



# I miti da sfatare sulla carne di pollo

*Il consumatore manifesta una crescente resistenza al pet food contenente pollame, perché ritenuto portatore di allergie e intolleranze oltre che di bassa qualità. Si tratta di una falsa credenza che però ha un impatto negativo sulle vendite. La sfida per industria e retailer è quella di restituire credito a una materia prima adatta al consumo di cani e gatti, facilmente reperibile e con un posizionamento di prezzo competitivo. In poche parole: più sostenibile.*

di Davide **Corrocher**

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



**Luciano Fassa,**  
direttore generale  
di Monge



**Edoardo Lano,**  
direttore commerciale  
di Morando Petfood



**Andrea Della Zoppa,**  
responsabile finanziario  
di Natural Line



**Roberto Raffo,**  
general manager  
di Naturina



**Michele De Paoli Valentini,**  
responsabile aziendale  
di Valentini - Mio Fido

**N**ell'ultimo decennio il panorama del pet food ha subito dei cambiamenti profondi, nei comportamenti d'acquisto e nell'offerta di prodotto. In particolare l'affermarsi del fenomeno monoproteico e la maggiore attenzione dei pet owner al tema delle intolleranze alimentari ha portato l'industria a sviluppare una grande varietà di formulazioni e puntare su materie prime in precedenza poco sfruttate. A farne le spese - è proprio il caso di dirlo - è stata la carne di pollo, quella con il posizionamento più basso. Fino a un paio di lustri fa, infatti, la quasi totalità dei mangimi confezionati presenti nei punti vendita conteneva pollame, mentre oggi queste referenze hanno ridotto sensibilmente la loro presenza sugli scaffali dei pet shop. Complice di questa tendenza è stato lo spostamento verso l'alto dei consumi e la maggior ricerca da parte del pubblico finale di proposte di qualità sempre più elevata. Tuttavia, se oggi la carne di pollo non è più la regina incontrastata del pet food, c'è anche un'altra ragione in particolare che rappresenta un aspetto critico per il settore e un nodo da sciogliere per le imprese. Progressivamente negli anni si è infatti diffusa fra il pubblico finale - ma anche fra tanti retailer specializzati - la convinzione che la carne di pollo provochi intolleranze alimentari più facilmente di altre, che sia ricca di antibiotici, di bassa qualità e, dunque, poco adatta al consumo di cani e gatti. Questo falso mito si è fortemente consolidato, influenzando i comportamenti d'acquisto e imponendo alle aziende produttrici strategie commerciali in grado di meglio assecondare le abitudini dei proprietari di animali domestici. Maiale, pesce e una vasta molteplicità di proteine animali hanno così recentemente preso il posto del pollame. Se da una parte il settore ne ha trovato giovamento, vedendo l'ingresso in commercio di formulazioni sempre più pregiate e selezionate, dall'altra oggi si trova in parte a soffrire questa situazione. Perché il pollo è una materia prima con un posizio-

## 1\_ IN CHE MODO LE CRITICHE RELATIVE ALLA CARNE DI POLLO STANNO INFLUENZANDO LE VENDITE DI PRODOTTI PET FOOD CON QUESTA MATERIA PRIMA?



**Luciano Fassa (Monge):** «Il pollo rimane la carne più utilizzata nel pet food e mantiene caratteristiche che la rendono idonea al consumo, anche se la crescita del monoproteico ha portato a un ridimensionamento dell'offerta e del mercato».



**Edoardo Lano (Morando):** «Effettivamente c'è chi crede che la carne del pollo faccia male e possa essere causa di allergie o intolleranze alimentari nei pet, ma in realtà i prodotti che contengono questo ingrediente sono da evitare solo dopo diagnosi del medico veterinario curante. Ciò che principalmente impatta negativamente sul mercato, dunque, è l'allarmismo dovuto alla circolazione di informazioni incomplete o errate. Pertanto, secondo noi, è fondamentale rivolgersi ad un professionista e non improvvisare delle diete fai-da-te».



**Andrea Della Zoppa (Natural Code):** «Quello relativo alla carne di pollo è un falso mito che ha minato i comportamenti d'acquisto. Notiamo una resistenza all'acquisto di queste referenze soprattutto relativamente ai prodotti per cani, mentre nel segmento gatto registriamo una buona rotazione».



**Roberto Raffo (Naturina):** «Quando nel 2010 abbiamo lanciato i nostri primi prodotti di secco cane, usavamo solo pollo o pesce in cima alla lista degli ingredienti. Nel tempo il panorama è molto cambiato, soprattutto nell'offerta sulla fascia alta dello scaffale, dove si è dato sempre più spazio a referenze grain free, con alto contenuto di carne e senza pollo perché quest'ultima era considerata una proteina che comporta un maggior rischio di intolleranze. I cibi con questa materia prima sono facilmente digeribili, ma ormai la tendenza è consolidata imponendo ai produttori di adeguarsi e optare su pesce, agnello e maiale, che è diventato il sostituto naturale per il pollo».



**Michele De Paoli Valentini (Valentini-Mio Fido):** «Rispetto al passato c'è stato un ridimensionamento dell'offerta e delle vendite di prodotti a base pollo, ma perché inizialmente il pet food era quasi esclusivamente al pollo o al pesce. Anche per questo motivo, le intolleranze solitamente venivano attribuite al pollame, pur senza aver fatto i giusti accertamenti. Oggi però, mi sembra ci sia un cambio di tendenza, noi notiamo che il mercato di questo segmento sta riprendendo piede ed è in crescita».

namento di prezzo più competitivo rispetto alle altre e ha tanti punti di forza anche dal punto di vista nutrizionale, i quali però sempre più frequentemente passano inosservati presso un pubblico poco informato. Restituire a questi prodotti il giusto credito è diventato dunque una priorità per i produttori e i pet shop, soprattutto considerando che negli ultimi mesi il potere di acquisto dei proprietari di pet è diminuito a causa dell'inflazione e, nonostante la situazione generale sembri

dirigersi verso un progressivo - seppur lento - miglioramento, il tempo necessario per un ritorno alla normalità non sarà poco.

## FRA COSTI E BENEFICI /

Negli ultimi mesi il caro vita ha imposto a molti proprietari di pet di rivedere le proprie priorità nel carrello della spesa e non di rado si è assistito a uno spostamento verso il basso della fascia di riferimento e a un leggero travaso dei consumi nel largo consumo.

Questo fenomeno sembrerebbe temporaneo e strettamente legato alle attuali sfide economiche che stanno affrontando i consumatori. Tuttavia l'impatto sulle abitudini d'acquisto dei proprietari di pet ha riguardato anche la scelta delle formulazioni dei prodotti da destinare all'alimentazione del cane o del gatto, portando in particolare a un aumento dei consumi di cibi al pollo. Questi ultimi infatti hanno mediamente un posizionamento di prezzo più competitivo rispetto a quelli

## Poca evidenza sui flyer ma alta visibilità negli assortimenti web

Da una ricerca di Qberg emerge che il prezzo medio per kg del dog food con pollo, sui flyer promozionali risulta allineato tra universo Gdo e specializzato, mentre lo scaffale online dei generalisti ha un posizionamento di prezzo molto più aggressivo rispetto a quello degli specialist.

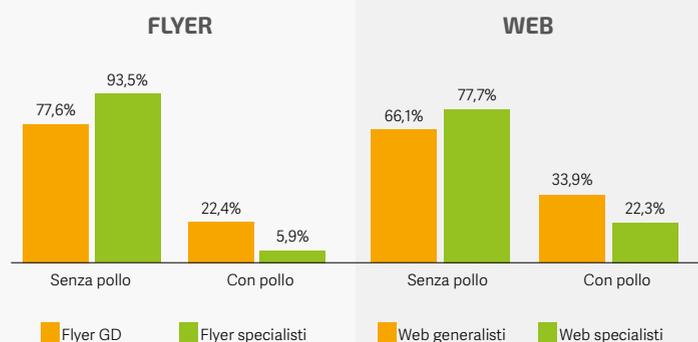
Quasi una referenza di dog food su cinque nei volantini della Gdo ha una formulazione a base pollo, mentre solo il 6% dei prodotti che trovano visibilità sui flyer del canale specializzato si caratterizzano per la presenza di questa proteina. Le quote di visibilità degli alimenti con carne di pollo per cani salgono a una referenza su tre nei siti e-commerce generalisti e a poco più di una su quattro nelle piattaforme specializzate. A rivelarlo è Qberg, che ha monitorato le evidenze sui volantini promozionali delle insegne specializzate e del largo consumo (ipermercati, supermercati, superette, discount e drug specialist), e sui siti web generalisti e specialist nel periodo gennaio-settembre 2023.

La materia prima pollo risulta invece meno evidente nel comparto

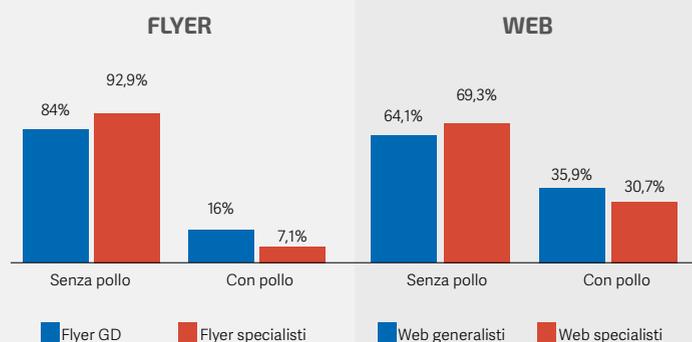
gatto rispetto al cane, se si osservano i volantini del largo consumo (16%) ed è invece leggermente superiore nell'universo delle catene e dei pet shop salendo a oltre 7% di visibilità.

Dalla ricerca emerge inoltre che il prezzo medio per kg del dog food con pollo, sui flyer promozionali risulta sostanzialmente allineato tra universo Gdo e specializzato, mentre lo scaffale online dei generalisti ha un posizionamento di prezzo molto più aggressivo rispetto a quello degli specialist. Nel comparto gatto il divario cresce per quanto riguarda i volantini promozionali (oltre 10 euro/kg per lo specializzato contro oltre 7 euro/kg nel largo consumo) e si riduce sul web (oltre 15 euro/kg contro 10,84 euro/kg).

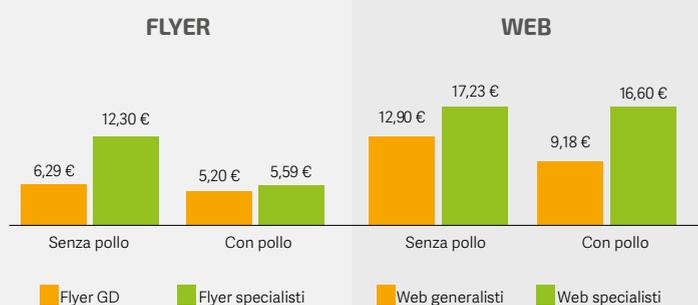
### Cibo cani - Visibilità su Flyer ed E-commerce dell'offerta a Base pollo



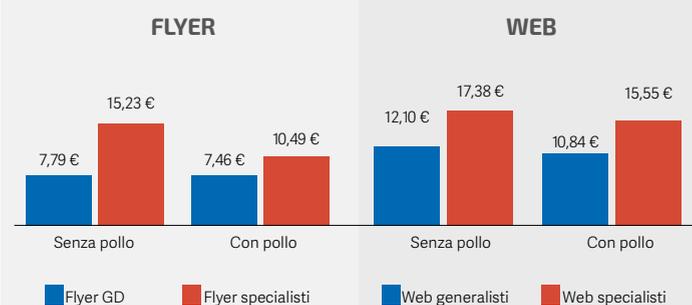
### Cibo gatti - Visibilità su Flyer ed E-commerce dell'offerta a Base pollo



### Cibo cani - Prezzo medio/Kg su Flyer ed E-commerce dell'offerta a Base pollo



### Cibo gatti - Prezzo medio/Kg su Flyer ed E-commerce dell'offerta a Base pollo



che prevedono la presenza di altre proteine. Ovviamente i fattori che determinano il prezzo al consumo di un cibo sono molteplici e non dipendono soltanto dal tipo di carne presente, ma anche dalla sua percentuale sul contenuto, dalla filiera di provenienza o dal fatto che vengano utilizzate parti dell'animale più o meno pregiate. Tuttavia basti scattare una fotografia dello scaffale medio dei punti vendita e si troverà una presenza

molto più marcata della carne di pollo nelle proposte di primo prezzo e di gamma intermedia. Negli alimenti superpremium invece questa proteina tende a lasciare sempre più spazio ad altre considerate più nobili, rare e talvolta anche esotiche. Ecco perché, nonostante persista una certa resistenza al consumo del pollame, le vendite di questa categoria merceologica hanno recentemente registrato un leggero aumento.

## NECESSITÀ PIÙ URGENTE /

Cause di forza maggiore dunque stanno spingendo in parte il settore in controtendenza rispetto al recente passato. Ma ciò apre una serie di interrogativi sul possibile consolidamento del trend, sulle sue ripercussioni anche in termini di sostenibilità della filiera e sulle prospettive di sviluppo futuro. Il fatto che i prodotti al pollo abbiano visto crescere la penetrazione di mercato negli scorsi mesi

## 2\_ IN CHE MODO OCCORRE CHIARIRE MEGLIO I PUNTI DI FORZA E QUELLI DI DEBOLEZZA DELLA CARNE DI POLLO?



**Luciano Fassa (Monge):** «Il trade vende ciò che il consumatore cerca e non bisogna trascurare che anche nell'alimentazione umana la carne di pollo ha un posizionamento inferiore rispetto alle altre. Va anche detto che, nonostante il consumatore spesso eviti questi prodotti per una possibile intolleranza, può accadere che questa sia dovuta ad altri fattori e non all'utilizzo del pollo e in questi casi una comunicazione più puntuale può essere un aiuto».



**Edoardo Lano (Morando):** «Occorre aiutare i pet parent a comprendere come il pollo apporti proteine di elevato valore biologico, importanti, per esempio, per mantenere una buona muscolatura dell'animale. L'aspetto prioritario è lavorare per costruire un rapporto di fiducia tra consumatore e industria, i pet parent devono essere consapevoli del fatto che su ogni alimento sono effettuati numerosi rigidi controlli, anche sul pollo. Uno specifico alimento o una categoria di alimenti vanno evitati solo su consiglio del proprio veterinario di fiducia».



**Andrea Della Zoppa (Natural Code):** «I retailer più strutturati e competenti hanno la capacità di interpretare al meglio le caratteristiche dei prodotti e per questo credo abbiano un ruolo fondamentale nel trasferire le informazioni corrette al consumatore finale. Il lavoro da fare in questo senso è molto perché scardinare alcuni concetti sbagliati nella mente di molti pet owner è una sfida impegnativa».



**Roberto Raffo (Naturina):** «I pet owner possono trovare in commercio molti cibi al pollo alcuni migliori di altri ma di difficile individuazione. I temi da comunicare sarebbero molti, primo fra tutti quello della qualità perché ciò che conta maggiormente è la filiera di provenienza e la qualità della materia prima utilizzata, elementi di difficile identificazione in etichetta. Sia per il consumatore che per l'addetto ai lavori comprendere questo aspetto è molto complicato. Il marketing del settore negli ultimi anni ha posto maggior attenzione ad altri elementi di più semplice compressione quali: formulazione con un'unica proteina, contenuto di carni o pesci, percentuale di proteina, contenuto o meno di cereali e glutine».



**Michele De Paoli Valentini (Valentini-Mio Fido):** «Credo che oggi i veterinari stiano facendo un ottimo lavoro da questo punto di vista, anche perché c'è molta più specializzazione in questo settore e molti si dedicano esclusivamente alla nutrizione animale, riuscendo in questo modo a effettuare analisi approfondite circa le cause dei disturbi alimentari. Si sta così riscoprendo che la carne di pollo non ha una tendenza maggiore rispetto ad altri animali a generare intolleranze».

## 3\_ QUALI SONO GLI ALTRI FATTORI CHE DETERMINANO LE PERFORMANCE DI QUESTO SEGMENTO?



**Luciano Fassa (Monge):** «Il fattore prezzo resta molto rilevante nelle scelte d'acquisto e il pollo ha costi più accessibili rispetto ad altre carni o al pesce, salvo quando si accendono dei focolai di influenza aviaria, che possono portare a un incremento della materia prima».



**Andrea Della Zoppa (Natural Code):** «In una fase di mercato caratterizzata dagli aumenti dei listini e dall'inflazione, il prezzo è diventato una leva d'acquisto più forte rispetto al passato. Ciononostante va sottolineato come il pollo, soprattutto quello d'importazione, negli scorsi mesi ha evidenziato i rincari maggiori se paragonato ad altre carni e ciò ha in parte riavvicinato il posizionamento delle referenze che lo contengono rispetto ad altre in precedenza più costose per il pubblico finale».



**Roberto Raffo (Naturina):** «Noi oggi usiamo il pollo principalmente nella nostra linea premium e notiamo che le vendite sono in crescita, probabilmente perché molti consumatori si sono spostati su referenze più economiche. Almeno da questo punto di vista, sembra dunque che questa materia prima costituisca una barriera all'acquisto minore su questo segmento. I dubbi circa questa proteina sembrano sussistere soprattutto in relazione alla fascia più alta dello scaffale».



**Michele De Paoli Valentini (Valentini-Mio Fido):** «Il prezzo resta il fattore che spesso incide maggiormente nella scelta di una proteina. Suino e pollo stanno diventando infatti fra le referenze maggiormente in crescita sul mercato. A ogni modo, notiamo anche un grande interesse a variare le proteine».

sta infatti rendendo più urgente scardinare i falsi miti verso questa materia prima. Viceversa si correrebbe il rischio che, esaurita l'urgenza di mettere al primo posto il prezzo fra i criteri di acquisto, il pubblico finale torni con ancora più forza rispetto a prima ad attribuire eventuali disturbi e problematiche di salute al pollame, proprio perché ne avrebbe fatto un utilizzo più intenso rispetto alle proprie abitudini. Il pubblico finale desidera chiarezza e trasparenza, ciò dovrebbe costituire terreno fertile per favorire un'informazione corretta e ben motivata.

Rendere più consapevole il cliente finale spetta in parte all'industria, ma anche e soprattutto ai pet shop e ai medici veterinari, ovvero i principali stakeholder del pet care.

## RESTITUIRE LA CORONA /

Il mercato oggi si trova in una fase molto delicata ma da cui possono derivare importanti opportunità. Il pollo, infatti, pur restando la materia prima più economica e dunque maggiormente presente nell'offerta medio-bassa dello scaffale, potrebbe infatti consolidare allo stesso tempo lo status di proteina più presente nei consumi di pet food senza che si registrino reticenze da parte del consumatore determinate da informazioni non vere. Ciò ripristinerebbe abitudini di acquisto più equilibrate e consentirebbe all'industria di sviluppare un portfolio di prodotto più sostenibile. Il mercato infatti non può permettersi di puntare ad alzare sempre di più l'asticella in maniera incontrollata spingendo solamente sulla leva della premiumizzazione dei consumi. Prima di tutto perché, come accaduto negli scorsi mesi, i pet owner potrebbero trovarsi nella necessità di ridurre la disponibilità di spesa. È vero che la salute e il benessere dell'animale continueranno a guidare le scelte dei proprietari in termini di alimentazione, ma ciò non giustifica una proposta di mercato che tende a sovrapporsi alla nutrizione umana. Il pet food confezionato nasce con un'impronta sostenibile, perché le referenze in commercio erano originariamente realizzate con le parti scartate dall'industria dello human food. Questo è un aspetto che molte aziende fornitrici stanno tornando a valorizzare e che riguarda non solo la selezione delle parti di carne destinate alla produzione di un mangime ma anche il tipo di proteina e la sua provenienza. Il pollo è fra gli animali più facilmente reperibili e di conseguenza ha un impatto in termini industriali inferiore rispetto ad altri (salvo i momenti in cui si verificano focolai di influenza aviaria, che portano a una minore disponibilità). È dunque un bene che il pet food con questa proteina si riappropri del successo degli anni passati, senza nulla togliere alle altre tipologie di carni, che anzi dovranno continuare a rappresentare un plus qualitativo e un'opportunità a cui accedere per variare le proprie abitudini o per adottare una dieta a esclusione nei casi in cui sia necessario affrontare e individuare correttamente una problematica alimentare.

## 4\_ LA SENSIBILITÀ DEL CONSUMATORE VERSO LE CARNI RARE POTREBBE CAMBIARE ULTERIORMENTE GLI EQUILIBRI DELL'OFFERTA DI PET FOOD?



**Luciano Fassa (Monge):** «Il pollo rimarrà alla base della produzione di pet food. Ovviamente è la disponibilità delle materie prime a determinare i costi di approvvigionamento e le scelte dell'industria in termini di offerta».



**Edoardo Lano (Morando):** «Per il momento la richiesta di proteine "classiche", come quelle del pollo e del manzo, continua ad essere ancora alta. Le proteine più particolari e rare al momento vengono usate principalmente per fare dei prodotti specifici e con il posizionamento più alto».



**Andrea Della Zoppa (Natural Code):** «Nonostante le false credenze relative al pollo, il consumatore oggi è sempre più informato, interessato a leggere le etichette. Per questo mi aspetto che presto verrà fatta chiarezza anche su questo aspetto. Nel contempo il mercato continuerà a tendere verso una proposta più varia e più ricca».



**Roberto Raffo (Naturina):** «Credo che il pet food con pollo si consoliderà sempre di più come soluzione nutrizionale per il mantenimento in particolare nella fascia medio/bassa, mentre in aree più specifiche, come il monoproteico, le diete a esclusione e il grain free saranno altre proteine a occupare più spazio in assortimento e a sviluppare le quote maggiori di mercato».



**Michele De Paoli Valentini (Valentini-Mio Fido):** «Sarà la sostenibilità a guidare l'evoluzione del mercato. Le tradizionali proteine della carne resteranno presenti nell'offerta di pet food ma mi aspetto una sempre maggiore ricerca di ingredienti più sostenibili, che potrebbe portare in futuro all'affermarsi di referenze particolari. Fra i trend possibili, mi sembrano promettenti quello relativo agli insetti e alle micro alghe, che possono crescere in tutte le zone del mondo senza richiedere grandi spazi per la produzione».

## VETRINA PRODOTTI

### HILL'S: FOCUS SU TAGLIE SMALL E MINI

Hill's Science Plan Small & Mini Mousse Adult con Pollo è una soffice mousse con la giusta combinazione di proteine, grassi e carboidrati per dare al cane di taglia piccola e mini l'energia di cui ha bisogno. Contiene un potente mix di antiossidanti per supportare il loro sistema immunitario e ingredienti facili da digerire per supportare una sana digestione.



### ROYAL CANIN PUNTA SU POLLAME DISIDRATATO

Royal Canin utilizza pollame disidratato come fonte proteica di elevata qualità e digeribilità. Questa materia prima è utilizzata in diversi alimenti per promuovere il mantenimento di specifici benefici, come il supporto delle masse muscolari. Un esempio è Light Weight Care, cibo indicato per gatti adulti che tendono ad aumentare di peso.



## DA ALINATUR UNA FORMULA MONOPROTEICA SENZA CEREALI



L'azienda spagnola Alinatur ha sviluppato Bravery, un marchio superpremium di cibo secco monoproteico per cani e gatti realizzato con ingredienti al 100% naturali e senza cereali. Fra le proposte della gamma si trova anche una ricetta con pollo. La

formula è completata da elementi vegetali, che forniscono vitamine A, D-3, C e biotina, nonché minerali, beta-glucani, omega-3 e taurina.

## ZOODIACO GOLOSI COMBINA PROPOLI, SALI MINERALI E OMEGA 3 E 6

Parte della linea Golosi di Zoodiaco, Baby è un cibo ricco in pollo per cuccioli di tutte le taglie. La propoli svolge un'azione oral care e antibatterica inibendo la formazione della placca.



L'equilibrato apporto di calcio, in relazione al tenore di fosforo e l'elevato valore proteico, favoriscono un passaggio graduale ed equilibrato alla fase adulta. Gli omega 3 e 6 e lo zinco sono validi alleati per lo sviluppo di pelle e manto, per un gusto a tutto benessere.

## HYGGE DOG PER LA FASE DI ACCRESCIMENTO

Hygge Dog propone le crocchette puppy con una formula al pollo e banana disidratata in chips. L'alimento è completo e offre un alto apporto proteico e un basso contenuto di grassi. Arginina e taurina (aminoacidi essenziali), acido arachidonico (omega 6) e sali minerali, come potassio e magnesio, rendono la formulazione ideale per garantire il corretto sviluppo del cane in fase di accrescimento.



## OASY PENSA ALLO STERILIZZATO



Formulato con minimo 70% di ingredienti animali, di cui 40% di pollo fresco, e bilanciato con ingredienti naturali benefici, l'alimento secco Oasy Adult Sterilized Pollo è facilmente digeribile e supporta il mantenimento del peso forma. Per i felini che prediligono l'umido sono disponibili i Bocconcini in Salsa Adult Sterilized con Pollo, preparati con ingredienti animali

freschi, delicata salsa e ingredienti specifici per promuovere la salute delle vie urinarie.

## MONGE INCLUDE CARNE FRESCA

Monge Natural Superpremium Medium Adult Ricco in Pollo è un alimento completo per cani adulti di taglia media. Il primo ingrediente è il pollo e la formulazione è caratterizzata da digeribilità e appetibilità grazie all'inclusione di carne fresca. La ricetta è arricchita con prebiotici xilo-oligosaccaridi (XOS) per il supporto del benessere intestinale, L-carnitina per il supporto del peso corporeo ideale e omega 3 e 6 per la lucidità del pelo.



## SCHESIR: ALTO CONTENUTO PROTEICO

Schesir After Dark Pollo in mousse è una nuova ricetta completa e bilanciata, ideata per gatti adulti e ispirata alla preda, ad alto contenuto di proteine e ricca di idratazione. Veri filetti di pollo uniti a gustosi e nutrienti pezzetti di cuori, fegatini e ventrigli, frullati in una soffice e vellutata mousse.



## NATURINA SCEGLIE LA COTTURA AL VAPORE

Naturina Elite Filetti di pollo è un alimento complementare per gatti adulti. Cotto al vapore con parti pregiate di pollo (75%), è conservato in acqua di cottura. La carne proviene da allevamenti controllati e certificati dove non vengono utilizzati antibiotici, ormoni e steroidi per accelerare la crescita. Del pollo viene usata solo la parte più proteica, il petto.



## BRIT AGGIUNGE LE PROTEINE D'INSETTO

Brit Care Sustainable è una linea di alimenti a base di pollo selezionato e certificato proveniente solo da fornitori locali, Austria e Germania. Le formule abbinano anche proteine di insetti, per offrire un elevato profilo nutrizionale.



## PEDIGREE FORNISCE CALCIO, ZINCO E VITAMINE



Gli alimenti secchi di Pedigree per i cani junior includono due referenze a base di pollo: Mini Junior Ricco di Pollo, con Riso e Puppy Junior con Pollo e Riso. Questi prodotti sono indicati per i cuccioli, a partire dalla dimensione delle

crocchette. Contengono inoltre la giusta quantità di calcio, che aiuta lo sviluppo salutare dei denti, ma anche pollo e riso altamente digeribili. Le ricette sono formulate con zinco e olio di girasole, una fonte naturale di acidi grassi omega 6, e vitamina E, nota per supportare le difese naturali.

## MIOFIDO UTILIZZA IL PETTO DI POLLO



MioFido al petto di pollo è un alimento completo di alta qualità per cani. Il petto di pollo, fonte principale di proteine, lo rende ideale per cani con esigenze proteiche. Questo cibo è altamente digeribile e offre una nutrizione equilibrata, ricca

di vitamine e minerali, supportando la salute del pet.

## ALDOG SUPPORTA L'EQUILIBRIO DELLA FLORA BATTERICA



Nella linea Aldog è disponibile un alimento completo multiproteico a base di carne di pollo, manzo e suino, adatto a cani adulti di tutte le razze. La presenza di prebiotici (FOS) favorisce l'equilibrio della flora batterica e la produzione di feci solide e compatte, mentre gli oli di

semi di lino e di salmone, naturalmente ricchi di acidi grassi essenziali, contribuiscono al benessere della retina e a rendere il mantello lucido e brillante.

## INTEGRAZIONE CON SUPERFOOD PER EXCLUSION

Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain al pollo è una linea di alimenti completi e bilanciati per cani e gatti, formulati con solo pollo disidratato come unica fonte proteica animale e un solo cereale nobile di alta qualità, il riso. La ricetta contiene superfood della tradizione Mediterranea.



## CORRETTO APPORTO PROTEICO PER MORANDO

La ricetta delle crocchette al pollo per i cuccioli della linea Morando Professional è facilmente digeribile e altamente appetibile. Questo alimento apporta vitamine A, D3 ed E e favorisce lo sviluppo muscolare grazie a un corretto apporto proteico. Le crocchette contengono lievito, fonte di vitamine e sali minerali, e sono disponibili nei formati da 4 kg o 15 kg.



## FILIERA CORTA PER ADRAGNA

Nella scelta della carne più utilizzata e digeribile, Adragna Pet Food ha scelto fornitori locali e un processo che possa mettere a disposizione la proteina disidratata di pollo, più facile non solo da trasportare ma anche più sicura nel processo di lavorazione rispetto alla carne fresca.



## PRO NUTRITION SUPPORTA LA SALUTE DEL TRATTO URINARIO



Pro Nutrition propone un alimento completo per gatti adulti sterilizzati, adatto anche per soggetti con tendenza al sovrappeso. La formula fornisce un rapporto proteine-energia adeguatamente bilanciato associato alla carnitina. Le fibre aiutano a mantenere peso e

massa muscolare ottimali senza privazioni. Testato sotto controllo veterinario, il prodotto aiuta a mantenere valori ottimali del pH urinario per la salute del gatto.

## DA DOGGYEBAG I BISCOTTI A FORMA DI CUORE

DoggieBag presenta i Cuoricini Deluxe, piccoli biscotti a forma di cuore per cani. Gli snack sono realizzati a mano, cotti al forno e confezionati con cura in una raffinata scatola crystal richiudibile. Sono prodotti nel laboratorio artigianale di pasticceria DoggieBag, seguendo rigorosamente le norme igienico sanitarie come per l'alimentazione umana.



## ITALIANWAY, FORMULA GLUTEN FREE

ItalianWay per cani adulti Pollo e Riso Classic Fit ha una formula gluten free, con il 40% di pollo e tacchino per un elevato livello proteico. Con semi di lino e di soia per un ottimo contributo in acidi grassi omega 3 e 6 il prodotto favorisce una cute sana e il pelo lucido. L'integrazione con pomodoro e olio di rosmarino fornisce antiossidanti naturali, alleati della corretta digestione.



## MSM SUPPORTA IL SISTEMA IMMUNITARIO

Pettys Medium Adult Pollo è un alimento superpremium, completo e bilanciato studiato da MSM Pet Food per cani adulti di taglia media. Con FOS e MOS che supportano il sistema immunitario; condroitina, glucosamina e msm per lo sviluppo delle articolazioni e delle ossa; alga spirulina che



aiuta a mantenere vitalità e benessere generale del cane. Infine, yucca schidigera per ridurre l'odore delle feci. Formati: 12kg-2kg