

alla relazione con l'animale e dunque a coccolare e viziare il pet a ogni occasione.

LA LEVA DELLA QUALITÀ /

Assieme a quello del formato, il tema principale al quale sono attenti i consumatori nella scelta di acquisto è quello della qualità. Le referenze naturali sono ormai diventate un vero e proprio must da inserire nel carrello, la priorità per la maggior parte dei pet owner, che si dimostrano sempre più sensibili agli alimenti che favoriscono il benessere, da quelli con formule ipoallergeniche, monoproteiche o grain free, a quelli realizzati con ingredienti human grade. La domanda di questo tipo di referenze è in forte aumento, anche perché a detta dei negozianti, i proprietari di cani e gatti si dimostrano più coscienti degli effetti del pet food di qualità sulla salute e il benessere del proprio beniamino. Di conseguenza vengono sempre più frequentemente esclusi dalla lista degli acquisti i prodotti con appetizzanti artificiali, più facili da somministrare ai soggetti dal palato sofisticato ma anche meno indicati per il mantenimento di uno stato di salute ottimale.

VERSO UN E-COMMERCE SPECIALIZZATO /

I recenti cambiamenti nei comportamenti di acquisto hanno fatto sì che negli ultimi due anni circa il comparto umido abbia evidenziato una forte accelerazione anche per via del fatto che i consumi si sono spostati sempre di più nel canale specializzato. Il wet food ha infatti sempre avuto un'alta concentrazione delle

GIUNTINI (ITALIANWAY): "PREFERENZA DEL CONSUMATORE PER LE MONOPORZIONI"

Steven Giuntini, ceo di Landini Giuntini



Che impatto ha avuto l'emergenza sulle vendite di alimenti umidi?

«Nell'ultimo anno la presenza di cani e gatti nelle case degli italiani è stata fondamentale. I proprietari si sono preoccupati di non far mancare loro niente e per l'alimentazione hanno preteso il meglio. Si temeva che l'effetto scorte registrato durante il lockdown 2020 attenuasse i risultati delle vendite della seconda parte dell'anno e dei primi mesi del 2021, ma i dati hanno dimostrato il contrario».

Quali sono i principali bisogni dei consumatori?

«L'alimento umido è considerato una risorsa importante per i pet, soprattutto nella dieta dei felini, non solo perché ingredienti e consistenza lo rendono appetibile, ma anche perché contribuisce a una maggior idratazione».

In che modo sta evolvendo la domanda di questi prodotti?

«Il consumatore predilige i pratici formati monoporzioni, per evitare sprechi. Inoltre attraverso l'alimentazione umida si cerca soddisfazione ai bisogni alimentari più vari. Il consumatore finale chiede una molteplicità di gusti, ma anche la risposta a esigenze specifiche per età, taglia del pet ed eventuali intolleranze o allergie che portano a scegliere wet food di qualità per una dieta di esclusione».

vendite nella Gdo, anche per via del fatto che l'offerta di prodotto negli ipermercati e nei supermercati è maggiormente ampia rispetto ai punti vendita specializzati. Tuttavia, complice l'incremento degli investimenti dell'industria in questo segmento, l'ingresso di nuovi player e l'elevato livello di innovazione che ha profondamente cambiato il panorama assortimentale, le performance dell'area wet hanno iniziato a correre anche nei

pet shop e nelle catene. Ma il fenomeno della specializzazione del segmento umido ha coinvolto anche il mondo dell'e-commerce. Su questo fronte il cambiamento non è dovuto soltanto all'evoluzione della proposta merceologica. A incidere sull'evoluzione dei consumi nel canale digitale è stata prima di tutto la pandemia, che ha portato a un rinnovamento delle abitudini di acquisto dei consumatori. I siti di vendite online sono infatti sempre

EXCLUSION SELEZIONA I SUPERFOOD DELLA DIETA MEDITERRANEA



Gli umidi in lattina Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula – Noble Grain per cani di tutte le taglie, sono alimenti completi e bilanciati, formulati con una sola fonte proteica animale fresca, per una ricetta chiara ed essenziale, e un solo cereale nobile di alta qualità. Sono integrati con Be-ta-glucani e realizzati con una innovativa ricetta di Superfood della tradizione Mediterranea. Senza grasso di pollo, frumento, soia e mais aggiunti.

MONGE GRILL È ANCHE IN VERSIONE MULTIPACK



Monge Grill è un alimento completo e bilanciato, formulato con carni cotte al forno. Le ricette sono senza cereali e contengono carne fresca, per maggiori appetibilità e digeribilità. Nella versione multipack, sono presenti 12 buste da 85 g, contenenti due gusti: Adult ricco in coniglio e Adult ricco in agnello.

VITAKRAFT PRESENTA I NUOVI MINI PASTI POÉSIE PETIT

Poésie Petit sono i nuovi mini pasti di Vitakraft da offrire più volte al giorno, per una coccola aggiuntiva al gatto. Queste referenze si aggiungono alla vasta gamma di alimenti umidi Poesie e sono prodotte con ingredienti di alta qualità e gustosi pezzetti di carne naturale. Disponibili in due pratici multipack da sei bustine: con aggiunta di erba gatta nella Cat Grass Selection (3 bustine manzo e 3 pollo) con aggiunta di saporito cuore nella Heart Selection (3 bustine pollo e 3 tacchino).

