



# Quali prospettive per il dry food?

*Dopo anni di crescita a valore e a volume, il mercato degli alimenti secchi segna una leggera flessione nel primo semestre del 2024. Tuttavia, nonostante le difficoltà del periodo, i pet owner continuano a preferire un'alimentazione di qualità quando possibile. Ecco perché i prodotti superpremium conferma buone performance, mentre soffre la fascia intermedia. Le formule più presenti sullo scaffale sono monoproteico, low grain e grain free.*

di Francesco **Graffagnino**

LA PAROLA  
ALL'INDUSTRIA5 voci a  
confronto
**MARZIO BERNASCONI**  
direttore commerciale  
di **Wonderfood**

**ILARIA BOLLITO**  
responsabile  
ricerca e sviluppo  
di **Cerere Pet Food**
**DAVIDE PEZZONI**  
responsabile commerciale  
di **Aldog**

**ANDREA CONFORTI**  
Ceo di **Necon**
**MARINA ALMICI**  
Ceo e owner  
di **Nuova Fattoria**


È sufficiente una breve passeggiata tra gli scaffali di un pet shop per rendersi conto di quanto ampia e specializzata sia ormai l'offerta di cibo secco. Per cani certamente, ma anche le referenze per i gatti stanno crescendo in modo esponenziale. L'industria cerca sempre di più di offrire la stessa ampiezza di assortimento anche al mondo cat. Tuttavia, a differenza di quanto si è assistito negli ultimi anni in cui il mercato è riuscito a esprimere tante novità in questo segmento, bisogna segnalare una certa stazionarietà per quanto riguarda le nuove proposte di prodotto. La parola d'ordine in questo momento per i produttori sembra essere quella di consolidare e ampliare le linee già esistenti cercando di offrire alla clientela una gamma adeguata a ogni esigenza nutrizionale del pet.

Se si analizza l'andamento dei volumi di vendita dei primi sei mesi del 2024, la crescita del dry food sembra essere arrivata a un momento di stallo. Infatti, secondo i dati pubblicati nell'ultimo Rapporto Assalco - Zoomark, nel 2023, il segmento ha generato un giro d'affari complessivo di 1.227 milioni di euro, con una crescita a valore del 13,4% a cui tuttavia ha corrisposto un calo dei volumi pari all'1,1%.

Se il Rapporto fornisce un quadro piuttosto positivo dell'andamento del mercato per il 2023, almeno relativo alle vendite a valore, i primi sei mesi di quest'anno hanno invece mostrato una leggera inversione di tendenza con i fatturati ma soprattutto i volumi in flessione. In particolare, la maglia nera va al mese di giugno, caratterizzato per uno stallo del sell in, confermato da industria e agenti di commercio, ma anche del sell out come riportato da diversi retailer. In questa performance incidono diversi fattori: anche i produttori devono infatti affrontare costantemente diverse sfide e difficoltà quali il reperimento delle materie prime di qualità e l'aumento dei costi di produzione sempre più ingenti, energia e logistica in primis.

## 1. Crescono di più le vendite del secco cane o del gatto?



**Marzio Bernasconi (Wonderfood):** «Il segmento degli alimenti per gatti è quello che negli ultimi anni ha visto il maggior incremento, anche in termini di referenziamento, soprattutto nel segmento del wet, sia le private label delle catene, sia l'industria hanno presentato sul mercato le maggiori novità, seguendo quella che sembra essere una crescente richiesta di diversificazione da parte dei pet owner per soddisfare le esigenze sempre più specifiche dei propri pet».



**Ilaria Bollito (Cerere Pet Food):** «Possiamo confermare quanto emerge dai dati Assalco per quanto riguarda la suddivisione delle quote tra i due animali. Con il lancio delle nuove linee del nostro marchio storico Pralzo abbiamo creato una linea specifica di alimenti secchi per gatti».



**Davide Pezzoni (Aldog):** «Le referenze per i cani sono circa i tre quarti rispetto a quelle per i felini. Tuttavia a valore stanno crescendo maggiormente quelle per i gatti. Gioca a favore il fattore novità. È anche vero però che è molto più difficile fidelizzare il gatto, che cambia i gusti molto più spesso del cane».



**Andrea Conforti (Necon):** «I numeri parlano chiaro: nelle case degli italiani è aumentato il numero dei gatti che sappiamo essere clienti estremamente esigenti. Per i felini la nostra proposta è la gamma super premium Natural Wellness, che include numerose referenze per i soggetti sterilizzati, con ricette per il controllo del peso e del Ph urinario, gamma che performa da sempre molto bene. I dati del primo semestre 2024 confermano la tendenza positiva. Per i cani la proposta è più ampia con tre linee differenti, una delle quali rivolta solo ai soggetti di piccola taglia e, dati alla mano, quest'ultima è senza dubbio la più apprezzata e in crescita».



**Marina Almicci (Nuova fattoria):** «Ad oggi il secco cane è ancora il segmento che genera i volumi maggiori, il secco gatto, da poco lanciato da Nuova Fattoria, sta crescendo e sta prendendo quote di mercato con incrementi importanti in particolare all'estero e sui mercati emergenti».

## SFIDE E DIFFICOLTÀ /

Dopo anni di rialzo dei prezzi che hanno permesso una crescita positiva dei fatturati, ora il segmento sconta diverse problematiche quali la difficoltà di un numero sempre più alto di famiglie italiane ad affrontare il caro vita e l'inevitabile scelta, da parte di alcuni, di effettuare gli acquisti nei canali di vendita più convenienti rinunciando quindi

anche ad alcune caratteristiche peculiari dei prodotti. Questa tendenza però riguarda solo una quota ridotta di pet owner. Per quanto riguarda il cibo secco dry infatti ci sono degli elementi che tengono accesa la speranza, i proprietari sono portati a garantire al proprio pet un'alimentazione di qualità, e per far questo sono più propensi a rinunciare ad altri prodotti non strettamente necessari.

«Un tema che ultimamente ritorna spesso nei dibattiti di categoria, che vedo sempre più determinante per salvaguardare l'intero settore e agevolare i consumi, è rappresentato dalla riduzione dell'aliquota iva sugli alimenti per animali domestici e le cure veterinarie, che ritengo essere una questione rilevante per l'economia di molti nuclei familiari che, come detto, hanno nei confronti dei loro pet un'attenzione particolare, spiega Marzio Bernasconi, direttore commerciale di Wonderfood. La crisi e la riduzione della capacità di spesa dei pet owner non ha scalfito, come si è verificato in altri segmenti del pet care, il desiderio di offrire un prodotto di qualità al cane e al gatto. Da questo punto di vista, anche nel 2024 si attesta la tendenza del consumatore finale a scegliere dallo scaffale i prodotti con un punto prezzo più alto, con un conseguente ampliamento delle fasce premium. Così spiega Andrea Conforti, Ceo di Necon pet food: «I proprietari dei pet sono consapevoli che la salute dell'animale dipenda dalla corretta alimentazione e per tanto disposti a rinunciare ad altro piuttosto che alla qualità dell'alimento per il proprio cane o gatto. Per questo motivo, non abbiamo rilevato una diminuzione delle vendite delle linee superpremium. Riteniamo che i pet owner nonostante la minore disponibilità di spesa abbiano deciso di continuare ad acquistare il petfood più sicuro per il proprio pet».

## TRA CANE E GATTO /

Storicamente il segmento dry food vede una quota preponderante dedicata ai cani, mentre per il gatto a farla da padrone è sempre stato l'umido. Sempre secondo i dati forniti dal rapporto Assalco – Zoomark riferiti al 2023, il secco cane copre più della metà dei volumi dei prodotti dog, con una crescita a valore del 12% (-1,8% in volume). Il dry cat realizza invece poco meno di un terzo delle vendite degli alimenti per gatto e cresce del +15% a

## 2. Quali novità state per proporre sul mercato per questo segmento?



**Marzio Bernasconi (Wonderfood):** «Per quanto riguarda il mondo Oasy, l'innovazione futura sarà sempre guidata dalla qualità. La consapevolezza della continua evoluzione delle esigenze dei pet e dei loro parent, maturata in 35 anni di storia aziendale, ci aiuta a continuare nella ricerca e nello sviluppo di ricette sempre più aderenti a questi necessità, ma non allontanandoci mai dal principio di benessere alimentare che da sempre contraddistingue Oasy. Un altro obiettivo è quello di focalizzarci sempre di più sulle gamme dry ad alto valore nutrizionale: Oasy One Animal Protein e Oasy Grain Free Formula».



**Ilaria Bollito (Cerere Pet Food):** «Abbiamo lanciato la rivisitazione totale del nostro marchio storico Pralzo con tre linee per cani e una, molto ampia, dedicata ai gatti. Per il cane abbiamo le referenze con ricette multiproteico, monoproteico e il monoproteico no grain. Per i gatti presentiamo una linea che comprende tutte le referenze utili ai felini, come ad esempio i prodotti urinary, gastro intestinal, renal e le ricette per gatti sterilizzati».



**Davide Pezzoni (Aldog):** «A maggio abbiamo lanciato tre nuove ricette di monoproteici, al manzo, all'agnello e al pesce bianco, sia nel formato medio che mini. Abbiamo presentato anche altri due prodotti per il gatto, la gamma dedicata ai felini abbiamo in programma di ampliarla in futuro».



**Andrea Conforti (Necon):** «Recentemente abbiamo lanciato una nuova referenza della nostra linea No Gluten per arricchire l'offerta dei nostri alimenti super premium per i cani ipersensibili al glutine. Siamo uno dei pochi o probabilmente l'unico produttore in Italia che non utilizza proteine di pollo per il pet food e che propone alimenti con proteine alternative, come agnello, maiale, cervo, tacchino e anatra. In questo modo, la nostra offerta è varia e anche il proprietario di un soggetto delicato o intollerante può trovare la proposta più idonea che non rappresenti un rischio per la salute del suo cane o gatto».



**Marina Almici (Nuova fattoria):** «Nuova fattoria ha una storicità nel mercato che vuole consolidare: stiamo lavorando su novità che permettano di offrire ai proprietari di pet la qualità unica dei nostri prodotti con nuove formulazioni e nuovi ingredienti senza però sacrificare l'altissima qualità degli ingredienti che il nostro peculiare processo produttivo ci permette di utilizzare. Sicuramente le novità che porteremo al mercato del dry food per cani e gatti includeranno l'introduzione di formule arricchite con superfood e ricette specifiche per esigenze particolari come la salute digestiva».

## LA PAROLA AL RETAIL

### “PREZZI PIÙ STABILI RISPETTO AGLI ANNI PASSATI”

**Emanuele Ravasi – Heroes Pet, Bresso (MI)**

«Vendiamo molte più referenze secche dedicate al cane, mentre per il gatto le gamme umide vanno ancora per la maggiore. Non ho visto un particolare rallentamento delle vendite in questo 2024, anzi il punto vendita è in espansione e in crescita. Ho notato che rispetto all'anno scorso i prezzi si sono stabilizzati: qualche azienda ha riproposto degli aumenti ma di pochissimi punti percentuali mentre molte altre hanno stanno effettuando offerte sul dry food. In generale la clientela è sempre più attenta a cosa compra, rispetto ad alcuni anni fa guarda di più l'etichetta e le specifiche di prodotto. Molto importante è anche l'indicazione del veterinario per quanto riguarda le linee diet».

### “BENE I LOW GRAIN E GLI IPOALLERGENICI”

**Emiliana Testori – Zampalesta, Orsenigo (CO)**

«In quest'ultimo periodo e in particolare nel mese di giugno abbiamo assistito a un calo importante nelle vendite. Non sappiamo ancora il perché, potrebbe essere determinato dal fatto che con il caldo magari gli animali mangiano di meno. L'unico brand che continua ad essere molto richiesto è Italian Way di Giuntini, che ha mantenuto le stesse quote dell'anno scorso. Nel 2023 avevamo chiuso l'anno positivamente, nonostante i diversi rincari di prezzo che avevano fatto salire molto i listini. Probabilmente la causa di questo rallentamento delle vendite è dovuta al continuo rincaro che sta portando alcuni clienti a fare delle scelte più economiche e a rivolgersi a qualche altro canale. Per quanto riguarda la leva promozionale possiamo attuarla solo quando viene proposta dai produttori, altrimenti per noi è impossibile applicarla. Il cliente che rimane è tendenzialmente più fidelizzato a un determinato brand, ed è molto più attento, in generale vengono richiesti di più le ricette low grain e gli ipoallergenici».

valore mantenendo gli stessi livelli di volume dell'anno precedente.

Se da una parte industria e retail sono concordi nell'affermare che per quanto riguarda l'alimentazione secca la parte dog sarà ancora predominante, dall'altra sono sempre di più i produttori che investono per completare le gamme secche dedicate ai felini. Infatti questa area presenta delle prospettive interessanti di penetrazione del mercato del dry food. Inoltre, a fronte di un aumento di prezzi

e una difficoltà nel reperire le materie prime per la preparazione degli alimenti umidi, alcune aziende stanno investendo per ampliare le linee di secco dedicate ai felini con un occhio di riguardo alla palatabilità degli ingredienti ma non solo. È noto come il gatto abbia gusti variabili e difficili, anche per questo motivo spesso l'industria propone soluzione di mix feeding dove alla crocchetta si cerca di abbinare una salsa o un altro preparato in modo tale da rendere più

appetibile ma anche variabile il pasto per il gatto. Di conseguenza nell'ultimo periodo si è assistito a un incremento delle referenze divise per funzionalità specifiche al fine di soddisfare tutte le esigenze espresse dal mondo felino.

## MONOPROTEINA E NO GRAIN /

Si accennava prima alla difficoltà, registrata in particolare negli ultimi mesi da parte di tutta l'industria del pet care, di proporre in-

### 3. Quali sono le nuove tendenze per quanto riguarda le materie prime?



**Marzio Bernasconi (Wonderfood):**

«La ricerca e sviluppo è molto attenta alla selezione dei partner. La qualità e la tracciabilità delle materie prime sono da sempre priorità assolute, ci impegniamo da sempre per ottenere ingredienti da fornitori certificati. I nostri prodotti inoltre non contengono additivi, conservanti e coloranti artificiali. Preferiamo da sempre utilizzare conservanti naturali e processi di produzione che mantengano l'integrità nutrizionale degli ingredienti, per una migliore digeribilità e assimilazione da parte dei pet».



**Davide Pezzoni (Aldog):**

«Per scelta non usiamo molti cereali. Per quanto riguarda invece le proteine abbiamo ampliato la gamma con una ricetta al manzo. Registriamo un buon andamento anche per il pesce bianco. Non abbiamo esplorato le nuove tendenze, ad esempio referenze vegetariane o a base di insetti, questo non vuol dire che non siamo sempre alla ricerca di novità da inserire nelle nostre ricette. Ad esempio stiamo studiando una nuova linea realizzata con proteine idrolizzate di altissima qualità».



**Andrea Conforti (Necon):**

«Siamo sempre più selettivi per garantire totale sicurezza al consumatore finale e ai pet. Non possiamo permetterci di affidarci a fornitori poco precisi o improvvisati, preferiamo selezionare con cura ogni ingrediente che utilizziamo, così come l'intermediario che ce lo propone».



**Ilaria Bollito (Cerere Pet Food):**

«Ci siamo affidati a partner produttivi che privilegiano ingredienti di qualità ed essenzialmente del territorio. Non escludiamo di proporre eventualmente in futuro anche prodotti che contengano anche insetti. Sono senza dubbio delle farine interessanti ma servono ancora approfondimenti dal punto di vista scientifico».



**Marina Almici (Nuova fattoria):**

«La cura nella selezione delle materie prime è da sempre il pilastro che contraddistingue Nuova Fattoria, questa scelta non è solo dettata dal tipo di processo produttivo che evita l'estrusione, ma è alla base della nostra filosofia, che ci porta ad utilizzare materie di qualità di elevatissimo standard, che vengono controllate in fase di selezione dei fornitori e quotidianamente nella fase di accettazione delle stesse nel nostro magazzino».

### 4. Quali ricette e claim sono più richiesti dal consumatore finale?



**Marzio Bernasconi (Wonderfood):**

«Sicuramente la richiesta di naturalità è un elemento che vediamo sempre più affermarsi come richiesta da parte dei pet parent. Anche il tema del no grain e dei prodotti specifici rappresenta un elemento di scelta. Parlando poi di carnivori, un elemento distintivo è la quantità di ingredienti animali contenuta nei prodotti, sia in forma fresca che in farina o disidratata, che per un prodotto di qualità si dovrebbe sempre trovare come prima voce in composizione».



**Ilaria Bollito (Cerere Pet Food):**

«In questo momento sono ancora molto richieste formulazioni monoproteiche e low grain. A livello mondiale, però, stiamo cominciando a notare alcune nuove richieste, soprattutto, da parte dei consumatori più giovani».



**Davide Pezzoni (Aldog):**

«Viene richiesto sempre di più il prodotto monoproteico, con un'attenzione anche ai grassi utilizzati, ad esempio noi scegliamo l'olio di salmone invece di quello di maiale. Il cliente sta tornando a prediligere la semplicità degli ingredienti proposti, preferendo una ricetta breve e con alimenti di qualità».



**Andrea Conforti (Necon):**

«Purtroppo ci sono molti soggetti in sovrappeso e nella maggior parte dei casi modificare la dieta è l'unica possibilità per salvaguardare la loro salute. Nei gatti sterilizzati, ma anche nei cani di piccola taglia, i fenomeni di obesità sono frequenti e per loro proponiamo ricette low fat, con una percentuale ridotta di grassi, e ovviamente low grain. Il consumatore ricerca spesso questa tipologia di prodotto, così come preferisce differenziare la dieta per cuccioli e gattini o per cani senior e delicati: soggetti che per l'età o per altri motivi necessitano di un'alimentazione facilmente digeribile e leggera, per tenerli in forma senza mai appesantirli o procurare alcun tipo di malessere».



**Marina Almici (Nuova fattoria):**

«I consumatori finali richiedono sempre più ricette che enfatizzano ingredienti naturali, con proteine di qualità e con fonti monoproteiche animali. I claim più popolari includono "senza cereali", "senza glutine", "ricco di proteine", "ingredienti naturali", "senza additivi artificiali" e "supporto alla salute specifica" come per le articolazioni, la pelle e il pelo, o la digestione».

novazioni significative sul mercato. In parte, questa osservazione può essere estesa anche al dry food. Nell'ultimo periodo i produttori hanno deciso di investire decisamente su determinate referenze quali i monoproteina, low e no grain. Il successo di queste gamme è dovuto anche all'aumento di intolleranze alimentari nei pet: vere o presunte che siano, sicuramente questo tipo di ricette garantiscono un miglior benessere dell'animale. Un altro trend in crescita riguarda l'utilizzo dei superfood che hanno diversi effetti benefici agli animali. Quindi, largo ad alghe o frutti con proprietà antiossidanti i quali spesso vengono combinati nelle referenze monoproteiche.

Sono numerosi però i produttori che hanno invece deciso di percorrere la strada dell'etichetta breve, ovvero inserendo il minor numero di ingredienti secondo l'assioma: meno ingredienti e più qualità. E sempre in tema di qualità, non solo la scelta di quale proteina utilizzare, ma anche la quantità presente nella ricetta rappresenta una vera e propria sfida per l'industria. Spesso la differenza qualitativa tra i diversi prodotti è proprio determinata dalla quantità della proteina presente: in gran parte dei monoproteici spesso la percentuale non va oltre un terzo della ricetta complessiva e non è raro trovarle combinate con altre fonti proteiche di origine vegetale. La ricerca e l'innovazione nel cibo secco si sono concentrate soprattutto nella selezione delle materie prime e, ovviamente, in particolare delle proteine. Ma non solo, per quanto riguarda la presenza dei cereali, un tempo quasi demonizzata all'interno della lista ingredienti, oggi si registra un cambio di tendenza. Grano, mais e affini, pur "low", continuano a essere presenti nelle ricette con un'attenzione particolare da parte dell'industria nel selezionare e controllare sempre più la filiera di approvvigionamento. Non da ultimo, un ruolo sempre più determinante è ricoperto dai veterinari, veri e propri consulenti, determinanti nel suggerire ai pet owner quali prodotti comprare.

## 5. Quali sono le fasce di prezzo che hanno guadagnato più quote di mercato?



**Marzio Bernasconi (Wonderfood):** «Le fasce premium e superpremium sono quelle che sono cresciute di più, proprio per le motivazioni che determinano la scelta di acquisto, da parte dei pet parent, precedentemente evidenziate. Ritengo che per mantenere questa tendenza, il nostro impegno come Oasy debba essere quello di rimanere fedeli alla nostra mission: proporre prodotti di alta qualità al giusto prezzo. Continueremo quindi a concentrarci su quello che meglio ci è riuscito fare in questi anni: formulare alimenti che sostanzino la qualità, per il benessere giornaliero e duraturo dei nostri pet».



**Ilaria Bollito (Cerere Pet Food):** «I dati di mercato indicano che aumentano le vendite dei prodotti di fascia più alta e più bassa. Sono in calo invece i prodotti che si attestano sulla fascia media, esattamente come succede nel mercato alimentare umano. Alcune rilevazioni indicano che addirittura un consumatore su sei è passato a un prodotto di fascia più bassa oppure a confezioni più grandi in offerta. Noi rispondiamo a tutte le richieste dei consumatori grazie alle nostre tre linee di alimenti: Pralzoo soddisfa la fascia dei clienti più attenti alla qualità superiore ed alle esigenze specifiche; Vitto è dedicato ai clienti che desiderano un buon alimento più economico, infine proponiamo anche la nostra linea Pars basata sulla dieta mixata».



**Davide Pezzoni (Aldog):** «Confermiamo il trend cui si è assistito nell'ultimo periodo che ha visto le referenze premium e superpremium guadagnare sempre più quote di mercato. I proprietari che avevano scelto un'alimentazione di qualità, anche di fronte alle difficoltà economiche del periodo, non si sono rivolti verso una fascia più bassa dello scaffale. Questo perché un'alimentazione di qualità ha degli effetti positivi evidenti sulla salute e la vita dell'animale».



**Andrea Conforti (Necon):** «Senza dubbio la fascia di prezzo medio alta, che include gli alimenti superpremium e il pet food con ingredienti naturali, è quella che registra performance di vendita migliori. I prodotti appartenenti a questa categoria hanno guadagnato più quote e stimiamo che mantengano un trend positivo anche in futuro».



**Marina Almic (Nuova fattoria):** «Le fasce di prezzo base e premium hanno guadagnato quote di mercato significative, mentre sulla parte superpremium si sono consolidate le posizioni dei brand e dei prodotti che hanno saputo coniugare benefici, qualità e benessere per il pet grazie alla crescente consapevolezza e preoccupazione dei proprietari per la salute e il benessere dei loro animali».

Monge Natural Superpremium All Breeds Adult Monoprotein Maiale con Riso e Patate è un alimento completo per cani adulti di tutte le taglie, disponibile nel formato da 2,5kg e 12kg. Si tratta di un prodotto formulato con un'unica fonte proteica animale con il maiale come primo ingrediente. All'interno è inclusa anche carne fresca per una digeribilità e appetibilità ottimale. La ricetta è arricchita con prebiotici di ultima generazione xilo-oligosaccaridi per il supporto del benessere intestinale. La formulazione contiene inoltre ingredienti ed estratti vegetali, come la radice di echinacea, origano, aglio, estratto di carciofo, e la spirulina, che contiene antiossidanti per neutralizzare i radicali liberi.



**LA RICETTA DI MONGE CON PREBIOTICI PER IL BENESSERE DELL'INTESTINO**

### FORZA10 LANCIA LA NUOVA GAMMA ACTIVE VET DIET ANCHE PER TAGLIE MINI E TOY

Forza10 ha sviluppato sei nuovi prodotti dall'eccellente appetibilità indicati per la gestione nutrizionale di problematiche cliniche dermatologiche e gastroenteriche. La ricetta degli alimenti Active Vet Diet prevede un'unica fonte proteica di origine animale, gli ingredienti sono ipoallergenici e ricchi di omega 3 e 6. Inoltre, i cibi della linea contengono estratti fitoterapici con mix unici e specifici per ogni prodotto, in base allo scopo nutrizionale. La gamma Forza10 Active Vet Diet si amplia anche nella versione mini&toy.



Supreme Sensible India è un alimento completo secco vegetariano che, con la ricetta a base di riso altamente digeribile e piselli, porta nella ciotola una ventata di novità. Questa ricetta contiene preziosi acidi grassi omega 3 e omega 6 a supporto del benessere della pelle e della lucentezza del manto. India contiene anche ingredienti speciali come mirtilli rossi americani, cocco e curcuma, i quali costituiscono un'ottima base nutrizionale ideale anche per i cani più sensibili.

**HAPPY DOG PRESENTA SUPREME SENSIBILE INDIA CON MIRILLI, COCCO E CURCUMA**



**LA LINEA SENSITIVE DI NATURAL TRAINER CON PREBIOTICI**

La linea Sensitive, della gamma secco Natural Trainer, propone una formula adattata con concentrato di ananas 100% naturale e prebiotici naturali dalla radice di cicoria, garantendo benessere e gusto per il tuo cane. Natural Trainer Sensitive è disponibile nelle varianti noglutene e no grain, entrambe con formula monoproteica animale, è infatti pensata per soddisfare le esigenze di cani con sensibilità alimentari e per aiutare la digestione.



Il Programma Crescita Royal Canin è un'offerta nutrizionale completa di alimenti specifici per cuccioli e gattini dedicati ad ogni fase del loro sviluppo, grazie ad un commisurato apporto energetico e un quantitativo adattato di nutrienti selezionati per supportare le loro esigenze, tra cui un sistema digestivo delicato e difese naturali in evoluzione.

**IL PROGRAMMA CRESCITA FIRMATO ROYAL CANIN**

**LE CROCCHETTE PER GATTI HFC DI ALMO NATURE**

Le crocchette Almo Nature Hfc sono preparate con carne o pesce freschi, senza farine o prodotti disidratati di origine animale. Ciò consente di offrire al gatto un alimento con proteine nobili digeribili fino al 98,73% con conseguente beneficio per il microbiota intestinale. Le ricette monoproteiche sono pensate per le esigenze dei gatti sterilizzati o poco attivi, con un basso contenuto di magnesio per ridurre la possibilità di calcoli, un moderato contenuto in grassi e un adeguato apporto di fibre per aiutare il controllo del peso. L'aggiunta di mirtillo rosso contribuisce inoltre al buon funzionamento delle vie urinarie. Le ricette Almo Nature Hfc in brodo, gelatina o mousse oltre a idratare, apportano proteine nobili e altamente digeribili in quantità significative e sono il complemento ideale alle crocchette.



Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula è una linea monoproteica completa e bilanciata, preparata con una sola fonte

proteica animale disidratata, per una ricetta chiara ed essenziale, e solo un cereale nobile di alta qualità. È integrata con Beta-Glucani ma soprattutto realizzata con un'innovativa ricetta di Superfood della tradizione mediterranea, senza grasso di pollo, frumento, soia o mais aggiunti. È formulata senza coloranti, appetizzanti o conservanti artificiali aggiunti ma preservata solo con antiossidanti naturali.

**EXCLUSION PROPONE MEDITERRANEO MONOPROTEIN FORMULA PER CANI E GATTI**

Greenfish, una delle linee più storiche e conosciute, unisce le virtù del pesce azzurro al carciofo, al cardo mariano e al rosmarino, piante ricche di proprietà depurative e antiossidanti. Greenfish garantisce un'alimentazione equilibrata anche in caso di esigenze nutrizionali specifiche come le intolleranze, coadiuvandone la gestione e risoluzione. Grazie al suo apporto di omega 3 e 6 unito al mix delle piante officinali, Greenfish contribuisce efficacemente al benessere dei soggetti adulti e ad una corretta crescita dei cuccioli. Disponibile nei formati puppy, adult mini e adult medium/maxi.



**GREENFISH DI MARPET, UN AIUTO EFFICACE NELLA GESTIONE DELLE INTOLLERANZE ALIMENTARI**

**DA HILL'S PRESCRIPTION LA LINEA DIET DERM COMPLETE**

Derm Complete presenta una formula clinicamente testata per le allergie alimentari e ambientali nei cani. Aiuta a ridurre il prurito e migliora visibilmente la cute in soli 21 giorni. La presenza dell'Histaguard Complex, una miscela esclusiva di composti bioattivi e fitonutrienti, aiuta a normalizzare la reazione del sistema immunitario agli allergeni ambientali. Disponibile anche in versione mini e puppy.



**ZODIACO USA MAIALE FRESCO IN TOGETHER ADULT SENSITIVE**

Together Adult Sensitive Grain Free è un alimento completo con maiale fresco, ricco in patate per il cane adulto sensibile. È un prodotto gluten free e grain free, con ingredienti naturali come un mix di frutta e verdura fonte naturale di fibre, senza coloranti e conservanti aggiunti e in cui il maiale è l'unica fonte proteica animale.

Disponibile nei formati mini da 800g, 2kg e 7kg e M/L da 2,5kg e 12kg in sacchi riciclabili al 100%.





Supreme Adult Pork è l'alimento completo per cani adulti, si tratta di una formula monoproteica e mono-lipidica. Questo cibo di alta qualità, prodotto da Nuova Fattoria, utilizza ciccioli di suino come unica fonte proteica e grasso di suino come unica fonte lipidica. Questa formulazione offre elevata assimilabilità (95%) e riduce il volume delle feci. Ricco di omega 6, vitamine del gruppo B e selenio, supporta la salute della pelle, del pelo e del sistema nervoso.

Senza coloranti, ogm e soia, garantisce un'alimentazione naturale e sana per il benessere del cane adulto.

**NUOVA FATTORIA PRESENTA SUPREME ADULT PORK**

**OASY ONE ANIMAL PROTEIN ANCHE PER I CANI PIÙ SENSIBILI**

La linea di alimenti secchi Oasy One Animal per cani cane è da sempre sinonimo di nutrizione bilanciata di alta qualità. La gamma è composta da 16 referenze preparate con il 48% di una sola fonte proteica animale a scelta fra agnello, salmone, maiale, coniglio, anatra o cinghiale, per offrire a tutti i cani, anche i più sensibili, un alimento altamente digeribile e ricco di gusto. Le ricette Oasy One Animal Protein sono formulate in base alla fase di vita e alla taglia del cane; i pratici pack richiudibili sono disponibili a scaffale nei formati 800 g e 2,5 kg, per taglie small e mini, e 2,5 kg e 12 kg per taglie medium e large.



Pralzo no grain adulti è un alimento completo per cani formulato senza cereali e con maiale come unica proteina animale. Contiene un'alta percentuale di maiale fresco, proteine di maiale idrolizzate e maiale disidratato e sgrassato. L'apporto

proteico è dato anche da piselli proteici. Contiene inoltre, mirtilli, broccoli ed alghe essiccate, rosa canina e curcuma.

**PRALZO NO GRAIN ADULTI CON MAIALE COME UNICA PROTEINA**

**NECON PRESENTA LA LINEA SUPERPREMIUM NATURAL WELLNESS PER GATTI**

Natural Wellness è la linea Superpremium di alimenti secchi completi, Low Grain, per i gatti più esigenti. Per i soggetti che devono prestare attenzione alla dieta, Natural Wellness propone Low Fat Duck&Rice. In questa ricetta, studiata per il controllo del peso dei gatti sterilizzati o poco attivi, la leggerezza delle proteine si abbina al sapore dell'anatra, delicato ma estremamente appetitoso persino per i gatti più esigenti.



La linea Naturina Elite Sensitive cane è composta dai nuovissimi secchi monoproteici realizzati con un unico cereale con formula low grain e principalmente con materie prime di origine animale. Le referenze sono preparate con un numero limitato di ingredienti per cani con sensibilità alimentari. La nuova linea comprende ricette per puppy, adult mini e un adult alla trota o al maiale come alternative alle proteine più diffuse. Tutti i prodotti Naturina Elite sono realizzati in Italia senza l'aggiunta di conservanti e coloranti.

**DA NATURINA LA LINEA ELITE SENSITIVE PER CANI**

Morando presenta Migliorcane Le Specialità Italiane. Si tratta di crocchette con manzo, avena e verdure. Estremamente appetitose sono ricche in carni accuratamente selezionate, con ortaggi e cereali integrali, condite con olio d'oliva italiano, pomodoro ed erbe aromatiche quali rosmarino, salvia e origano. La ricetta favorisce l'equilibrio intestinale ed il metabolismo energetico per sostenere il benessere e la vitalità dei cani di piccola taglia. La crocchetta di piccola dimensione facilita la masticazione. La ricetta è senza conservanti e coloranti.



**DA MORANDO, MIGLIORCANE LE SPECIALITÀ ITALIANE CON ERBETTE AROMATICHE**

Aldog Beef Monoproteico al manzo è l'alimento secco pensato per cani adulti con sensibilità alimentari o allergie. Con carne di manzo come unica fonte proteica, riduce al minimo il rischio di reazioni avverse. Ricco di nutrienti essenziali, supporta la salute e il benessere pet. La formulazione altamente digeribile migliora l'assimilazione dei nutrienti e promuove una salute intestinale ottimale. Senza coloranti né conservanti artificiali, garantisce un'alimentazione naturale e bilanciata.



**DA ALDOG L'ALIMENTO PENSATO PER I CANI CON SENSIBILITÀ O ALLERGIE**