi e ben aperte.

Il tartufo può sporgere leggermente oltre le labbra e il labbro superiore, a sua volta, si sovrappone notevolmente all'inferiore. Le mascelle devono avere una perfetta, regolare e completa chiusura a forbice, cioè gli incisivi superiori si sovrappongono, a stretto contatto, a quelli inferiori.

Gli occhi, a forma di losanga, non devono apparire né sporgenti né infossati: sono scuri, ma possono sfumare in un marrone di media tonalità nei cani dal mantello chiaro, mentre occhi chiari o gialli sono sempre indesiderabili.

Le orecchie, lunghe, strette e ritorte verso l'interno, sono molto morbide e vellutate: inserite basse, proprio al di sotto della linea dell'occhio, sorpassano appena l'estremità del muso.

La testa, che può presentare delle rughe vicino alla fronte e agli occhi, si collega al corpo



#### **CUSTOMER CARE: CONSIGLI PER IL RETAIL**

ATTIVITÀ: ha un olfatto

estremamente sviluppato, perché come tutti i cani da caccia è stato selezionato per fiutare una traccia e seguirla per molto tempo. Propenso al lavoro in squadra e resistente alla fatica, il Bassethound potrà essere impiegato dal suo proprietario in giochi di fiuto e ricerca, piste olfattive e giochi di attivazione mentale.

**TOELETTATURA:** come tutte le razze a pelo corto non necessita di particolari cure. Una spazzolatura settimanale con una spazzola in setole naturali aiuta a rimuovere il pelo morto e facilità il controllo di

eventuali di parassiti. Una toelettatura professionale, invece, andrà concordata con un professionista in base allo stile di vita del cane. Particolare attenzione va riservata, invece, alle orecchie del Bassethound: per la loro conformazione tendono a sporcarsi molto e andranno perciò controllate e pulite quotidianamente. Infine, è un cane che sbava copiosamente: il muso andrà pulito più volte durante la giornata.

**SALUTE:** è un cane molto robusto, ma alcuni soggetti possono soffrire di leggera displasia o al gomito.

Attenzione al sovrappeso

#### APPROFONDIMENTI

attraverso un collo muscoloso, abbastanza lungo e con una giogaia appena accennata. Il corpo è grosso e allungato, con garrese e zona lombare circa alla stessa altezza. Il petto presenta uno sterno prominente, ma il torace non è stretto e le costole sono arrotondate e cerchiate: torace e ventre non devono essere così discesi da impedire al cane di muoversi liberamente su tutti i tipi di terreno.

La coda, piuttosto lunga, è fornita di pelo ruvido nella parte inferiore: larga alla base, si assottiglia verso la punta e solitamente è portata alta e ricurva a sciabola. Gli arti anteriori devono dare un buon allungo e i posteriori una potente spinta: muscolosi e dall'ossatura importante, devono permettere al cane di stare ben eretto e di caricare il peso in modo omogeneo su tutti i cuscinetti plantari. Sia su gli arti anteriori che su quelli posteriori possono essere presenti delle pieghe di pelle, che tuttavia non devono mai essere eccessive. Il mantello è liscio, corto e fine e può essere di diversi colori: i più diffusi sono nero bianco con focature (tricolore) e bianco e arancio (bicolore).

#### ATTITUDINI COMPORTAMENTALI /

Il Bassethound è un cane adorabile: per nulla aggressivo, ama dare e ricevere coccole ed è estremamente paziente con i bambini, dimostrandosi un ottimo compagno per le famiglie. Se ben socializzato, in casa convive armoniosiamente con altri cani e altri animali, verso i quali, nonostante la sua natura di cacciatore, non mostra nessun istinto predatorio. Intelligente e vivace, a volte si rivela piuttosto testardo. Infatti, se non è di difficile gestione in ambiente casalingo, può dare al proprietario del filo da torcere in campagna, dove emerge tutta la sua natura di segugio: di fronte a una pista olfattiva diventa sordo a qualsiasi richiamo. Per questo motivo è importante lavorare sulla sua educazione fin da cucciolo.

Fonte: ENCI







# Cronologia articoli

Ecco un elenco dei principali contenuti pubblicati sui numeri arretrati di PetB2B, dai negozi intervistati alle inchieste di mercato.

#### Catene

Amici di casa Coop (Ottobre 2023)

Arcaplanet (Settembre 2023)

Anicura (Maggio 2023)

Arcaplanet (Marzo 2023)

Moby Dick (Marzo 2023)

PetFarm (Gennaio-Febbraio 2023)

Gruppo DMO Pet Care (Novembre 2022)

Viridea (Ottobre 2022)

Ca' Zampa (Ottobre 2022)

Dogat (Settembre 2022)

Conad Pet Store (Luglio/Agosto 2022)

L'ora degli Animali (Giugno 2022)

Giulius (Giugno 2022)

Il Gigante (Maggio 2022)

Giulius (Maggio 2022)

Pet Market by Zoopark (Dicembre 2021)

Pet shop della GDO (Dicembre 2021)

Viridea (Novembre 2021)

Robinson Pet Shop (Ottobre 2021)

Arcaplanet e MaxiZoo (Settembre 2021)

DMO (Giugno 2021)

Zoolandia Market (aprile 2021)

Bio e Bau (marzo 2021)

New Pharm (gennaio/febbraio 2021)

L'Isola dei Tesori (dicembre 2020)

Maxi Zoo (novembre 2020)

Pet Market (settembre 2020)

Amici Pet&Co (maggio 2020)

Joe Zampetti (gennaio/febbraio2020)

Miky Mouse (dicembre 2019)

Elite Pet (novembre 2019)

Zooplanet (giugno 2019)

#### Indipendenti

Amici di Ciotola (Settembre 2023)

Mr Biboo (Giugno 2023)

Mondial Pet (Aprile 2022)

RC Pet Shop (Gennaio-Febbraio 2023)

Supernatura (Luglio/Agosto 2022)

Pra' Zoo (Gennaio 2022)

Pet Empire (Novembre 2021)

Green House tutto per gli animai (Ottobre 2021)

Lecincia Pet (Settembre 2021)

Zoologos (Luglio/agosto 2021)

Canopolis (maggio 2021)

Fe.Mir.Zoo (dicembre 2020)

Tecnonatura (novembre 2020)

Grifovet (ottobre 2020)

Dog & Cat Market (aprile 2020)

Acquario Mediterraneo (dicembre 2019)

Hobbyzoo (dicembre 2019) Sala del Cane (novembre 2019) Animarket (settembre 2019)

Giardango Cantù (giugno 2019)

Fidò Pet Store Savona (maggio 2019)

Animaliamo Milano (aprile 2019)

Emozioni Pet Shop Verona (marzo 2019) Animal Discount Verbania (gennaio 2019)

2G Pet Food Cortina (dicembre 2018)

Animal One Milano (novembre 2018)

#### **□** BactPro





Lasciati aiutare naturalmente nella gestione quotidiana dei tuoi amici pets, grazie all'utilizzo di batteri benefici, potrai eliminare completamente macchie e cattivi odori.

#### **Inchieste Food**

Renal Food (Ottobre 2023)

Carne (Settembre 2023)

Food funzionale (Luglio/agosto 2023)

Superpremium (Giugno 2023)

Snack (Maggio 2023)

Puppy&Kitten (Aprile 2023)

Wet food (Marzo 2023)

Formati Scorta (Gennaio-Febbraio 2023)

Food digestivi (Dicembre 2022) Grain Free (Novembre 2022)

Pesce (Ottobre 2022)

Naturale (Settembre 2022)

Snack & Treats (Luglio/Agosto 2022)

Alimenti senior (Giguno 2022)

Surgelato (Maggio 2022)

Monoproteico (Aprile 2022)

Dry Food (Gennaio 2022)

Food Sostenibilie (Ottobre 2021)

Linee vet (Settembre 2021)

Verdure (Luglio/agosto 2021)

#### **Altre Inchieste**

Natale (Ottobre 2023)

Abbigliamento (Settembre 2023)

Igiene (Luglio/Agosto 2023) Acquariologia (Aprile 2023)

Adozioni Pet (Marzo 2023)

Antiparassitari e Parafarmacia (Marzo 2023)

Giochi per cani (Gennaio-Febbraio 2023)

Previsioni (Gennaio-Febbraio 2023)

Packaging (Dicembre 2022)

Cucce e lettini (Dicembre 2022)

Guinzaglieria (Novembre 2022)

Caro energia e aumento prezzi (Novembre 2022) Catene (Ottobre 2022)

Natale (Ottobre 2022) Altri animali (Settembre 2022)

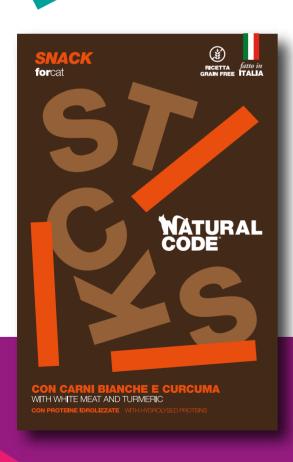
Toelettatura (Luglio/Agosto 2022)

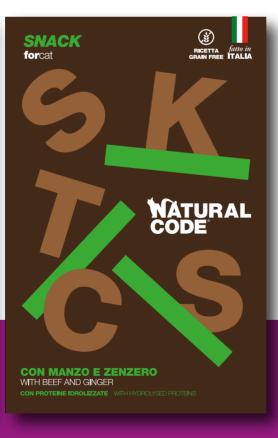
Tappettini e sacchettini (Giugno 2022) Sostenibilità (Giugno 2022)

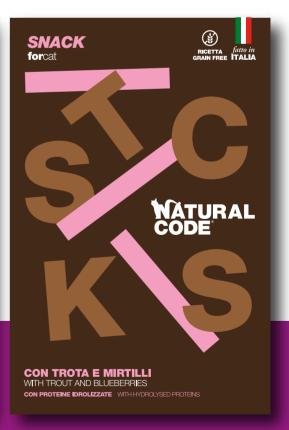
Lettiere (Maggio 2022)

ARCHIVIO DEL SITO PETB2B.IT

# Novità!!! SNACK forcat







NATURAL CODE<sup>®</sup>





Vitakraft, ogni giorno un momento di felicità.





