



Quant'è ricco l'orto del pet food

Sempre più frequentemente l'industria tende a utilizzare piante aromatiche negli alimenti di cani e gatti, per il supporto terapeutico in caso di malattie o per il mantenimento del benessere dell'animale. Eppure, a fronte del notevole incremento dell'offerta, da parte del pubblico finale non si può ancora parlare di un vero e proprio acquisto consapevole.

Anche se da tempo mancano vere e proprie innovazioni di prodotto, il settore del pet food continua a evolvere, in particolare allineandosi sempre di più con i consumi umani. Lo conferma uno dei trend più vivaci degli ultimi anni, quello legato alla fitoterapia, ovvero all'utilizzo di piante ed estratti per il supporto terapeutico in caso di malattie

o per il mantenimento del benessere generale dell'animale. In questo filone tematico, che registra un costante ampliamento dell'offerta al consumatore finale, si inserisce quello più circoscritto che riguarda l'integrazione di crocchette, umidi e snack con erbe aromatiche. Queste ultime si differenziano per la presenza di particolari sostanze biochimiche

che conferiscono particolari odori e sapori. Ampiamente diffuse e ormai diventate di uso comune in cucina, le erbe aromatiche stanno diventando il valore aggiunto di numerosi prodotti alimentari per cani e gatti. Le aziende fornitrici stanno ampliando notevolmente il portfolio di referenze per questo target, seguendo la spinta al riposizionamento

dell'offerta verso la fascia superpremium e perseguendo la via tracciata dal trend del naturale. Eppure, a fronte di un considerevole incremento di questi articoli fra gli scaffali dei canali di vendita, da parte del pubblico finale non si può ancora parlare di un vero e proprio acquisto consapevole. Certo, esiste anche una parte di proprietari molto informati sulle caratteristiche dei mangimi e sugli effetti di determinati ingredienti, ma è una quota ancora piuttosto contenuta. Per la maggior parte dei casi invece l'acquisto di cibi con piante aromatiche nasce prevalentemente da curiosità e dal forte richiamo che gli ingredienti naturali esercitano oggi fra i pet owner. In questo contesto il ruolo che spetta al negoziante è di aiutare i consumatori a comprendere quali sono le proprietà di questi alimenti e le differenze fra una formulazione e l'altra, per favorire il superamento della logica dell'acquisto d'impulso.

FAVORIRE LA SPECIALIZZAZIONE / L'importanza del servizio di accompagnamento alla vendita per gli alimenti con piante aromatiche è da ricondurre al rischio per alcuni proprietari meno

SCHESIR: L'ALTERNATIVA VEGETALE PER COMBATTERE I RADICALI LIBERI

Schesir Vegetal Dry è un alimento completo e bilanciato formulato unicamente con ingredienti vegetali, senza conservanti e coloranti aggiunti. La speciale miscela di piante aromatiche con attività antiossidante sinergica, insieme al selenio e alle vitamine C, E e A, aiuta l'organismo a combattere i radicali liberi. Il prodotto è disponibile per cani di taglia piccola nel formato da 800 g e per le taglie media e grande nel sacco da 3 kg.



GIUNTINI: UN PASTO MEDITERRANEO

La base della linea ItalianWay di Giuntini è "La Ricetta della Vita", formula che si ispira alla dieta mediterranea. Questi cibi contengono uno speciale mix di ingredienti vegetali benefici per l'organismo. L'olio di rosmarino è un antiossidante naturale con proprietà digestive, mentre l'olio di origano ha un effetto di anti meteorismo con proprietà antisettiche. L'aglio in polvere infine è un vermifugo naturale.



informati si limitino a lasciarsi suggestionare dai packaging più creativi e graficamente accattivanti, con immagini di piante ed erbe dal forte richiamo in primo piano, senza però riuscire a

comprendere quando un prodotto è formulato per rispondere a una necessità specifica, ad esempio esercitare un'azione antinfiammatoria, depurativa o antiossidante, e soprattutto qual è il

Tetra Micro

Selezione di quattro micro alimenti perfetto per pesci di piccole dimensioni



NUOVO

Granuli

Ø 0,3 - 1 mm

Pellets

Ø 0,75 - 0,9 mm
L 1,4 - 2 mm

Sticks

Ø 0,75 - 0,9 mm
L 1,5 - 2,5 mm

Crisp

Ø 1,7 - 2,5 mm



Complete food
for small tropical fish

livello di efficacia. Ed è proprio questo uno dei nodi fondamentali per una corretta informazione al consumatore finale e per non rischiare di portare a delusioni o fraintendimenti.

Oggi le piante officinali sono comunemente utilizzate in medicina, in erboristica, nel settore cosmetico e nell'industria alimentare per i principi attivi presenti nelle loro foglie, nei semi, nelle radici o nei fiori. Questa grande diffusione nel campo dei consumi umani favorisce senz'altro una maggiore conoscenza che in passato delle proprietà di alcune fra le piante più note. Ma sarebbe improprio credere che per queste ragioni il pubblico finale sia in grado di acquistare consapevolmente e in autonomia un prodotto che contiene questi ingredienti. Ad esempio, nella dieta mediterranea sono comunemente utilizzati origano, basilico o aglio, anche da parte di chi non è a conoscenza dei loro effetti sull'organismo. Questo non significa che, per una corretta ricezione del pet food con piante aromatiche da parte dei consumatori, un negoziante sia tenuto a spiegare a ciascun cliente che l'efficacia di questi elementi officinali sia dovuta alla presenza di sostanze bioattive quali flavonoidi, oli essenziali, alcaloidi e polifenoli che, seppur contenuti in piccole quantità, hanno un'alta efficacia sia per scopi terapeutici sia preventivi. L'importanza di questo genere di mangimi per il retailer specializzato non dipende dal fatto che gli addetti alla vendita siano in grado, all'occasione, di vestire i panni dell'erborista. Anche se non è un caso che questi articoli siano

FIORE (2G PET FOOD): "COMPORTAMENTI DI ACQUISTO IN LINEA CON I CONSUMI UMANI"

Federica Fiore, marketing manager 2G Pet Food



I consumatori sono sufficientemente informati sulle caratteristiche e le finalità dei prodotti con erbe aromatiche?

«Quello delle erbe aromatiche è un filone ancora in fase di formazione, il consumatore va affiancato perché riconosca la presenza e la funzionalità di questi ingredienti nel pet food per la salute del cane e comprenda la differenza fra le numerose proposte che il mercato mette a sua disposizione. Anche nella dieta umana, basilico, salvia e rosmarino vengono comunemente utilizzati per dare ulteriori benefici al cibo pur senza sapere quali sono le loro proprietà. Questo si riflette anche nei consumi di pet food».

In che modo andrebbe orientato il servizio di accompagnamento alla vendita?

«È importante far capire quale beneficio offre ogni ingrediente. Questi alimenti nascono in molti casi proprio partendo da un bisogno specifico a cui viene data una risposta attraverso la presenza di ingredienti naturali e che offrono reali benefici. Ad esempio, a chi cerca un alimento che agisca favorendo l'igiene orale si può suggerire un prodotto con erba salvia. Oppure a chi cerca un aiuto alla digestione si potrà indicare il rosmarino».

Il numero di brand che propone articoli di questo tipo è in costante crescita. C'è un rischio di saturazione o ritiene che l'offerta attualmente disponibile sia adeguata alla domanda di questi prodotti?

«L'offerta sugli scaffali dei negozi è senz'altro in crescita, ma ritengo che a far la differenza sia la centralità che viene data alle erbe aromatiche all'interno della lista degli ingredienti. È sempre l'etichetta che definisce la qualità di un prodotto. Ci sono molti cibi in cui basilico, prezzemolo, rosmarino o salvia sono uno fra tanti ingredienti e ce ne sono altri in cui le erbe aromatiche hanno una centralità nella ricetta. Sono queste ultime che offrono un plus reale all'animale ed è importante aiutare il proprietario a comprendere questo fatto».

Quale futuro avranno questi prodotti nel mercato del pet food?

«Continueranno senz'altro a crescere sugli scaffali e nelle vendite, sulla scorta della sempre maggiore richiesta di prodotti naturali».

MARPET DEPURA CON CARDO MARIANO, CARCIOFO E ROSMARINO



La presenza di pesce come unica fonte proteica e delle piante officinali con proprietà depurative rende Greenfish un alimento capace di rispondere

efficacemente a molteplici esigenze. Cardo mariano, carciofo e rosmarino sono inseriti dopo la cottura. La veste grafica del prodotto è stata recentemente rinnovata, per una maggiore riconoscibilità sugli scaffali. Greenfish è disponibile nei formati 1,5 kg e 7,5 kg per cani mini e medium size e 12 kg per le taglie medium e maxi.

MONGE STIMOLA LE DIFESE IMMUNITARIE



Le crocchette Monge Natural Superpremium Speciality Line Adult con anatra, riso e patate contengono estratto di carciofo, echinacea, origano e aglio, per stimolare le difese immunitarie e proteggere

il fegato. La L-Carnitina rafforza il sistema circolatorio e garantisce un peso ottimale. La formula è senza coloranti e conservanti artificiali ed è garantita Made in Italy, No OGM e No cruelty test.

MAORI PET PROPONE IL MASTICATIVO CALMANTE



BrucBool di Maori Pet è un prodotto 100% naturale e made in Italy. Si tratta di una radica ottenuta dalla raccolta ecosostenibile, bollitura e lavorazione di un'essenza arborea tipica del nostro Paese e serve per incanalare l'istinto masticatorio del cane, svolgendo un'azione calmante, e per la pulizia dei denti. Il prodotto non si scheggia ed è adatto a tutti i cani, soprattutto quelli col vizio di rosicchiare.



Pets in the city

MILANO

4 > 5 > 6 ottobre 2019

STAY TUNED

sempre più spesso reperibili da parte dei proprietari di animali da compagnia anche nelle farmacie. In realtà il cibo fitoterapico ha un alto potenziale di vendita anche all'interno di pet shop e catene proprio perché favorisce la specializzazione. Prima di tutto perché l'ampia offerta dell'industria per questo genere di prodotti mette a disposizione del canale la possibilità di selezionare referenze particolari che hanno un forte richiamo verso il pubblico finale, marchi di nicchia ad alto valore aggiunto e formulazioni insolite con cui differenziare l'assortimento rispetto ai competitor, in particolare dei siti di vendita online.

UN SEGNALE DI NATURALITÀ /

In secondo luogo, il pet food con erbe aromatiche può diventare una preziosa leva per facilitare il rapporto diretto fra negoziante e consumatore. A patto però, come si anticipava, di fornire ai proprietari la conoscenza degli elementi fondamentali per una scelta consapevole di questi articoli. È fondamentale informare adeguatamente il pubblico finale, spiegando ad esempio che uno dei principali plus offerti dalle erbe aromatiche è rappresentato dal fatto che queste sono un elemento prezioso per i mangimi naturali, che per essere tali non devono contenere, fra gli altri, antiossidanti e conservanti artificiali. Ecco perché fra gli ingredienti più diffusi per sostituire le sostanze di derivazione chimica si trova un'erba aromatica come il rosmarino, le cui proprietà favoriscono

RAVAGNAN (MARPET): "PIÙ FACILE LA FIDELIZZAZIONE"

Valentina Ravagnan, direttore tecnico di Marpet



Quali sono gli strumenti di comunicazione più efficaci per favorire una maggiore comprensione da parte dei consumatori delle caratteristiche dei prodotti che contengono erbe aromatiche?

«Il packaging è lo strumento fondamentale per spiegare il contenuto di questi prodotti. Il richiamo alla presenza di erbe e alla naturalità degli ingredienti attraverso le immagini è molto importante per una comunicazione immediata del plus offerto da questi articoli. Un ruolo importante è rivestito anche dall'etichetta, attraverso la cui lettura è possibile conoscere le caratteristiche di ogni formulazione e l'importanza che viene data, in questo caso specifico, alle erbe aromatiche».

I consumatori conoscono le caratteristiche e le finalità dei prodotti con erbe aromatiche?

«Il panorama è abbastanza variegato. C'è una parte considerevole di consumatori che sono prevalentemente attirati dal disegno o dalla foto di piante ed elementi naturali. Ma c'è anche una parte di proprietari in costante aumento che è molto informata e che si aggiorna costantemente sugli effetti prodotti dagli ingredienti naturali e sulle novità che il mercato continua a proporre».

Evidenziate particolari comportamenti di acquisto?

«Anche in questo caso il contesto è vario. C'è chi acquista per impulso e c'è chi cerca un prodotto con uno scopo preciso per rispondere a un'esigenza specifica dell'animale. In entrambi i casi, spesso si giunge alla fidelizzazione verso un marchio. Questi articoli generano un alto grado di soddisfazione, motivo per cui frequentemente portano a una richiesta continuativa da parte dei proprietari che li provano».

Quale sarà l'ulteriore evoluzione di ingredienti nel pet food?

«Il mercato oggi vede già un ampio utilizzo di ingredienti come le erbe aromatiche, ma c'è ancora spazio per differenziarsi ulteriormente variando il tipo di pianta utilizzato. Proprio la differenziazione sarà la chiave dell'ulteriore sviluppo di questi prodotti: i negozianti sono alla costante ricerca di referenze e marchi poco diffusi e ad alto valore aggiunto con cui affrontare una competizione sempre più aggressiva in tutto il panorama distributivo italiano».

CANAGAN PENSA ANCHE AGLI SMALL DOG



Canagan Country Game è formulato con anatra, cervo e coniglio e prevede un elevato contenuto di vegetali ed erbe mediche, tra cui la calendula. Il prodotto è senza coloranti, aromi e conservanti

artificiali ed è disponibile anche in versione "Small breed" per razze piccole. Canagan è un marchio distribuito in Italia da Vema Petfood & Care.

2G PET FOOD: IL BISCOTTO CALMANTE E ANTINFIAMMATORIO



Con le loro proprietà antiossidanti e antivirali, i Basil Cookies di 2G Pet Food sono un fuoripasto naturale con un effetto calmante e rilassante. Gli oli contenuti nella fibra della foglia di basilico contribui-

scono ad alleviare gli effetti dell'artrite canina e sono curativi per le articolazioni. Quest'erba è anche un antinfiammatorio intestinale e favorisce la corretta attività dell'apparato urinario.

ACANA UTILIZZA PIANTE DAL CANADA



Tra gli ingredienti botanici selezionati da Acana, ci sono le erbe aromatiche come la curcuma, la radice di bardana, la lavanda e la radice di altea, che fungono da tonici e ricostituenti, rinforzando specifici organi e supportando la digestione. Inoltre, queste preziose erbe aiutano ad eliminare le tossine attraverso la stimolazione di alcuni processi fisiologici. Le piante utilizzate sono coltivate in Canada, senza OGM e pesticidi, raccolte a mano ed essiccate al sole da produttori locali.

la conservazione del prodotto. Insomma, prima ancora che in termini di effetti sulla salute e il benessere del cane o del gatto, l'importanza delle piante aromatiche utilizzate nel pet food va considerata per il fatto che queste rappresentano un segnale di riconoscimento della naturalità e, di conseguenza, dell'alta qualità di un prodotto.

AMPIA SCELTA /

Rispetto ad altri ingredienti di origine vegetale che oggi vengono comunemente utilizzati nel pet food, come ad esempio frutta e verdura, e che sono dosati in maniera tale da offrire soltanto un piccolo contributo di vitamine, minerali e fibre, le piante officinali hanno un'efficacia ben più misurabile. Anche una piccola quantità di queste erbe fornisce un importante apporto di principi attivi, motivo per cui gli ingredienti aromatici hanno registrato inizialmente un ampio utilizzo nella mangimistica dietetica. Oggi però anche nel pet food di mantenimento si trova un vasto assortimento di questo genere di referenze, che sono trattate dalla maggior parte delle aziende fornitrici. Questo perché basilico, rosmarino, salvia, menta, o tè,



Uno dei principali plus offerti dalle erbe aromatiche è rappresentato dal fatto che sostituiscono gli antiossidanti artificiali nei mangimi naturali

solo per citare alcuni esempi, se assunti quotidianamente nella dieta del cane o del gatto, esercitano un'azione antiossidante, oppure antinfiammatoria, tonica, rilassante, antifungina o digestiva, con-

tribuendo al suo benessere generale e a prevenire l'insorgenza di patologie. Per il negoziante l'opportunità di valorizzare questo genere di offerta dipende dalla capacità di far comprendere i plus che

Ha in testa solo quello!

Il mercato dell'acquariologia ha margini di vendita importanti e richiede poco spazio per partire.

Noi ti possiamo aiutare a farlo!

- Offerta completa
- Guadagni aggiuntivi
- Formazione professionale
- Supporto alla crescita
- Valore del Made in Italy

Contattaci a info@PRODAC.it e scopri come diversificare il tuo business!

WWW.PRODAC.IT
Tel.: 049.597.16.77

APRI UN CORNER DI ACQUARIOLOGIA NEL TUO PET SHOP!

+ DI 40 ANNI DI ESPERIENZA
prodotti esportati in 45 paesi



Providing Aquatic Solutions



la caratterizzano e di individuare la referenza più indicata per le esigenze del singolo individuo nei soggetti che, ad esempio, hanno terminato un trattamento dietetico e vogliono prevenire il ripresentarsi di un particolare disturbo.

IL FUTURO È ALTERNATIVO /

La presenza degli ingredienti officinali e aromatici nel pet food è destinata a crescere ulteriormente nei prossimi anni. In particolare cresceranno gli ingredienti insoliti e in grado di affrontare situazioni specifiche. E i consumi si orienteranno di conseguenza. Questi mangimi rappresentano infatti la risposta ideale all'esigenza da parte dell'industria di continuare a evolvere creando prodotti che soddisfino ogni tipo di esigenza. Il percorso intrapreso dal settore pet porta infatti gli sforzi delle aziende fornitrici a cercare soluzioni su misura per qualsiasi necessità alimentare di cani e gatti. La fitoterapia, in particolare, sarà sempre più rilevante anche per prevenire l'abuso di farmaci e parafarmaci. Il rischio incombente è infatti di portare gli animali domestici a non rispondere più efficacemente al trattamento medico con prodotti di sintesi. Il pet food piante officinali non sostituirà mai i farmaci ma, a oggi, rappresenta la principale proposta individuata dai produttori per limitare il loro utilizzo. 

LONGONI (MAORI PET): "CRESCE DOMANDA DI PRODOTTI ANCHE GRAIN FREE"

Giangiaco Longoni, titolare di Maori Pet



Quali sono i trend legati all'uso di erbe aromatiche nel pet food?

«C'è una sempre maggiore propensione all'utilizzo di piante officinali, erbe aromatiche, ma anche piccoli frutti e ortaggi. È un ritorno alle origini dell'alimentazione degli animali, che dalla natura hanno sempre ricavato tutti i nutrienti necessari ad una dieta bilanciata».

Quali sono i principali comportamenti di acquisto per questa categoria di prodotto?

«C'è una particolare propensione verso articoli che, oltre a contenere erbe e piante, abbiano anche una formulazione grain free. I consu-

matori tendono a informarsi sempre più frequentemente sulle caratteristiche, le proprietà e le modalità di impiego dei diversi ingredienti naturali nell'alimentazione».

Il numero di brand che propone articoli di questo tipo è in costante crescita. C'è un rischio di saturazione o ritiene che l'offerta attualmente disponibile sia adeguata alla domanda di questi prodotti?

«Seguendo il trend degli altri Paesi, in cui la sensibilità per questo segmento di mercato è più alta, non credo che nel breve periodo ci sarà una saturazione. Più offerta c'è, più il consumatore ha la possibilità di individuare la qualità all'interno delle varie formulazioni».

La richiesta di alimenti per cani e gatti con erbe aromatiche è destinata a crescere ancora?

«Sì. Se il trend del pet food continuerà a essere simile a quello dell'alimentazione umana, la richiesta di prodotti naturali, che utilizzano materie prime di qualità, sarà sempre più alta. La crescita sarà spinta in parte anche dalla possibilità di utilizzo di questi articoli per il supporto al trattamento delle patologie più comuni. Per noi il segmento ha già un ruolo primario. In futuro andremo ad ampliare la varietà di piante ed erbe presenti nei nostri alimenti e a studiare formulazioni naturali che incidano positivamente sulla digeribilità e l'apporto nutritivo delle crocchette».

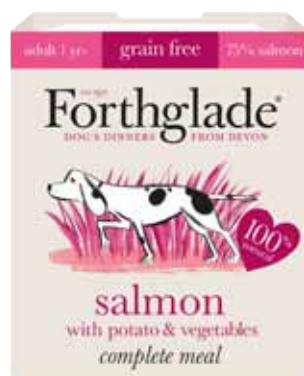
BUTCHER'S FA IL PIENO DI ERBE E VERDURE



Butcher's amplia la sua offerta inserendo nuove ricette con un'unica fonte proteica animale e prive di cereali, glutine, soia, aromi, coloranti o conservanti aggiunti. Ogni formulazione prevede l'utilizzo di erbe quali menta, prezzemolo, rosa canina (cinorrodo), e verdure, come broccoli, fagiolini e carote. Questi prodotti sono disponibili in lattina da 390 g o vaschetta da 150 g, a seconda della taglia del cane.

FORTHGLADE: SAPORI E PROFUMI DELLE BRUGHIERE DEL DEVON

Per i suoi alimenti umidi, Forthglade utilizza solo ingredienti naturali e attua metodi di cottura a vapore, per favorire digeribilità e appetibilità. Anatra, tacchino, pollo, salmone e agnello si uniscono a zucca, patate, verdura ed erbe aromatiche delle brughiere del Devon. Composti al 75% da proteine animali, grain free e senza additivi, questi prodotti sono distribuiti in Italia da Pet Village.



UN MIX DI TIMO ROSMARINO E ORIGANO CON CARNILOVE

La formula di Carnilove Adult Salmon è composta al 70% da ingredienti animali ed è priva di cereali e patate. Il salmone è una fonte proteica altamente digeribile adatta anche agli stomaci delicati, con spiccate proprietà anti-infiammatorie e ricca in acidi grassi insaturi omega 3. L'aggiunta di erbe aromatiche come timo, rosmarino e origano aumenta ulteriormente le proprietà antisettiche, antiossidanti e antinfiammatorie.

