



# Taglie mini ce n'è per tutti i gusti

*La popolazione di cani di piccola misura aumenta così come la richiesta di prodotti alimentari adatti ai loro gusti piuttosto ricercati. Si tratta di un mercato in continua evoluzione con ampi margini di crescita e ricche opportunità di business, ma che richiede una continua innovazione delle strategie di vendita alla clientela, sempre più orientata verso le fasce superpremium. In aumento anche la domanda di alimenti monoproteici.*

di Raffaele Castagna

**S**ono piccoli, ma continuano a crescere. Aumenta il numero di cani di taglia mini nelle case degli italiani. Un trend che si registra costante da oltre un decennio, sebbene abbia conosciuto una lieve flessione nel corso dell'ultimo anno. La preferenza verso le adozioni di small e toy dog va di pari passo alla crescente urbanizzazione e alla conseguente necessità di condividere con i pet spazi più ristretti rispetto a quelli normalmente disponibili in abitazioni di campagna.

Ne deriva uno sviluppo altrettanto costante di nuove soluzioni destinate a questo specifico segmento di mercato, il quale è sempre più orientato a rispondere alle particolari esigenze dietetiche che



caratterizzano l'alimentazione delle small breed. Questo sia perché i cani di piccola taglia hanno gusti più difficili da soddisfare sia perché la convivenza in appartamento tende a favorire un processo di umanizzazione che sfocia in una maggior attenzione alle tipologie di cibo somministrate al pet.

#### OFFERTA SEMPRE PIÙ RICCA /

Ed è proprio sull'onda di questo business in continuo incremento che ormai quasi tutte le aziende produttrici di pet food in Italia hanno sviluppato una o più linee di pet food per cani di piccola taglia. D'altronde questo segmento, in grado di restituire ottimi ritorni di investimento, ha ancora un significativo margine di crescita sia perché quello delle adozioni di cani di piccola taglia è un fenomeno destinato a non cessare, perlomeno in tempi brevi, sia perché lo spazio per l'ingresso sul mercato di prodotti innovativi è ancora vasto. Come accennato in precedenza, una peculiare caratteristica dei cani di piccola taglia è quella di avere gusti alimentari un po' più difficili da soddisfare. In particolare tendono a prediligere una dieta che sia il più possibile varia. Per questo motivo, analogamente a quanto avviene con il pet food per i gatti, non vi è un'alta fidelizzazione nei confronti di un

## CUSENZA (NAXOS):

### "CLIENTI SEMPRE PIÙ ATTENTI AI GUSTI DEL PET"

Mariachiara Cusenza – trade marketing di Adragna Pet Food



#### Come sta andando il mercato del pet food per taglie mini?

«Il mercato del pet food per taglie mini mostra sempre più una crescita riferita ad alimenti super premium e pensati per le loro specifiche esigenze. I pet owner sono sempre più attenti alla salute del cane di piccola taglia, che spesso presenta problemi di digestione o sensibilità alimentari. All'interno di questo segmento dunque gli alimenti monoproteici e quelli con ingredienti superfood hanno senza dubbio il maggiore peso».

#### Come sta evolvendo la domanda dei consumatori?

«In riferimento a questa categoria di alimenti vi è un'esigenza di varietà e una maggiore richiesta di prodotti super premium esclusivi e diversificati. Questo da un lato è uno stimolo per noi aziende produttrici di pet food nell'investire continuamente in ricerca e sviluppo, cercando di intercettare e soddisfare in modo tempestivo nuove abitudini di consumo ed esigenze. Al contempo tale dinamica comporta un sovrappiù di prodotti sul mercato che si può tradurre in una mancanza di fidelizzazione al brand».

#### In quale direzione va l'innovazione dei prodotti in questo segmento?

«I nuovi lanci di prodotti pensati per i mini dovranno sempre più rispondere alle richieste di alimenti con ingredienti funzionali, che richiamino la natura e in linea con quello che il proprietario acquista per sé. Lo shopper non cerca più semplicemente cibo, ma alimenti che promuovano il reale benessere del proprio pet e anche dell'ambiente. In tal senso sarà utile investire non solo sulle formulazioni dei prodotti, ma anche su scelte etiche effettuate dal produttore e sull'impatto ambientale del packaging».

#### Com'è il comportamento d'acquisto del consumatore medio?

«Il proprietario di cani di taglia mini è molto attento e informato riguardo l'alimentazione del suo cane. Questo è dovuto principalmente al fatto che vivendoci in stretto contatto conosce meglio le sue esigenze. Per esempio, è attento nello scegliere pet food appetibile per il palato sofisticato del suo mini, acquista quasi esclusivamente prodotti monoproteici o che hanno come primo ingrediente in etichetta una fonte proteica. E ultimamente inizia ad apprezzare molto il cibo con ingredienti regionali coltivati o allevati da fornitori locali».

#### Come presentate i vostri prodotti?

«Stiamo molto attenti nel parlare dei nostri alimenti, facendo focus sugli ingredienti, attraverso attività che si sviluppano nei nostri canali social e mediante newsletter interattive indirizzate ai clienti. Riteniamo però che puntare sulle giornate promozionali ed eventi di formazione in store faccia davvero la differenza».

#### DA CANAGAN LE CROCCHETTE SALVA DENTI



Da Canagan arriva Canagan Dental per Cani ProDen PlaqueOff, crocchette extra croccanti per mantenere i denti belli e puliti. Si tratta di un prodotto for-

mulato con alghe raccolte lungo la costa del Nord Atlantico in grado di rilasciare un composto naturale nella saliva che rompe il film batterico sui denti su cui si attacca la placca.

#### SCHESIR CI METTE LA MELA

Le ricette della linea Schesir Natural Selection Dry Small&Toy sono state pensate con specifici ingredienti naturali funzionali per il mantenimento del benessere di cani di piccola taglia:

l'estratto di yucca per il controllo dei cattivi odori, abbinata alla fibra di mela per la digestione.



unico tipo di prodotto, ma il proprietario tende a somministrare al proprio animale cibi il più possibilmente vari, nell'ottica di garantirgli un'alimentazione in tutto e per tutto completa. È proprio per rispondere a questa tendenza che i principali produttori rinnovano costantemente il loro repertorio di ricette con lo scopo di offrire al mercato un'alimentazione innovativa, il più possibile ricercata e in grado di non stancare il cane con una proposta di gusti e ingredienti ripetitiva.

È una strategia che si riversa inevitabilmente anche sul fronte dei pet shop. Nella vendita di questi prodotti, infatti, ad essere premiati sono soprattutto quei negozi di animali in grado di proporre un'offerta il più possibile varia per una clientela, quella dei proprietari di small dog, che è particolarmente esigente.

## PER OGNI ESIGENZA

La frequente sensibilità alle intolleranze che contraddistingue gli small dog ha fatto sì che nel corso degli ultimi anni buona parte della domanda si stia concentrando sui prodotti monoproteici. L'impiego di questo tipo di alimenti rappresenta una pratica conveniente, più che nel curare l'insorgere di problematiche intestinali, nell'offrire a questi pet un'alimentazione che abbia un effetto preventivo nei confronti di questo tipo di disturbi. Con i cani di piccola taglia è comunque buona prassi, ancor di più rispetto alle misure medie e grandi, variare nel tempo i tipi di proteine che si somministrano. Questo sia per venire incontro alle esigenze di gusti vari di questi animali sia perché tale accorgimento assicura i benefici di una nutrizione variegata. E in particolare per

## STURLA (AGRAS PET FOOD): "UN BUSINESS DI CRESCENTE SUCCESSO"

**Ilaria Sturla, marketing & communication di Agras Pet Foods**



### Come giudica il trend del pet food per taglie mini?

«La tendenza che si registra per il segmento cane nel canale pet shop è quella di una crescita, soprattutto a valore, e in particolare per quanto riguarda l'umido, guidata dai formati più piccoli. Ciò testimonia come il segmento dei cani di taglia small stia assumendo un peso crescente e rappresenti una grande opportunità di business. Sempre più pet entrano nelle nostre case, e l'urbanizzazione, i trend sociodemografici e lo stile di vita che hanno caratterizzato gli ultimi decenni ci hanno portato ad orientarci sempre più verso animali domestici di piccola taglia, i quali tendono ad essere particolarmente coccolati e umanizzati».

### Quali sono i punti di forza e quelli di debolezza in questa categoria di alimenti?

«Un vantaggio per i cani small e toy rispetto a quelli di taglia medio-grande, che generalmente si alimentano solo o prevalentemente con il prodotto secco, è rappresentato dalla dieta. Questa può essere proposta come un mix di secco e umido che, oltre a rispondere alle esigenze nutrizionali, è in grado di soddisfare al meglio eventuali esigenze di gusto, più spiccate nelle piccole taglie. Un limite invece, soprattutto per il consumatore, è l'essere vincolati alla proposta di piccoli formati, con minor possibilità di avere in assortimento formati scorta che abbiano anche un appealing di convenienza».

### Com'è il comportamento d'acquisto del consumatore medio? La clientela è sufficientemente informata su questi prodotti?

«Il pet owner, specie per quanto riguarda i cani di piccola taglia è sempre più portato ad informarsi su quanto lo scaffale possa offrire e a orientarsi verso proposte che da un lato rispondano alla ricerca del prodotto naturale e dall'altro che abbiano le caratteristiche per soddisfare le specifiche esigenze nutrizionali e di gusto del proprio pet. Spesso per il consumatore non è facile capire le differenze tra i prodotti. È quindi compito in prima battuta nostro, e poi del retailer, comunicare in modo chiaro, efficace e trasparente i benefici nutrizionali e plus».

### Come comunicate il vostro prodotto?

«Prendendo a riferimento la nostra ultima linea Schesir Natural Selection, abbiamo puntato su strumenti puntuali e concreti di guida alla forza vendita e ai retailer, tra i quali un programma di formazione digitale su piattaforma online dedicata, per poter rendere agevolmente fruibili contenuti e approfondimenti anche in tempi di covid e mantenere così sempre alti gli standard di servizio e il livello di competenza degli addetti ai lavori. Inoltre, siamo presenti con materiali dedicati sul punto vendita. Abbiamo anche investito in modo importante in una campagna di comunicazione tv e digital».

### ADRAGNA PROPONE MAIALE E AGRUMI



Naxos Adult Mini Maiale e Agrumi monoproteico e gluten free è un prodotto studiato per cani con un'alta sensibilità gastrointestinale. Il maiale, ingrediente impiegato come fonte

proteica, è presente nel prodotto al 34%. Gli agrumi, di origine siciliana, garantiscono una corretta funzione digestiva e potenziano le difese immunitarie.

### AMARANTO E KRILL PER BEWITAL

Con Belcando Finest GF Salmon e Finest GF Lamb, Bewital petfood offre ricette senza cereali che sono appositamente adattate alle particolari esigenze dei pet di taglia mini. Pesce o agnello freschissimi e ingredienti selezionati come amaranto e krill assicurano una dieta equilibrata.



### CENNAMO AIUTA L'ATTIVITÀ FISICA

HT Mini Adult Salmon & Rice è un alimento completo ricco di salmone con riso bilanciato per cani adulti in mantenimento di piccola taglia. Studiato e formulato dai nutrizionisti di Cennamo per soddisfare il fabbisogno nutrizionale di pet che svolgono una normale attività fisica. L'elevata appetibilità e digeribilità favoriscono l'assunzione e l'assimilazione ottimale dei nutrienti.



## RAVAGNAN (MARPET): "ALIMENTAZIONE FONDAMENTALE PER LA SALUTE"

Valentina Ravagnan, socio e technical department di Marpet



### Qual è il segreto di un buon alimento per cani small breed?

«Alimenti dedicati ai cani di taglia mini devono indubbiamente avere alcune attenzioni in più in merito all'appetibilità e al tenore energetico soprattutto riguardo a chi fa vita sedentaria e magari è avanti negli anni. I cani toy hanno gusti piuttosto esigenti e il corretto equilibrio tra gli ingredienti e l'uso di materie prime di qualità permette di garantire un'ottima appetibilità senza ricorrere all'utilizzo di sostanze appetizzanti. Se si riesce a garantire tutto ciò in modo naturale si conquista la fiducia dei proprietari che sono altrettanto esigenti e difficili, ma che trovato il prodotto adatto al proprio cane, difficilmente lo cambiano».

### Come giudica il crescente successo dei prodotti per taglie mini monoproteici?

«Credo sia importante cercare di offrire mangimi che rispondano all'esigenza di mercato di avere prodotti formulati con una sola fonte proteica animale, ma al contempo garantire un benessere fisico non solo legato alla nutrizione in sé, ma anche alla prevenzione o al supporto delle più comuni patologie. Ricordiamoci sempre che come per l'umana l'alimentazione è il fondamento della salute e la ricerca deve sempre lavorare in tal senso».

### Crede che i pet owner siano sufficientemente informati circa i benefici dei prodotti per pet di piccola taglia?

«I proprietari sono sempre più informati, sia per l'autonoma ricerca di informazioni sia per il supporto di professionisti quali veterinari e negozianti. Il proprietario nella maggior parte dei casi si rivolge al negozio per ricevere il giusto consiglio sull'alimentazione di base, ma sempre più spesso anche in merito a problematiche comuni. In caso di problemi specifici resta comunque il veterinario il principale riferimento per i pet owner. Maggiore attenzione dovrebbe esserci in merito a ciò che internet offre in termini di informazioni relative all'alimentazione dei pet, perché secondo il mio punto di vista, la scelta di un alimento, anche per quanto riguarda i cani di piccola taglia, ricade molto spesso sui prodotti di moda e non sulla reale necessità dell'animale. Questo rappresenta un grave rischio per il benessere del cane».

### Come comunicate la qualità dei vostri articoli?

«Per i retailer saper consigliare il prodotto giusto è molto importante. Per questo motivo risulta fondamentale la formazione degli agenti e anche dei negozianti. Già in passato abbiamo svolto attività di formazione e ciò continua ad essere fatto nei petshop. L'assistenza al cliente finale è indispensabile, sia durante la fase d'acquisto sia fornendogli in generale informazioni utili per il benessere del cane. Questa attività può essere eseguita fornendo i giusti messaggi tramite un uso efficace e puntuale di canali immediati come i social e il sito web».

le small breed il mercato dei cibi monoproteici propone una vasta diversificazione dell'offerta che vede anche lo stesso tipo di proteina animale accompagnato da diversi alimenti complementari. È così che fonti proteiche come manzo, agnello, salmone o cavallo, per fare alcuni esempi, sono presentati alla clientela nelle più svariate ricette che comprendono ingredienti come erbe aromatiche, agrumi, semi di lino o acidi grassi essenziali come gli omega 3 e omega 6.

Ma anche l'aspetto green vuole la sua parte. Ultimamente infatti sta aumentando l'apprezzamento della clientela per i prodotti formulati con ingredienti locali e a chilometro zero, soprattutto per quanto riguarda i pet food per taglie mini, riguardo i quali viene prestata anche molta attenzione a packaging che abbiano un basso o nullo impatto ambientale.

### IL SUCCESSO DELLA FASCIA ALTA /

Proprio l'alto livello di ricercatezza desiderato dalla clientela, sia in termini di qualità e varietà delle materie prime sia per quanto riguarda la presentazione del prodotto, fa sì che i consumi si concentrino in maggioranza sulla fascia superpremium. Una tendenza che sul fronte delle vendite si è tradotta, lo scorso anno come i precedenti, in una significativa crescita a valore rispetto che a volume. La volontà di cercare prodotti di altissima qualità per i cani di piccola taglia è in primo luogo riconducibile al forte processo di umanizzazione di cui questi animali sono oggetto. La loro natura maggiormente domestica, in confronto a quella delle taglie maggiori, fa di questi pet degli osservati speciali da

### MONGE HA INGREDIENTI ALTERNATIVI



Monge Natural Super-Premium Grain Free Formula Mini Cane Adulto Acciughe è un alimento formulato con una selezione di fonti alternative di carboidrati non derivati dai cereali, come patate e piselli. La ricetta è arricchita con un complesso prebiotico di mannano-oligo-sac-

caridi (MOS) e xilo-oligosaccaridi (XOS) per il supporto del benessere intestinale. La formulazione aiuta le articolazioni grazie all'inclusione di glucosamina e condroitina solfato. Gli acidi grassi omega-3 supportano pelle e manto, e donano lucentezza al pelo. Contiene spirulina e yucca schidigera per il controllo degli odori intestinali.

### EUKANUBA ESAGONALE PER L'IGIENE ORALE



Small Breed di Eukanuba è ricca di pollo fresco ed è stata appositamente studiata per soddisfare le esigenze di cani di taglia piccola. La sua forma esagonale aiuta anche a prendersi cura dei denti del cane. La ricetta contiene

inoltre: L-carnitina per il controllo del peso; prebiotici FOS e polpa di barbabietola per favorire una digestione sana; fonti naturali di omega-6 e 3 per cute e mantello sani; vitamine antiossidanti E e C per contribuire rafforzare le difese immunitarie.

### TERRA CANIS È HUMAN-GRADE

I menu Mini di Terra Canis sono un alimento per cani di taglia piccola e mini con ingredienti di qualità human-grade al 100%. Sono privi di cereali e si presentano con una consistenza finissima. La ricetta con anatra, zucca, castagne, fragola e sambuco fornisce tanti micronutrienti naturali. La seconda novità è invece il coniglio con zuccina, albicocca e borragine. A completare le ricette ci sono additivi naturali come il superfood farina di cocco, le erbe aromatiche, l'alga marina, il guscio d'uovo, il lievito di birra e l'argilla.





Le razze mini tendono a prediligere una dieta varia. Per questo motivo non vi è un'alta fidelizzazione nei confronti di un unico tipo di prodotto: i proprietari tendono infatti a somministrare all'animale cibi molto spesso differenti

parte dei proprietari i quali tendono a considerarli sempre più come conviventi familiari e a curarne minuziosamente la dieta. A questo fattore si aggiunge il minor dispendio economico generale che comporta l'adozione di uno small o toy dog rispetto a un cane di medie o grandi dimensioni. Di fronte a una minor necessità di spesa per quanto riguarda gli accessori, la clientela è maggiormente disposta ad investire sul fronte dell'alimentazione e a garantire una nutrizione equilibrata e salutare ai propri animali. Questo comportamento si

## La parola al retail



### "FORTE CONCORRENZA DALLA GRANDE DISTRIBUZIONE"

**Paola Grazia e Maurizio Pirri - Argo - Milano**

«Vendiamo molti alimenti per cani di piccola taglia, ma comunque sempre meno di quanti ne vendono le catene specializzate. Abbiamo notato che la clientela non è così informata come si crede in merito a questi prodotti, a meno che non si tratti di cani presi dagli allevamenti, dove i pet owner vengono istruiti bene sull'alimentazione degli small breed. Molto spesso siamo noi a dover proporre questi prodotti e le novità che il mercato offre ed è molto difficile che i clienti si fidelizzino a un unico brand: di solito infatti cercano di variare e provare soluzioni diverse».

### "CLIENTELA MOLTO INFORMATA"

**Rita Sanfilippo - La Ciotola d'Oro - Terni**

«Le vendite di cibo durante i periodi di lockdown sono in parte diminuite perché i pet owner, anche quelli di cani di piccola taglia, preferivano rifornirsi presso le catene o la grande distribuzione. Però si tratta comunque di prodotti che vendiamo molto bene e che sono sempre molto richiesti dalla clientela. Non saprei dire se i cani di piccola taglia sono in aumento, ma di certo rappresentano la maggior parte dei pet dei nostri clienti. I proprietari sono sempre più informati e decisi nelle loro scelte d'acquisto».

### "RISCUOTONO SEMPRE SUCCESSO"

**Vincenzo Maratia - Bio Matera - Matera**

«Il nostro negozio non ha il proprio core business nella vendita di alimenti per pet, ma ad ogni modo abbiamo riscontrato un buon successo sul versante del pet food dedicato alle taglie piccole. Di certo la situazione non è attualmente delle migliori. Constatiamo una certa diminuzione delle adozioni di cani di ogni taglia in concomitanza con il periodo di emergenza covid. In altre parti della Penisola non è così, ma nella nostra zona la situazione sanitaria ha raffreddato un po' gli affari».

### "ACQUISTI SUGGERITI DAI VETERINARI"

**Carmelo Matarazzo - Dog's House - Siracusa**

«I prodotti per taglie mini si vendono molto bene, soprattutto in città, dove i cani di piccole dimensioni rappresentano la maggioranza dei pet. Questo tipo di alimentazione è senza dubbio utile ed efficace nel prevenire intolleranze, malattie o disturbi all'apparato digerente dei pet, ma credo anche che alla base del loro successo ci sia anche il fatto che vanno molto di moda. In particolare l'indicazione di ricorrere a questi prodotti arriva soprattutto dai veterinari. I clienti entrano in negozio già indirizzati e informati da chi cura i loro pet dal punto di vista sanitario. È pertanto molto difficile proporre prodotti alternativi a quelli che richiedono».

## DA MARPET DUE NUOVI GUSTI



Sono ora disponibili due nuovi gusti per la linea Aequilibravet Low grain nel formato con crocchetta mini: Anatra e Agnello. Ricette con singola fonte proteica animale, basso contenuto di cereali e integrazione di piante officinali come da filosofia Marpet, per garantire salute e benessere. Sono disponibili nel formato da 1,5 kg insieme ai già presenti Bufalo, Cavallo, Maiale e Trota.

## ISEGRIM LI NUTRE DI NATURA

La linea Isegrim Wild as Nature include alimenti umidi, estremamente appetibili. Completi e superpremium, hanno un elevato contenuto di carne fresca, verdure, frutti di bosco ed erbe selvatiche, senza cereali e glutine. I brodi mantengono inalterate le proprietà dei nutrienti derivanti dall'estrazione in cottura.



## CLIFFI PRESERVA LA FLORA INTESTINALE



La linea Uno di Famiglia "Microbiota", di Cliffi, comprende quattro alimenti specifici per cani di piccola taglia studiati per soddisfare le specifiche esigenze nutrizionali e salvaguardare il microbiota intestinale. Sono compresi anche biscottini e snack pensati appositamente per la piccola bocca e la capacità di masticazione dei cani small.

ripresenta anche nei confronti degli snack che, sebbene per la maggior parte dei casi siano prodotti come cibo per tutte le taglie, rappresentano quel tipico extra per il quale la clientela dei cani di piccola taglia è disposta a spendere qualcosa in più. Le small breed sono infatti uno dei principali destinatari di questo tipo di prodotti di cui rappresentano un significativo driver nell'aumento delle vendite.

## COMUNICAZIONE CONTINUA /

Proprio la natura esigente dei cani di taglia piccola è all'origine della fervente attività di comunicazione che le aziende esercitano nel presentare questa particolare tipologia di prodotti. La continua elaborazione di ricette e soluzioni per small breed fa sì che agenti di vendita e retailer debbano essere costantemente informati e preparati circa le novità che il mercato presenta su questo versante. La difficile fidelizzazione a un brand può infatti essere ottenuta se da un lato il produttore si rivela capace di immettere in vendita periodicamente soluzioni che siano di volta in volta diverse e appetibili, dall'altro se queste ultime sono efficacemente comunicate al cliente finale. È per questo motivo che le attività di comunicazione legate ai prodotti per taglie mini sono più frequenti rispetto a quelle dedicate a pet food più classici. Si moltiplicano così le pratiche di formazione digitale e in loco alle quali si affianca la fornitura di materiali pubblicitari, espositori e locandine da collocare all'interno dei punti vendita per ogni nuo-

## WIGGER (BEWITAL): "IL WET FOOD DESTINATO A CRESCERE"

**Jürgen Wigger, proprietario e direttore amministrativo di Bewital**



### Come sta evolvendo la domanda di alimenti per taglie mini?

«La tendenza all'adozione o all'acquisto di cani di piccola taglia è costante e la domanda di prodotti su misura per le esigenze di tali cani continua ad aumentare. Di conseguenza, sempre più clienti si rivolgono a prodotti di particolare qualità e la disponibilità a spendere è aumentata significativamente. Questo vale sia per gli alimenti umidi sia per quelli secchi. Pensiamo che soprattutto le vendite di alimenti umidi di alta qualità continueranno ad aumentare.»

### In quale direzione va l'innovazione dei prodotti in questo segmento?

«L'alimento umido superpremium ha registrato una vera rinascita negli ultimi anni. Prevediamo che la domanda di buste contenenti wet dog food continuerà a crescere di conseguenza. La salute e la forma fisica dell'animale sono priorità assolute per il consumatore che in futuro sarà sempre più attento a somministrare una giusta proporzione di carne fresca al proprio beniamino. L'attenzione alla dieta che in questi anni si sta concentrando sull'alimentazione umana eserciterà una forte influenza anche sul pet food.»

### Qual è la principale sfida oggi per i produttori di pet food per piccole taglie?

«Possiamo vedere chiaramente un aumento degli acquisti di alimenti di alta qualità. Grazie al web, informarsi è divenuto facile e veloce per tutti. I produttori si trovano oggi di fronte alla particolare sfida di adattare le loro gamme di articoli alle nuove richieste della clientela e di presentare i loro alimenti in modo chiaro e aperto al consumatore.»

### Come comunicate il vostro prodotto? Fate formazione ad agenti e/o retailer?

«È molto importante continuare a formare il personale addetto alla distribuzione e alla vendita. Per questo motivo, da un lato diamo ai rivenditori informazioni dettagliate sui prodotti, che rispondano a tutte le domande sulla composizione e sulle ricette con cui sono formulati, dall'altro, offriamo ad agenti e rivenditori corsi informativi e completi, che normalmente si svolgono direttamente in loco o presso la nostra sede aziendale. Attualmente teniamo questi corsi di formazione online, tramite videoconferenza. Il contenuto riguarda i nostri processi di produzione speciali, le presentazioni della gamma di prodotti e la conoscenza del prodotto necessaria per una consulenza competente.»

### DOGGYBAG LI PREMIA COI BISCOTTI



Tutti i prodotti Doggybag vengono realizzati da esperti pasticceri nell'innovativo laboratorio artigianale 4.0 recentemente inaugurato. I Bassotti Mela Banana sono piccoli e fragranti biscottini artigianali a forma di osso, dal delizioso profumo fruttato, senza conservanti, perfetti come premietto quotidiano per i cani di piccola taglia.

### GIUNTINI FA QUATTRO PROPOSTE

Di ItalianWay, della linea Giuntini, fanno parte quattro proposte specifiche per i cani di piccola taglia, con ingredienti diversi: Pollo&Riso, Anatra, Salmone&Aringhe, Trota&Mirtilli.



### BUONA DIGESTIONE CON ROYAL CANIN

Mini Digestive Care della gamma Canine Care Nutrition di Royal Canin è un alimento completo e bilanciato indicato per cani adulti e maturi di piccola taglia con sensibilità digestiva. Formulato con proteine altamente digeribili (L.I.P), prebiotici ed una specifica miscela di fibre aiuta a promuovere l'equilibrio della flora intestinale contribuendo a migliorare la qualità delle feci.



va ricetta o linea di alimenti immessa sul mercato. A questa attività si affiancano anche numerose campagne pubblicitarie sui principali media. In particolare, sono molte le aziende che dedicano buona parte delle loro newsletter ai prodotti formulati per le piccole taglie.

È comunque conveniente anche per il retailer far sì che le novità relative al segmento del pet food per small e toy dog siano presentate il prima possibile e nel modo migliore alla clientela, la quale è positivamente sensibile ai negozi in grado di proporre un ricambio di prodotti e soluzioni che rispondano al meglio alle esigenze dei loro beniamini a quattro zampe. 🐾

## DA NECON MONOPROTEICO E ALGHE



Per i cani adulti di piccola taglia, fino a 10 Kg, Necon Pet food propone Natural Wellness: linea di petfood completo, con un'unica fonte proteica (tacchino, suino oppure salmone), formula low grain e ascophyllum nodosum, un'alga marina che contribuisce a garantire massima igiene orale.

## GIUNTINI (ITALIAN WAY): "ATTENTI ALLE SPECIFICHE ESIGENZE DEGLI SMALL BREED"

**Steven Giuntini, Ceo di Giuntini**



### Come sono andate le vendite di pet food per le taglie mini nell'ultimo anno?

«Le vendite di pet food per cani di piccola taglia hanno ottenuto buone performance nel 2020. I proprietari di cani di taglia mini sono molto attenti alle necessità dei loro beniamini. Privilegiano l'acquisto di pet food e snack studiati appositamente per loro nelle dimensioni, adatti alla masticazione e al palato dei pet di piccola taglia, con gusti e fragranze varie, per i più esigenti».

### Qual è il valore aggiunto di questo tipo di prodotti?

«Chi, come noi, produce alimenti e snack sa benissimo che le esigenze degli small breed sono totalmente differenti da quelle di un cane di taglia media o grande. Gli small e i toy dog sono solitamente più attivi, richiedono più energia e, in proporzione al peso, un maggiore apporto di cibo. È fondamentale, però, equilibrare l'alimentazione in base allo stile di vita e all'età, proprio come i simili più grandi. Ecco perché è importante scegliere un alimento genuino e nutriente, studiato per cani di piccole dimensioni, come quelli della nostra linea ItalianWay».

### La clientela è sufficientemente informata su questi prodotti?

«I clienti sono sempre più informati. I veterinari svolgono in questo senso un ruolo importantissimo, ma il consumatore continua ad aggiornarsi anche su riviste specializzate e sul web, con il negoziante di fiducia e, infine, con gli altri pet owner che può incontrare per strada o anche virtualmente sulle pagine social».

### La vostra azienda fa formazione presso i punti vendita?

«Forniamo continuo supporto ad agenti, distributori e negozianti. Ogni aggiornamento sulle formulazioni, la ricerca e le novità della gamma viene comunicato prima di tutto ai nostri collaboratori. Al consumatore arriviamo con numerose altre forme di comunicazione, dalla pubblicità standard ai social, dal blog sul nostro sito ai materiali specifici per i consumatori disponibili nei punti vendita».

VETRINA PRODOTTI

## PROLIFE LO FA PER GLI STERILIZZATI



Il cane sterilizzato di piccola taglia presenta esigenze specifiche, per lui Prolife ha realizzato Sterilised Sensitive Adult Pork & Rice Mini, ricco in maiale fresco disossato in

origine destinato al consumo umano, per coniugare appetibilità a nutrimento, unica fonte proteica, per scongiurare il rischio di reazioni avverse in soggetti sensibili. [www.prolife-pet.it](http://www.prolife-pet.it)

## DA TICINESE PET FOOD RICETTE SENZA CEREALI

Tribal Adult Small Duck è la proposta per cani adulti di piccola taglia del marchio inglese Tribal. Tribal Small è accomunato agli altri alimenti della gamma dalla presenza di sola carne fresca come primo ingrediente, da zero cereali e da una più agevole digestione data dalla pressatura. È quindi adatto a cani delicati nella digestione.



## CON OASYTANTE RICETTE MONOPROTEICHE



Con il 48% di salmone Oasy One Animal Protein è studiato per cani di piccola taglia, anche in caso di intolleranze alimentari, sen-

sibilità intestinale e cutanea. One Animal Protein è disponibile anche nelle varianti Agnello, Coniglio, Maiale e Cinghiale e nella versione paté monoproteico.