

ancora più piccoli, riducendo la grammatura o il numero di prodotti nelle confezioni multipack. Inoltre alcuni brand hanno iniziato a proporre nuove tipologie di prodotti, pensate per un'ulteriore occasione di alimentazione rispetto ai pasti tradizionali. Si tratta di mini-porzioni che vanno nella direzione del premio o comunque della dose supplementare, andando così a intercettare o anche a dare ulteriore impulso al fenomeno dell'umanizzazione dei consumi. Tutte queste novità rappresentano uno strumento interessante per i retailer, che possono ampliare l'assortimento con referenze inedite destinate ad aggiungersi al carrello dei consumatori più attenti

ITALIANWAY, PER LA DIETA DEI GATTINI



Per la fase di crescita dei gattini, ItalianWay propone Kitten Pollo e Tacchino. La formula gluten free ricca di materie prime ad alto valore biologico contribuisce allo sviluppo muscolare, mentre l'integrazione con pomodoro, rosmarino e olio di oliva fornisce antiossidanti naturali e migliora la digeribilità. Aglio e origano, infine, intervengono a supporto delle difese immunitarie.

ROSSI (EXCLUSION): "FORTE CRESCITA DELLE VENDITE ONLINE"

Aldo Rossi, sales and marketing manager di Dorado



Nei primi mesi del 2021 è cresciuto maggiormente il giro di affari dell'umido cane o dell'umido gatto?

«Le crescite sono molto simili, e i prodotti viaggiano più o meno con lo stesso trend. L'emergenza non ha cambiato per noi il giro d'affari, che sviluppa un incremento costante, piuttosto ha modificato le modalità di consegna, visto l'incremento dell'online».

Dunque evidenziate un cambiamento nei comportamenti di acquisto?

«Certo, a causa delle restrizioni dell'ultimo anno, diversi clienti finali si sono spostati verso gli acquisti online. Con il tempo, e la normalizzazione della situazione, qualcuno è tornato o tornerà ad acquistare nel negozio fisico. Per altri la scoperta dell'e-commerce forse resterà una comodità alla quale non rinunciare».

Quali sono i principali bisogni dei consumatori?

«Per quanto riguarda l'umido l'esigenza del consumatore è sempre quella della vastità di gamma. Mentre l'acquisto dei prodotti secchi viene fatto a fronte di appurate scelte, di analisi e confronti, quello dell'umido invece viene fatto in maniera più impulsiva e soprattutto seguendo le varietà di gusto. Per quanto riguarda i formati, quelli più richiesti sono le lattine da 400 g per i prodotti cane, mentre nel gatto lo sono le lattine da 85 g».

Avete riscontrato un cambiamento della disponibilità di spesa da parte del consumatore finale?

«No, non abbiamo notato spostamenti di fascia da parte del nostro cliente finale. Anche per questo ci aspettiamo che il trend di crescita rimanga costante per il proseguo dell'anno».

Nel prossimo futuro quali saranno le novità più importanti nell'offerta di prodotto per questo segmento?

«Per quanto riguarda gli alimenti dietetici, noi abbiamo in progetto di allineare l'offerta del segmento umido con il corrispondente nel comparto secco. Nelle linee fisiologiche stiamo improntando adesso delle novità, ma è troppo presto svelarle».

PETIT DÉLICE: LA MINIPORZIONE IN MOUSSE DI SCHESIR



La golosa novità Schesir in mousse mini-porzione si chiama Petit Délice ed è pensata come aggiunta e premio all'alimentazione umido+secco, per creare un'occasione di acquisto extra. Ispirata dal trend della patisserie d'eccellenza per lo human food delle patisserie d'eccellenza, il prodotto si presenta in una piccola porzione con un doppio avvolgente sapore e una consistenza molto particolare. Sono disponibili sei ricette, che abbinano il tonnetto a carni e topping speciali.

ISEGRIM: 97% DI CARNI CON BRODO ESTRATTO IN COTTURA

Isegrim Roots è la linea di alimenti umidi completi superpremium realizzati con il 97% di carni con brodo estratto in cottura, verdure ricche di vitamine, oli nutrienti ed erbe selvatiche selezionate. La linea si compone di sei ricette, tre delle quali con monoproteina animale. Disponibile anche nel pratico e conveniente formato multipack.



LILY'S KITCHEN AGGIUNGE LE ERBE AROMATICHE



Lamb Hotpot di Lily's Kitchen è una ricetta a base di spezzatino di agnello fresco ricca di ingredienti naturali. Preparata a cottura lenta aggiungendo verdure, tra cui patate,

broccoli, carote, e frutta, come mela e mirtilli, il prodotto contiene anche un mix di erbe aromatiche, molto importanti per il benessere del cane. Disponibile in lattina da 400 g.

