



# Proteine animali: il mercato torna al tradizionale

*Dopo un breve periodo in cui innovazione e benessere sono stati sinonimo di raro, insolito e particolare, il pet food riporta al centro le carni più tradizionali, come pollo, tacchino e manzo. Alla base del cambiamento, una supply chain sotto pressione per le sempre maggiori sovrapposizioni con i consumi umani, ma anche l'evoluzione delle abitudini dei pet owner, che non seguono più la novità a tutti i costi, privilegiando la qualità della filiera anche in rapporto al prezzo.*

di Alice Realini

**N**el pet food la proteina animale non si discute. È il pilastro dell'alimentazione di cani e gatti, il punto di partenza di qualsiasi formulazione, il criterio attorno a cui ruotano le scelte di produttori e retailer. Eppure, anche in un comparto così consolidato nelle sue fondamenta, qualcosa si sta muovendo - e vale la pena capire in quale direzione. Parallelamente, la supply chain delle carni resta esposta a tensioni legate alla disponibilità delle materie prime e alla volatilità dei prezzi, in un contesto in cui le filiere dell'alimentazione umana e animale risultano sempre più interconnesse. Le aziende produttrici osservano inoltre una domanda crescente di formulazioni con elevata percentuale di carne, formulazioni più semplici e ingredienti riconoscibili. Per il retail specializzato questo scenario si traduce in una duplice opportunità: da un lato ampliare l'offerta con prodotti sempre più segmentati, dall'altro rafforzare il proprio ruolo consulenziale nel guidare il cliente nella scelta dell'alimento più adatto all'animale.



# Le dinamiche della *carne* nel pet food

## Classico 1. è bello

Dopo alcuni anni caratterizzati da una forte curiosità verso proteine esotiche o "novel", il mercato mostra segnali di ritorno verso fonti più tradizionali. Il driver principale è l'equilibrio tra qualità nutrizionale, disponibilità della materia prima e rapporto qualità-prezzo.

## Le sfide 2. della *Filiera*

Disponibilità delle materie prime e volatilità dei prezzi continuano a rappresentare una delle principali criticità per i produttori.



## Ricette 3. semplici ingredienti riconoscibili

Percentuale di carne dichiarata, provenienza degli ingredienti e trasparenza dell'etichetta diventano elementi centrali nella scelta del prodotto. Si rafforza la richiesta di formulazioni più essenziali, con ingredienti facilmente identificabili e filiere più trasparenti. Un approccio che riflette dinamiche già presenti nell'alimentazione umana.

## Proteine *alternative* nicchie con potenziale

Insetti, plant-based e altre fonti proteiche alternative continuano a suscitare interesse, ma restano per ora soluzioni di nicchia.

4.



**Un mercato che torna alle origini /** Dopo anni in cui l'attenzione di aziende e consumatori si era spostata verso proteine "novel" o più esotiche, il mercato sembra aver imboccato la strada del ritorno. Manzo, agnello, tacchino, pollo: le carni più familiari tornano al centro delle formulazioni, trascinate da una domanda che oggi privilegia

qualità nutrizionale, digeribilità e rapporto qualità-prezzo rispetto alla curiosità verso l'ingrediente insolito. Le proteine più particolari non spariscono, ma mantengono uno spazio preciso nelle diete sensibili e monoproteiche, così come in alcune fasce premium orientate alla differenziazione. La materia prima rara però non è più

il motore principale dell'innovazione. Il consumatore sembra aver superato la fase dell'esplorazione e cerca oggi qualcosa di diverso: chiarezza, riconoscibilità, sostanza nutrizionale. «Negli ultimi dodici mesi abbiamo osservato un ritorno abbastanza evidente verso proteine animali più tradizionali», spiega Alessio Costa, CEO di



## La parola all'industria - 4 voci a confronto



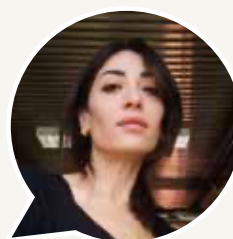
**Alessio Costa**

CEO DI  
REBO - HAPPY DOG



**Carlo Gheda**

RESPONSABILE ACQUISTI  
DI GHEDA PETFOOD



**Alice Garau**

RESPONSABILE QUALITÀ  
E RICERCA&SVILUPPO DI  
CREO



**Karim Cavallo**

WET PET FOOD  
PLANT MANAGER DI  
NP INDUSTRIES - DISUGAL

Rebo - Happy Dog. «Dopo alcuni anni orientati alla ricerca di proteine più esotiche, oggi il consumatore appare più attento alla qualità della proteina utilizzata, alla digeribilità e al rapporto qualità-prezzo».

### Filiere sempre più interconnesse /

La supply chain delle carni attraversa una fase delicata. La volatilità dei prezzi delle materie prime e la crescente competizione con la filiera alimentare umana rappresentano oggi le criticità più sentite dai produttori. Alimentazione animale e alimentazione umana risultano sempre più interconnesse, con effetti diretti sulle dinamiche di approvvigionamento e sui margini di manovra delle aziende. Rispetto ai picchi del 2022 si registra una certa stabilizzazione, ma il contesto resta fragile. Gli squilibri geopolitici e le tensioni nei mercati agricoli globali possono rapidamente rimettere tutto in discussione, rendendo difficile pianificare con la serenità necessaria. A questo si aggiungono criticità specifiche legate ad alcune tipologie di carne, come il coniglio, sempre più difficile da reperire. Queste dinamiche segnalano come i cambiamenti culturali e sociali possano influenzare in modo inatteso la disponibilità delle materie prime. La risposta del settore passa per una maggiore attenzione alla pianificazione, partnership industriali più solide e una diversificazione delle fonti di approvvigionamento. Una situazione confermata anche da chi opera direttamente sul fronte degli ap-

## 1 | Come è cambiata negli ultimi 12 mesi la domanda di proteine animali nel pet food?



### Alessio Costa (Rebo - Happy Dog):

«Negli ultimi dodici mesi abbiamo osservato un ritorno abbastanza evidente verso proteine animali più tradizionali, in particolare manzo e agnello (ma non il pollo). Dopo alcuni anni in cui il mercato era molto orientato alla ricerca di proteine "novel" o più esotiche, oggi il consumatore appare più attento a qualità, digeribilità e rapporto qualità-prezzo. Le proteine particolari, come il bufalo (per l'umido) o cavallo e struzzo (per le crocchette), mantengono comunque uno spazio importante, spesso legato a esigenze specifiche come le diete sensibili o monoproteiche. Nel complesso, il trend principale che osserviamo è la richiesta di chiarezza sulla qualità della proteina utilizzata e sulla loro origine».



### Alice Garau (Creo):

«Per quanto riguarda la carne di manzo, si evidenzia una crescente domanda. La formulazione che oggi ci sta dando maggiore soddisfazione è quella a base di maiale, che risponde a un trend che leggiamo da anni nel segmento dell'alimentazione specializzata, in particolare grazie al successo di alcune linee di diete veterinarie».



### Karim Cavallo (NP Industries - Disugual):

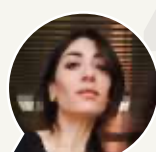
«Negli ultimi 12 mesi, più che un ritorno alle fonti proteiche tradizionali, abbiamo notato una dinamica mista di sviluppo tra tradizione e innovazione nella scelta delle materie prime del pet food. Tuttavia, le proteine tradizionali quali pollo, manzo, maiale e pesce rimangono centrali».

## 2 | Quali sono oggi le principali criticità della supply chain?



### Alessio Costa (Rebo - Happy Dog):

«Le criticità principali riguardano soprattutto la volatilità dei prezzi delle materie prime e la crescente competizione con la filiera alimentare umana. Oggi è fondamentale lavorare con partner industriali solidi e con una filiera ben controllata, capace di garantire continuità di approvvigionamento e standard qualitativi costanti, anche in un contesto di mercato più instabile».



### Alice Garau (Creo):

«A livello di disponibilità, riscontriamo difficoltà nel garantire standard qualitativi costanti da parte dei fornitori. Le tensioni legate all'influenza aviaria e alla peste suina sono oggi meno rilevanti, ma l'aumento dei costi di trasporto ha avuto ripercussioni sull'intera filiera di approvvigionamento, e di conseguenza anche sulle carni».



### Carlo Gheda (Gheda Mangimi):

«La principale criticità riguarda la disponibilità delle materie prime, che inevitabilmente genera pressione sui prezzi. Negli ultimi mesi abbiamo osservato una relativa stabilizzazione rispetto alla forte volatilità registrata durante la crisi delle materie prime del 2022. Rimane comunque un contesto fragile: gli squilibri geopolitici e le tensioni nei mercati agricoli possono sempre creare incertezza e avere ripercussioni sulla disponibilità e sui costi. Per questo la gestione della supply chain richiede oggi ancora più attenzione, pianificazione e diversificazione delle fonti».



### Karim Cavallo (NP Industries - Disugual):

«Nel corso dell'ultimo anno abbiamo notato una progressiva riduzione delle disponibilità di alcune tipologie di carni molto utilizzate in passato per la produzione di pet food. Primo fra tutte il coniglio, spesso consigliato dai nutrizionisti come fonte proteica ideale nell'alimentazione del cane e del gatto, ma sempre meno disponibile. Le motivazioni di questa carenza sono imputabili a due principali fattori: il fatto che il coniglio sia diventato un animale da compagnia e la complessità dell'utilizzo della sua carne in cucina, che mal si sposa con il ritmo frenetico della vita odierna».

provvisionamenti. «La principale criticità riguarda la disponibilità delle materie prime, che inevitabilmente genera pressione sui prezzi», sottolinea Carlo Gheda, responsabile acquisti di Gheda Mangimi. «Negli ultimi mesi abbiamo osservato una relativa stabilizzazione rispetto alla

forte volatilità registrata durante la crisi delle materie prime del 2022, ma il contesto resta fragile».

### Il nodo della carne di cavallo /

Negli ultimi mesi il dibattito sul ruolo di specifiche fonti proteiche nel pet food si

è riaperto anche a seguito di alcune prese di posizione pubbliche sul tema della carne di cavallo. Si tratta di un ingrediente storicamente utilizzato in alcune formulazioni, in particolare nelle diete monoproteiche o destinate ad animali con sensibilità alimentari,

## 3 Quali sono i trend con più potenziale per il futuro?



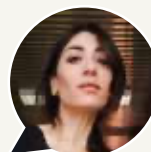
### Alessio Costa (Rebo - Happy Dog):

«Il tema delle proteine alternative è sicuramente molto discusso, ma nel pet food il mercato rimane ancora fortemente orientato verso le proteine animali tradizionali. Alcune soluzioni alternative, come le proteine da insetti – stanno iniziando a ritagliarsi uno spazio in nicchie specifiche, soprattutto legate alla sostenibilità o alle diete ipoallergeniche. Vediamo crescere, invece, l'attenzione verso ricette più semplici, ingredienti riconoscibili e maggiore trasparenza sulla composizione dei prodotti».



### Carlo Gheda (Gheda Mangimi):

«Al momento, in Italia e più in generale in Europa, gli alimenti a base di insetti non hanno ancora trovato un vero mercato e difficilmente diventeranno mainstream nel breve periodo. Anche il plant-based nel pet food sembra rimanere una nicchia con un'incidenza limitata. Piuttosto osserviamo un'altra dinamica: i consumatori chiedono sempre più trasparenza, ingredienti riconoscibili e una maggiore valorizzazione delle filiere locali. Una sorta di ritorno alla semplicità e alla tradizione».



### Alice Garau (Creo):

«Stiamo ancora parlando di nicchie e di consumatori non educati a queste alternative. I trend del pet food riprendono quelli del settore human, pertanto in un mercato come quello italiano queste tendenze potranno diventare rilevanti quando l'adozione di tali fonti proteiche diventerà più diffusa nel consumo umano quotidiano».



### Karim Cavallo (NP Industries - Disugual):

«L'evoluzione del pet food seguirà sempre più la tendenza dei consumi alimentari verso fonti proteiche alternative e maggiormente sostenibili. In quest'ottica, già oggi siamo attenti a fornire valide alternative sia in termini di fonti proteiche animali sia per quanto riguarda gli ingredienti funzionali a supporto delle ricette. Le nostre gamme sono ideate tenendo conto anche del benessere animale, utilizzando carni e pesci derivanti dal surplus di macellazione e packaging eco friendly. Le nostre etichette contengono indicazione chiara e trasparente di ogni singolo ingrediente».

## 4 Come sta evolvendo il posizionamento a scaffale dei prodotti a base carne?



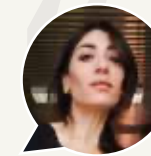
### Alessio Costa (Rebo - Happy Dog):

«I principali driver di acquisto oggi sono la qualità della proteina, la percentuale di carne dichiarata, la provenienza degli ingredienti e la funzionalità nutrizionale del prodotto. Parallelamente rimane molto rilevante anche il fattore prezzo. Per questo vediamo crescere sia il segmento premium, dove il cliente ricerca ingredienti di qualità con formulazioni specifiche, sia i prodotti che riescono a offrire un equilibrio tra qualità e accessibilità».



### Carlo Gheda (Gheda Mangimi):

«Due trend continuano a dominare il mercato da oltre dieci anni: il monoproteico e il grain free. Ormai ben compresi dal consumatore, rispondono alla crescente attenzione verso digeribilità e qualità nutrizionale. C'è una crescente sensibilità dei pet parents verso l'elevato contenuto di carne nei prodotti e verso una maggiore trasparenza dell'etichetta. Riteniamo che anche le soluzioni multiproteiche possano rappresentare un'ottima alternativa».



### Alice Garau (Creo):

«I driver di scelta per il pet owner sono la fonte proteica, la percentuale di carne, il prezzo – quest'ultimo sempre più rilevante per un consumatore il cui potere d'acquisto è indebolito dall'inflazione degli ultimi anni. Riteniamo tuttavia che esista ancora spazio per prodotti di alta qualità e con fonti proteiche attrattive, come la nostra gamma mono. Un elemento da non trascurare è la texture, che ha un impatto a nostro avviso ancora molto significativo».



### Karim Cavallo (NP Industries - Disugual):

«Il posizionamento è mirato sempre più verso il segmento premium e superpremium, con focus sulle percentuali di inclusione degli ingredienti, come la carne, e sulle loro origini, sull'utilizzo di materie prime naturali e salutari e la trasparenza delle indicazioni in etichetta. Tra i fattori chiave che influenzano le scelte dei consumatori ci sono la salute dell'animale, la sostenibilità e la qualità degli ingredienti, l'appetibilità, il gradimento e il rapporto qualità prezzo».

ma che negli ultimi anni è entrato anche al centro di riflessioni di natura etica e regolatoria. Il tema riguarda non solo la disponibilità della materia prima, ma anche la percezione del consumatore e il posizionamento dei prodotti sul mercato, rendendo la gestione di queste formulazioni sempre più delicata per aziende e distributori.

### Il consumatore cambia le regole /

A ridefinire ulteriormente le dinamiche del mercato è la crescente consapevolezza dei pet parents. La percentuale di carne dichiarata, la provenienza degli ingredienti e la leggibilità dell'etichetta sono diventati criteri di scelta concreti, non più semplici argomenti di marketing. Si rafforza la domanda di ricette più essenziali e una comunicazione trasparente. Questo approccio riflette tendenze già consolidate nell'alimentazione umana e che ora si trasferisce, con crescente intensità, anche al pet food.

Allo stesso tempo il fattore prezzo torna a pesare in modo significativo. In un contesto segnato dall'inflazione degli ultimi anni, l'equilibrio tra qualità e accessibilità è diventato una variabile strategica tanto quanto il posizionamento premium. Il mercato si muove su due binari paralleli: da un lato cresce il segmento premium, dove il consumatore cerca ingredienti selezionati e formulazioni specifiche; dall'altro si consolida la richiesta di prodotti capaci di offrire qualità percepita a prezzi sostenibili.

«I driver di scelta per il pet owner sono soprattutto la fonte proteica, la percentuale di carne e il prezzo», spiega Alice Garau, responsabile qualità e ricerca & sviluppo di Creo. «Quest'ultimo è diventato ancora più rilevante

## 5 Quali sono i trend con più potenziale per il futuro?



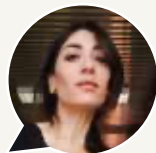
### Alessio Costa (Rebo - Happy Dog):

«Nei prossimi anni continueranno a essere protagoniste le proteine più consolidate, come pollo (per il prezzo), manzo, tacchino e agnello, che offrono un buon equilibrio tra disponibilità, valore nutrizionale e accettabilità da parte degli animali. Dal punto di vista industriale riteniamo che i modelli più promettenti saranno quelli basati su filiera controllata, forte integrazione tra produzione e approvvigionamento delle materie prime e maggiore trasparenza verso il consumatore».



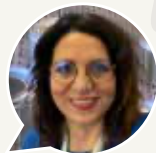
### Carlo Gheda (Gheda Mangimi):

«Nei prossimi anni diventeranno sempre più centrali i concetti di filiera corta, tracciabilità e trasparenza verso il consumatore finale. Una direzione su cui anche noi stiamo lavorando con grande attenzione. Le proteine che continueranno ad avere un ruolo forte saranno quelle che fanno parte della cultura culinaria italiana ed europea, riconosciuta a livello mondiale anche dall'Unesco. Valorizzare queste filiere significa offrire prodotti più autentici, sostenibili e comprensibili per il consumatore».



### Alice Garau (Creo):

«Continueranno ad avere un ruolo centrale il maiale, il manzo e l'immane pollo, ma con una maggiore attenzione alla tracciabilità. Le carni più particolari rimangono un asset di portafoglio importante e dovranno arricchire l'offerta dei brand, anche se sarà sempre più complesso reperirle».



### Karim Cavallo (NP Industries - Disugual):

«Nei prossimi 2-3 anni ai vertici dei consumi resteranno le proteine tradizionali, con uno sviluppo importante da insetti e plant-based, senza dimenticare la tecnologia che potrà fornire carne coltivata anche all'industria del pet food. Sicuramente i prossimi anni richiederanno, a tutte le aziende produttrici, la massima attenzione sia in fatto di ricerca che di innovazione».



LE CARNI PIÙ FAMILIARI COME MANZO, AGNELLO, TACCHINO, POLLO TORNANO AL CENTRO DELLE FORMULAZIONI, TRASCINATE DA UNA DOMANDA CHE OGGI PRIVILEGIA QUALITÀ NUTRIZIONALE, DIGERIBILITÀ E RAPPORTO QUALITÀ-Prezzo RISPETTO ALLA CURIOSITÀ VERSO L'INGREDIENTE INSOLITO



ECCELLENZA ITALIANA



Il cliente inquadra il QR e riceve subito la "DIETA PREVENTIVA PERSONALIZZATA" per il suo cane o il suo gatto, direttamente sul suo telefonino.

**Potrà acquistare immediatamente nel tuo negozio il prodotto consigliato.**

PRALZOO non è uno dei tanti: è il benessere nella ciotola al giusto prezzo.

**PRALZOO è la fidelizzazione del cliente.**

**prodes**

European Pet Food Distributor  
Sistemi di Vendita Innovativi da oltre 25 anni

NUMERO VERDE  
**800 680 665**

[commerciale@prodes.pet](mailto:commerciale@prodes.pet)



[pralzo.com](http://pralzo.com)



per un consumatore il cui potere d'acquisto è stato indebolito dall'inflazione degli ultimi anni».

### E lo scaffale si adatta /

Nel complesso il mercato continua quindi a evolvere e le aziende lavorano per sviluppare formulazioni nutrizionali sempre più mirate, valorizzando diverse fonti proteiche e adattando

l'offerta alle esigenze specifiche di cani e gatti. Per il retail specializzato, la sfida diventa quella di orientarsi in un panorama sempre più ricco di soluzioni: dalle ricette monoproteiche alle formulazioni con carne fresca, fino ai prodotti con elevate inclusioni di ingredienti animali o a nuove proposte basate su proteine diverse. Comprendere come sta evolvendo la

filiera della carne nel pet food significa anche cogliere le opportunità di un mercato in costante trasformazione. «Il posizionamento è sempre più orientato verso il segmento premium e superpremium, con focus sulle percentuali di inclusione degli ingredienti e sulla loro provenienza», osserva Karim Cavallo, Wet Pet Food Plant Manager di NP Industries. ●

## Andriani (Proggy): "Differenziare l'assortimento anche con l'alimentazione vegetale"



*Il brand sviluppato da Andriani, azienda pugliese con un forte core business nel settore dell'alimentazione umana recentemente entrata nel segmento del pet food, si caratterizza per formulazioni esclusivamente vegetali.*



MICHELE ANDRIANI, CEO DI ANDRIANI (PROGGY)

Se nel pet food la carne continua a rappresentare la fonte proteica dominante, non mancano aziende che stanno esplorando strade diverse. È il caso ad esempio di Andriani, realtà italiana attiva nell'innovazione alimentare a base vegetale, che con il marchio Proggy ha sviluppato una proposta completamente plant-based per l'alimentazione animale. «Il mercato sta vivendo una fase di trasformazione, guidata da consumatori sempre più attenti alla qualità, alla trasparenza delle filiere e alla sostenibilità» spiega il Ceo Michele Andriani. «In questo contesto il plant-based rappresenta un segmento ancora emergente, ma con dinamiche di crescita interessanti».

### Quali sono le motivazioni che vi hanno portato a puntare su un'offerta completamente plant-based nel pet food?

«L'ingresso nel pet food con Proggy nasce in modo coerente con il percorso che l'azienda porta avanti da anni nel campo dell'innovazione alimentare e della nutrizione a base vegetale e nasce dalla volontà di estendere questa visione anche all'alimentazione animale. Le ricette, prive di ingredienti di origine animale, si basano principalmente su legumi come ceci, piselli e lenticchie, selezionati per garantire un profilo nutrizionale completo e bilanciato».

### Che tipo di risposta state riscontrando dal mercato e dal retail specializzato?

«Il retail specializzato dimostra particolare attenzione verso proposte capaci di differenziare l'assortimento e di intercettare nuove sensibilità. Anche la ricerca scientifica contribuisce ad aprire nuove prospettive su questo tema contribuendo a ridurre lo scetticismo verso soluzioni nutrizionali alternative».

### Quali opportunità concrete può offrire oggi una proposta vegetale al punto vendita specializzato e ai pet parents?

«Per il punto vendita specializzato, una proposta vegetale rappresenta innanzitutto un'opportunità di differenziazione dell'assortimento e di dialogo con una nuova generazione di pet owners. Un elemento distintivo di Proggy è anche il modello produttivo pensato per un'economia circolare. Gli ingredienti utilizzati nelle formulazioni derivano dalla valorizzazione dei sottoprodotti generati durante il processo di pastificazione e lavorazione delle materie prime vegetali dell'azienda».



### Triplo Pet: carni bianche per cuccioli e cani in accrescimento

Triplo Pet carni bianche e riso, puppy & junior, è un alimento secco per cuccioli, cani in accrescimento, femmine in gestazione e allattamento, disponibile nei formati da 3 e 12 kg. La linea Triplo Pet con estratto di olivo comprende sei gusti: agnello e riso, manzo e riso, pollo e riso, tonno e riso, maiale e riso e carni bianche e riso.



### I patè in 13 gusti per cani e gatti con Amity Super Premium Alinatur

Amity Super Premium è una gamma di patè freschi, realizzata con ingredienti naturali e di alta qualità tra cui pollo, salmone, tacchino, agnello, aringa. Contiene olio di salmone, olio d'oliva, frutta e verdura, che lo rendono un prodotto molto appetibile, digeribile, naturale e ipoallergenico. Disponibile in formati da 400 g per cani in 6 gusti e in formati da 95 g per gatti, disponibili in 7 gusti.



### Manzo con riso per il monoproteico Monge Natural Superpremium

**Monge Natural Superpremium Monoprotein Manzo con Riso è l'alimento secco completo pensato per il benessere quotidiano del cane. Una ricetta sviluppata grazie alla ricerca Made in Italy, con ingredienti selezionati e un'unica fonte proteica animale, il manzo, che favorisce digeribilità e appetibilità. Con prebiotici XOS per il benessere intestinale e vitamine E e C.**



### Leonardo fresh Duck: carne fresca all'85% senza cereali

Leonardo fresh Duck è ricetta speciale per i gatti, con l'85% di carne fresca e senza cereali, apprezzata dai pet e dai loro proprietari. Contiene ingredienti come mirtilli rossi, alghe clorella o semi di chia che contribuiscono al benessere degli amici a quattro zampe e fanno parte del concetto nutrizionale olistico alla base di ogni singola ricetta Leonardo.



### Mix di carne lavorata in Italia per Happety Single Animal Protein

**Happety Single Animal Protein Pet Village è un alimento monoproteico per cani, con carne di alta qualità lavorata in Italia. Le ricette combinano carne fresca e disidratata per un mix perfetto: massima appetibilità grazie alla carne fresca e ottimizzazione del contenuto proteico grazie alla carne disidratata. Le crocchette sono disponibili in gusti selezionati: manzo, agnello, salmone e maiale.**



### ItalianWay Monoproteico Sensitive per la salute intestinale

ItalianWay Monoproteico Sensitive Maiale e Piselli integrali - Intestinal Aid è un alimento secco per cani monoproteico, completo e bilanciato, con oltre il 40% di carne, anche fresca, da un'unica fonte proteica animale, il maiale, che contribuisce ad esaltare l'appetibilità in ciotola. Ricetta gluten free, con ridotto apporto di carboidrati da sorgo e granoturco. I piselli integrali apportano fibre, vitamine e minerali, favorendo la salute intestinale.



### Genuina pet food: hamburger pronto all'uso in diversi formati



Il Pranzo Genuina Pet Food è un alimento umido completo per cani, pensato come alternativa alla cucina casalinga. Un hamburger già cotto e pronto all'uso, realizzato con materie prime human grade. Si conserva a temperatura ambiente grazie all'innovativo metodo di lavorazione. Disponibile in formato 30 g, 90 g e 200 g, nei gusti di manzo, suino, pollo, tacchino, vitello, coniglio, cervo e anatra.



### Happy Dog sceglie la pura selvaggina

Happy Dog Sensible Pure Selvaggina mette al centro la carne, con selvaggina come unica fonte proteica animale, in una ricetta essenziale e altamente digeribile. Un gusto ricercato che valorizza l'umido premium e offre una proposta nutrizionale chiara e di qualità, adatta anche ai soggetti più sensibili. Disponibile nei formati 200 g, 400 g e 800 g, per ampliare l'offerta con una referenza distintiva.



### Naturina Élite: umido cane monoproteico con integrazioni funzionali

Naturina Élite Umido cane è una linea di prodotti in lattina 400 grammi monoproteici, con inclusioni di carne sino al 98% e integrazioni funzionali: Energy Life con arancia e ginseng, Coat Plus con olio di salmone e semi di lino, Exigent Style con patate e rosmarino, Skin& Coat con mirtilli rossi e ribes, Age Plus con curcuma e tè verde, Life Style con farro e cavolfiore. Realizzati in Italia senza conservanti e coloranti chimici; cruelty free.



### Oasy monoprotein formula agnello per cani con sensibilità alimentari

**Oasy Monoprotein Formula all'agnello: le nuove crocchette per cani adulti di taglia media e grande. Formulate con almeno il 48% di agnello come unica fonte proteica animale altamente digeribile, sono adatte anche per cani con sensibilità alimentari. La ricetta contiene nutrienti specifici per una corretta digestione, glucosamina e solfato di condroitina per la mobilità articolare. Disponibili prossimamente anche per cani di taglia small/mini.**



### Morando Superpetfood Sensitive: Monoprotein Formula per cani adulti

Alimento formulato per rispondere alle esigenze nutrizionali dei pet che prediligono cibi con proteine provenienti da un'unica fonte animale, potenziato con superfood naturali. L'innovativa ricetta è arricchita con ingredienti selezionati per favorire il benessere della pelle e il corretto funzionamento dell'intestino. Disponibile in diversi formati crocchette e patè Adult e Adult Mini gusto Salmone.



### Disugual: carne fino al 96% per gli alimenti completi di cane e gatto

Disugual propone alimenti completi per cani e gatti con percentuali di carne che vanno dal 94 al 96%. Le ricette sono formulate solo con materie prime di elevata qualità senza l'aggiunta di appetizzanti, coloranti e conservanti. Disponibili da 85 g, per il gatto; da 400 e 150 g per il cane.



### Exclusion Mediterraneo: monoproteici con carne disidratata e superfood

Gli alimenti della linea Exclusion Mediterraneo, sia cane che gatto, sono 100% Monoproteici e formulati con carne disidratata, per un maggior apporto di nutrienti. Sono inoltre pensati per soddisfare le specifiche esigenze di età, taglia e stile di vita del pet grazie all'integrazione con Superfood della tradizione Mediterranea. Disponibili nella versione secca in appetibili crocchette, sia in quella umida di patè in lattina.



Vetrina prodotti

### Natural trainer punta sulla carne fresca disossata

La linea Selected Quality Nutrition di Natural Trainer propone ricette per cani e gatti con carne disossata come primo ingrediente per favorire maggiore digeribilità e nutrizione. Le formule, realizzate con ingredienti provenienti da fornitori selezionati, prevedono cereali non raffinati o opzioni No Grain per il gatto, e includono frutta e verdura come fonte di fibre e sostanze minerali.



### Specific, il monoproteico cotto a vapore firmato Natua

**Specific di Natua è una linea di alimenti monoproteici, cotti a vapore, con proteine selezionate provenienti da muscolo, fegato e cuore. Ricette grain e gluten free, ideali per cani che necessitano di un'alimentazione a proteina singola e ad alto valore biologico. Gran parte delle ricette sono preparate con carne fresca.**



### Due fonti di carne fresca per prolife dual fresh

Prolife Dual Fresh è la linea di alimenti secchi per cane che valorizza la carne fresca disossata come ingrediente distintivo della ricetta. Le formulazioni combinano due fonti di carne fresca, con un'elevata percentuale di proteine di origine animale e una ricetta senza glutine. Una proposta nutrizionale completa che coniuga qualità delle materie prime, appetibilità e attenzione alle esigenze nutrizionali del cane.



## Unica Natura: carne fresca dalla pianura padana

Nel cuore della Pianura Padana, territorio simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana, nasce Unica Natura. Le ricette prevedono l'impiego di carne fresca proveniente da fornitori selezionati situati nelle aree limitrofe allo stabilimento dell'azienda, così da garantire freschezza, controllo e qualità costante.



## Creo: il patè rustico in pack richiudibile e riciclabile

Creo è un alimento per cani con una sola fonte proteica animale, riso e verdure. La carne è proposta in un patè rustico, ricco e consistente, con ricette gluten free, senza coloranti né conservanti. Il prodotto è confezionato in pack richiudibile e riciclabile, composto al 71% da carta da foreste gestite responsabilmente: un'alternativa pratica e leggera che conserva al meglio il prodotto. Disponibile in quattro varianti: pollo, manzo, agnello e maiale.



## Aequilibrivet, la scelta low grain di Marpet

**Aequilibrivet Low Grain è la linea di alimenti secchi di Marpet che unisce le proprietà di alcune pregiate piante officinali alla qualità di singole fonti proteiche animali selezionate come maiale, anatra, agnello, bufalo, cavallo e trota, risultando utile anche nel caso di soggetti più sensibili. Pensata per offrire un'alimentazione completa e bilanciata, Aequilibrivet è disponibile nelle versioni Puppy, Adult Mini e Adult Medium, nei sacchi da 1,5 kg e 12 kg.**



## Eukanuba Life Care per le diverse fasi della vita del cane

La gamma di alimenti umidi Eukanuba Life Care si compone di quattro gusti per tre fasi della vita (12 ricette in totale): tacchino con carote; manzo con zucca; agnello con patata e trota con patata dolce. Tutte le ricette sono grain free, prive di coloranti, aromi e conservanti artificiali, e contengono polpa di barbabietola, inulina e MOS come ingredienti funzionali per supportare la digestione. Paté in lattina da 400 g per cucciolo, adulto, senior.



## Farina N&D Prime per la natura carnivora di cani e gatti

**N&D Prime è la linea di alimenti senza cereali scientificamente studiata per la natura carnivora di cani e gatti, con il 98% di proteine di origine animale. Priva di conservanti artificiali e con preziose vitamine che, grazie all'inclusione a freddo, mantengono inalterate le proprie proprietà per periodi prolungati.**



## Pork&Rice, l'alimento kitten low grain di Natural Wellness

Natural Wellness Kitten Pork&Rice è un alimento superpremium low grain per i gattini in crescita, con suino come fonte proteica di origine animale. Ricco in proteine e grassi per supportarne lo sviluppo, integra nella dieta estratti vegetali ad azione antiossidante per preservare l'organismo dallo stress ossidativo e l'alga Ascophyllum nodosum per controllare la formazione della placca e i fenomeni di alitosi.

## Podium: il mix proteico Made in Italy di MSM Pet Food

Podium Adult All Breeds Pork&Beef punta sulla qualità delle proteine animali (30%), combinando la ricchezza del manzo e l'appetibilità del maiale. La formula, basata su un mix proteico d'eccellenza, assicura un profilo amminoacidico completo, ideale anche per cani esigenti. Arricchito con il complesso B-Biotic Intestimix, è un prodotto 100% Made in Italy altamente performante.



## Forza 10: cervo con patate per la riduzione delle intolleranze alimentari

Mini Adult Cervo con Patate è un alimento dietetico completo monoproteico per cani da 1 a 10 kg, con il riso come unico cereale. Formulata per contribuire alla riduzione delle intolleranze alimentari, include la Microcapsules Technology: la microincapsulazione protegge i principi naturali sia dagli agenti esterni, sia dalle reazioni che avvengono durante la digestione garantendone stabilità ed un assorbimento graduale lungo tutto il tratto intestinale.

