



# Snack per l'igiene orale a una svolta

*Il trend di masticativi e premi per la cura dei denti è in linea con tutto il segmento snack and treats. La specificità di questi articoli e la costante innovazione che caratterizza l'offerta di prodotto possono tuttavia portare a un'ulteriore accelerazione nelle vendite, a patto di superare la logica dell'acquisto di impulso puntando su comunicazione e allestimenti in store.*

**L**a ricerca di alimenti funzionali e l'attenzione alla cura degli animali da compagnia sono due fattori che sempre più spesso e in maniera profonda stanno modificando le abitudini dei consumatori di prodotti pet care. L'industria di settore si è da tempo messa in moto per rispondere all'aumento della richiesta di articoli che, oltre a soddisfare le ordinarie esigenze nutrizionali, siano in grado di offrire anche benefici di carattere curativo. Uno dei maggiori trend è legato al pet food capace di supportare l'igiene orale di cani e gatti. Crescono di conseguenza sugli scaffali le referenze di crocchette progettate per esercitare, ad esempio,

un'azione abrasiva sui denti durante la masticazione, per cui la loro particolare conformazione e consistenza contribuisce alla riduzione di placca e tartaro. Molte delle formulazioni di questi articoli prevedono anche la presenza di fosfato di sodio, che cattura gli ioni di calcio e limita la formazione del tartaro, oppure di vitamine che agiscono positivamente su gengive e mucosa orale. Ma il fenomeno di maggiore interesse, sia in termini di crescita dell'offerta sia nelle vendite al consumatore finale, riguarda fuoripasto e masticativi creati per favorire la salute della bocca. Nei consumi questi articoli registrano trend in linea con quelli di tut-

to il segmento snack and treats, dunque una crescita in doppia cifra. A determinare il loro successo sono l'aumento della domanda di spuntini o premi con plus che contribuiscano a mantenere in salute l'animale e la tendenza a fare di questi prodotti un acquisto d'impulso. Tuttavia il contesto sta rapidamente evolvendo e oggi si trova a una svolta. La maggiore sensibilità dei pet owner verso il tema dell'igiene orale sta infatti trasformando questa categoria di prodotto in un acquisto consapevole. Nel prossimo futuro si apre la possibilità di un'ulteriore accelerazione nelle vendite, grazie anche a un'esposizione sempre più importante

e mirata nei punti vendita e in particolare nei pet shop, il canale per cui questi snack sono considerati più strategici.

### I PROBLEMI /

Studi di settore stimano che in media circa otto pet su dieci riscontrano qualche problematica del cavo orale e l'incidenza maggiore si verifica con l'avanzare dell'età. I più soggetti a contrarre malattie alla bocca sono i cani, soprattutto quelli di taglia piccola o toy. L'insorgere di disturbi a denti e gengive è legato prevalentemente alla scarsa pulizia e può essere affrontato utilizzando quotidianamente spazzolini, dentifrici e collutori specifici per l'igiene quotidiana degli animali. Gli snack si inseriscono all'interno di questa offerta e la completano, ma è bene precisare che non devono rappresentare un'alternativa agli altri prodotti per la cura dei denti, bensì una soluzione aggiuntiva. La principale funzione di questi fuoripasto è infatti legata alla masticazione, soprattutto quando di lunga durata, perché grazie a una particolare conformazione spigolosa favorirebbero la pulizia dei denti. Alcuni prodotti possono offrire ulteriori benefici, neutralizzando l'alito cattivo grazie all'utilizzo di formule che prevedono la presenza di estratti di salvia, eucalipto, the verde o altri principi attivi simili. Tuttavia né l'azione abrasiva può essere paragonata a una vera e propria spazzolatura, né la riduzione di odori sgradevoli deve far credere che con questi snack vengano eliminati del tutto batteri e cause di alitosi.

### LA DIMENSIONE AFFETTIVA /

Il successo nelle vendite di questi prodotti è legato alla sfera dell'affettività che

## MIOLO (INNOVET): "PRODOTTI PIÙ STRATEGICI PER I PET SHOP"

**Alda Miolo, responsabile CeDIS (Centro di Documentazione e Informazione Scientifica) Innovet Italia Srl**



### Quali sono i principali trend per i premi dedicati alla salute orale del pet?

«Le vendite di questi prodotti stanno crescendo. Uno dei trend più interessanti riguarda quelli formulati con ingredienti completamente vegetali, che non incidono sul fabbisogno energetico e calorico del pet e che sono adatti anche a soggetti intolleranti o allergici alle proteine animali».

### Per quali canali è più strategica questa categoria di prodotto?

«Si tratta di prodotti ad elevato valore aggiunto, importanti soprattutto per i pet shop che puntano su referenze di qualità certificata e scientificamente provata. Per noi umani, l'igiene orale è una pratica salutistica quotidiana. E questa necessità è ora avvertita anche per gli amici a quattro zampe. I proprietari sono pertanto disposti a spendere perché lo snack dentale non è più solo un passatempo o un sistema di gratificazione. È un vero e proprio "premio di salute" che, grazie alla sua formulazione, ha benefiche ripercussioni sulla salute orale, ma anche generale, degli amici animali».

### Qual è il livello di informazione fra i proprietari sul tema dell'igiene orale?

«Oggi riscontriamo una crescente sensibilità e attenzione sul tema dell'igiene orale. Merito soprattutto dello sforzo congiunto di medici veterinari e aziende impegnate nel settore della Salute Animale nell'informare e responsabilizzare i proprietari sull'importanza di queste cure ed attenzioni quotidiane. Noi ad esempio abbiamo pubblicato, in collaborazione con i dentisti veterinari, una "Guida alla salute dentale del cane e del gatto". La guida, scaricabile gratuitamente dal nostro sito o messa a disposizione dei proprietari tramite i loro veterinari di fiducia, vuole essere la sintesi di un percorso che ogni proprietario è chiamato ad intraprendere per tutelare la salute orale del proprio animale da compagnia. La nostra speranza è quella di contribuire a un aumento delle conoscenze in questo settore, che alla fine orienterà anche verso comportamenti di acquisto sempre più consapevoli e utili al benessere dei nostri amici animali».

### BASTONCINI FERRIBIELLA BUONO SNACK ARRICCHITI CON ZEOLITE



Per aiutare il pet a proteggere i denti e a ridurre la placca, Ferribiella propone gli stick Denti Forti. Parte della linea

Buono Snack, questi bastoncini si caratterizzano per la particolare forma a stella, che stimola la masticazione e massaggia le gengive. Arricchiti con zeolite, gli stick aiutano a proteggere, pulire e ridurre la placca per un effetto abrasivo e depurativo.

### SEA JERKY: GLI SNACK PREMIATI DI FISH4DOGS



Premiati dalla stampa internazionale come i migliori snack di pesce essiccato, grazie alla loro superficie ruvida i prodotti Sea Jerky di Fish4Dogs aiutano il cane a rimuovere il tartaro. Questi snack hanno un basso contenuto calorico e forniscono un contributo extra di vitamine e nutrienti.

### RESTOMYL DENTALCROC CONTRO PLACCA, TARTARO E ALITOSI



Restomyl Dentalcroc è il prodotto formulato in crocchette appetibili e totalmente vegetali della linea Restomyl di Innovet. Il prodotto contiene *Ascophyllum nodosum*,

un'alga bruna che viene assorbita a livello gastro-enterico e attraverso la circolazione si concentra nel cavo orale, dove inibisce l'adesione e la crescita dei batteri della placca, rallenta la deposizione del tartaro e migliora l'alito cattivo (alitosi).

coinvolge tutto il segmento snack and treats. Le più recenti abitudini di acquisto dei proprietari, che in misura sempre crescente considerano cani e gatti come membri della famiglia, hanno portato infatti a una maggiore sensibilità verso gli articoli che favoriscono l'interazione tra uomo e animale. Il fatto che premi e fuoripasto pensati per l'igiene orale rispondano anche a un'ulteriore esigenza di funzionalità per la cura e il benessere della bocca e dei denti non deve far passare in secondo piano l'aspetto interattivo di questi snack. La dimensione ludica è fra le principali ragioni del loro successo. In futuro è molto probabile che continueranno ad aumentare le proposte di ricompense dalle forme sempre più fantasiose e accattivanti e che le aziende puntino sulla sfera del divertimento e dello svago per spingere ulteriormente le vendite di questi articoli, senza per questo dimenticare la cura e l'igiene del cavo orale.

## NON SOLO SNACK /

In sintesi, il punto di forza dei fuoripasto per l'igiene orale è rappresentato da una combinazione di funzionalità ed emotività. Da una parte questi snack integrano ma non sostituiscono gli articoli specificamente studiati per l'igiene orale, come gli spazzolini e i dentifrici. Dall'altra favoriscono la relazione tra il proprietario e l'animale, prerogativa di tutto il segmento snack and treats. Questa duplice veste rende di conseguenza i fuoripasto per l'igiene orale una categoria merceologica particolarmente strategica per i negozianti, i quali possono contare su prodotti ad alta rotazione che rispondo-

## GATTA (MYCIUFFOGATTO): "SPIEGARE IL VALORE AGGIUNTO DEI PRODOTTI PIÙ INNOVATIVI"

Alexia Gatta, product manager MyCiuffogatto



### Nella vostra offerta di snack qual è il peso dei masticativi dedicati all'igiene orale?

«Tutti i nostri snack sono pensati per l'igiene orale di cani e gatti. Abbiamo infatti appositamente creato delle linee di prodotto che durante la masticazione puliscono i denti e massaggiano le gengive del pet, e per il futuro prevediamo di inserire a catalogo anche articoli specifici con principi attivi che favoriscono la salute del cavo orale».

### In quale modo spingete questi prodotti sul mercato e con quale strategia?

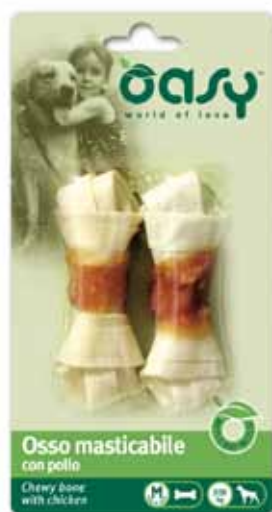
«Puntiamo molto sul contatto diretto con il pubblico finale. A inizio dicembre ad esempio siamo stati a Milano all'Artigiano in Fiera, manifestazione dedicata alle imprese artigiane e ai loro prodotti manifatturieri, dove abbiamo avuto ottimi riscontri. In particolare riteniamo fondamentale sensibilizzare i proprietari sul tema del naturale, che è uno dei principali valori aggiunti dei prodotti più innovativi».

### Qual è il livello di informazione dei proprietari circa le caratteristiche degli snack per l'igiene orale?

«In generale i consumatori sono bene informati sulla funzione di pulizia dei denti che esercitano questi snack, mentre hanno meno chiare le differenze tra i principali prodotti. Sempre a proposito del naturale, il mercato propone molte referenze che vengono considerate tali pur non essendo completamente prive di coloranti o additivi chimici. È importante aiutare i proprietari a comprendere questo genere di aspetti, anche utilizzando materiali espositivi e packaging che enfatizzino il valore aggiunto di alcuni prodotti. Ad esempio noi finora abbiamo puntato molto sullo sfuso, per cui abbiamo creato espositori in legno di betulla che richiamano il contenuto naturale dei nostri snack. Per il futuro stiamo preparando anche nuovi formati confezionati, sempre con lo stesso obiettivo di esprimere il valore aggiunto di questi prodotti».

## DA OASY, GLI OSSA MASTICABILI AL POLLO, MANZO O ANATRA

Preparati con ingredienti altamente digeribili e di alta qualità, gli ossi masticabili di Oasy sono poveri di grassi e ricchi di proteine. Disponibili in tre varietà, pollo, manzo o anatra, questi masticativi favoriscono la salute di denti e gengive mentre soddisfano il naturale bisogno di masticazione del cane.



## PIÙ CONVENIENZA CON IL FORMATO MULTIPACK DI STUZZY



Gli snack Stuzzy Dental Premium per cani non contengono coloranti artificiali. La loro formula prevede l'uso di vitamina D3 per favorire il rafforzamento delle ossa e dei denti. Questi prodotti sono proposti anche nel box multipack che contiene ben 28 snack, divisi in pacchetti singoli da 4 pezzi, per mantenerli sempre freschi.

## ZOLUX LANCIA GLI SNACK CON PELLE DI BOVINO

Zolux ha sviluppato una nuova gamma di snack naturali che grazie alla pelle di bovino, dura da masticare, garantiscono lunghe ore di occupazione per rispondere ai bisogni dei cani e contribuire alla loro igiene orale. Nella versione "Filetti di pollo" queste ricompense sono realizzate con l'84% di veri pezzetti di pollo. Gli snack saranno disponibili in Italia da fine gennaio.



**BOGADENT: LA LINEA OLISTICA DI BOGAR**

La linea Bogadent di Bogar è stata sviluppata seguendo un approccio olistico ed è stata appositamente studiata da dentisti e veterinari. I masticativi completano la gamma, composta anche da spazzolini ergonomici, ditale con ioni di argento, gel dentali e tanto altro. Questi prodotti sono distribuiti da Comodis.



**DENTASTIX DI PEDIGREE RIDUCE IL TARTARO**



Pedigree Dentastix è lo snack in barretta al gusto di carne studiato per offrire un'adeguata igiene orale del pet. Secondo i test dell'azienda, masticare quotidianamente questi prodotti può contribuire a ridurre la formazione del tartaro fino all'80%.

**DA JOKI DENT, GLI SNACK VEGETALI E PER CANI ANZIANI**



La linea Joki Dent Star Bar si arricchisce con due nuove referenze: i morbidi Senior Bar, per cani anziani, e Starbar Vegetal, senza fonti proteiche di origine animale. Creata da Bayer Animal Health, questa gamma comprende prodotti che grazie all'esametafosfato di sodio e alla particolare forma e consistenza aiutano a ridurre la formazione della placca.

no alla crescente domanda di articoli per usi specifici. Il nodo della questione rimane la modalità con cui presentare questi snack in negozio. Fondamentale è, prima di tutto, il servizio di accompagnamento alla vendita, con cui guidare il cliente attraverso

l'offerta di prodotti e renderlo più cosciente sulle esigenze del pet in tema di igiene orale e sulle corrette pratiche da adottare per la sua cura. I proprietari evidenziano in generale molta sensibilità verso tutta la categoria dei masticativi per l'igiene orale, ma spesso dimostrano di non avere a di-

sposizione le informazioni necessarie per comprendere le differenze fra un articolo e l'altro e le caratteristiche di questo tipo di offerta. Il rischio più frequente è quello di lasciar credere che snack e masticativi possano da soli bastare per mantenere in salute denti e gengive del pet, derivando

# Fondi e integratori di qualità per la crescita delle piante d'acquario

**FERTIL PLANT**



È un sottofondo naturale di terriccio granulare di qualità che si usa negli acquari d'acqua dolce con molte piante come, ad esempio, gli acquari dedicati al paesaggismo acquatico.

**VANTAGGI**

- Piante rigogliose: fornisce un ricco e naturale nutrimento alle piante che viene assorbito tramite le radici.
- Aumenta l'ossigenazione del fondo.
- Non rende l'acqua torbida.
- Non altera il ph dell'acqua.
- Lunga durata.

**NUTRONFLORA**



È un integratore di sali minerali che favorisce lo sviluppo rigoglioso delle piante acquatiche.

**VANTAGGI**

- Fornisce tutte le sostanze nutrienti utili alla crescita.
- Previene l'indebolimento della flora acquatica.
- Rinvigorisce le piante sofferenti.

**NUTRONFERRO**

È un integratore di sali minerali arricchito con ferro che favorisce lo sviluppo rigoglioso delle piante acquatiche.

**VANTAGGI**

- Fornisce tutte le sostanze nutrienti utili alla crescita
- Previene l'indebolimento della flora acquatica
- Rinvigorisce le piante sofferenti poiché fornisce oligoelementi a quelle piante particolarmente deboli che spesso hanno foglie che ingialliscono, diventano fragili e trasparenti a causa dalla mancanza di sostanze nutrienti.



**PRODAC** <sup>+40</sup>  
*International*  
 Providing Aquatic Solutions  
 40 Anni di esperienza  
**MADE in Italy**

FOLLOW US:



www.prodac.it  
 info@prodac.it

la conclusione che spazzolino e collutorio siano da considerare una sorta di lusso, una spesa extra e dunque trascurabile a meno di patologie e disturbi particolari.

## COMUNICAZIONE IN STORE /

I retailer possono invece aspettarsi che le vendite di tutto il comparto igiene orale continuino a crescere, ma è necessario non limitarsi a spingere solamente il segmento snack lasciandosi sedurre dal fatto che è quello con il trend più dinamico in tutto il settore pet food. Il risultato sarebbe di circoscrivere i consumi degli altri prodotti dedicati alla pulizia della bocca, che spaziano dai giochi agli spazzolini, al food agli additivi da aggiungere all'acqua, ai soli proprietari più virtuosi o a chi ha un pet con problematiche in corso. È vero il contrario, cioè che tutti questi articoli insieme sono utili per una corretta manutenzione: l'igiene orale nei pet richiede una cura quotidiana, esattamente come negli umani. È su questo tema che dovrà concentrarsi la comunicazione al consumatore in store, così da rendere più efficaci le iniziative di sensibilizzazione su cui aziende e cliniche veterinarie stanno puntando da tempo, quali pubblicità o pubblicazioni di guide e flyer informativi. Quando possibile sarà inoltre utile prevedere allestimenti specifici per tutto il reparto igiene dentale, come avviene già per altri settori, ad esempio guinzaglieria, toelettatura o cuce.

Attualmente premi e masticativi con questa funzione sono presentati assieme agli altri tipi di snack vicino alle casse

per mezzo di espositori da banco o in piccoli corner, per favorire l'acquisto di impulso. Molti shop utilizzano anche dispenser per lo sfuso, sempre assieme ad altre tipologie di fuoripasto e per rispondere alla logica del consumo impulsivo. Parlando di comportamenti di acquisto, proprio lo sfuso ha molto successo e favorisce le vendite degli snack, in quanto i consumatori apprezzano la maggiore convenienza, l'opportunità di scegliere a piacere la quantità di prodotti da acquistare e la possibilità di toccare con mano e vedere la merce senza l'impaccio della confezione. Tuttavia le performance degli articoli sfusi sono influenzate in parte anche dalle strategie dei negozianti

stessi, che spesso si limitano a considerare tutti gli snack senza distinzioni un acquisto di impulso.

Le tipologie più innovative disponibili sul mercato oggi, come appunto quelle con formulazioni e forme particolari che favoriscono la salute orale dei pet, sembrano però pronte a superare questa logica per diventare un acquisto consapevole. Valorizzare la loro esposizione in un reparto specifico per l'igiene orale può favorire questo cambiamento e, in secondo luogo, può diventare una leva di valorizzazione degli altri prodotti per la cura dei denti e della bocca, che spesso rischiano di essere trascurati da una clientela poco accorta.



Alcune tipologie di masticativi per l'igiene orale, la cui conformazione è pensata per esercitare un effetto abrasivo sui denti del pet



## MYOSSO DI MYCUFFOGATTO È 100% NATURALE



My Osso di My Ciuffogatto è un prodotto di 2G Stamp, realizzato in Italia senza uso di coloranti o esaltatori di gusto. Questo snack naturale è ipocalorico e la sua conformazione è studiata appositamente per pulire fino in fondo i denti e massaggiare le gengive. My Osso è disponibile in diverse misure per ogni taglia canina.

## ALITO FRESCO CON DENTAL CARE DI CLIFFI



Dental Care è lo snack della linea Functional Biscuits di Cliffi arricchito con the verde. La sua formula con catechine agisce inibendo la proliferazione dei batteri, causa

dei cattivi odori e della carie. Sono inoltre presenti sostanze minerali che legano gli ioni del calcio, riducendo la formazione del tartaro senza danneggiare denti e gengive e svolgendo un'azione sbiancante.

## SEI INGREDIENTI VEGETALI PER WHIMZEES

Gli snack Whimzees sono completamente vegetali, realizzati con soli sei ingredienti principali, il primo dei quali è l'amido di patata. Questi prodotti sono proposti in varie forme atte a rimuovere il tartaro e stimolare l'afflusso di sangue alle gengive. Il tempo di masticazione è molto lungo, per una prolungata azione benefica sulle gengive.

