

IL SETTORE INNOVA IN DIREZIONE DELLA DIETA PERSONALIZZATA SEGMENTANDO E COPRENDO OGNI ESIGENZA

Petfood, la salute dell'animale viene principalmente dall'alimentazione

Mauro Chiabrando

Nessuno poteva immaginare di prevenire attraverso l'alimentazione la "demenza senile" canina. Oggi invece nella nutrizione del cane anziano non c'è solo il cibo che aiuta la migliore mobilità (Pro Plan Acti Mobilità), ma anche l'alimento che lo aiuta a sostenere l'attenzione e la lucidità mentale (Pro Plan Anti-Age) come condizione di un miglior benessere anche quando si è, a tutti gli effetti, "elder pet". Per cani e gatti arrivare alla terza età è sempre più facile e indicazioni in tal senso si comin-

1. L'anti-age è uno dei fronti del marketing
2. La provenienza di origine arriva nel regno animale

ciano a trovare anche sulle confezioni di petfood (Friskies Life Class Nutrition). Ma è anche sul wellness dell'animale che si sviluppa l'offerta. Miglior Cane e Miglior Gatto Professional ("Cibo amico di ogni giorno") di Morando si presentano infatti come "Professionisti del gusto e del benessere", presenti solo nei migliori negozi specializzati con prodotti nutrienti e altamente digeribili in numerose varianti di gusto, così come fa il nuovo Eukanuba con prebiotici che agiscono all'interno per contribuire alla digestione e a supportare le difese naturali del cane.

QUALITÀ E NATURALITÀ

Quasi tutti i produttori sottolineano il concetto di naturalità e l'assenza di conservanti, coloranti e appetizzanti artificiali. Alcuni (Monge Special Dog Lechat Premium Qualità; Superpremium Elegance "naturalmente Italiano"; Italian Crancy Way Giuntini, "ricette italiane tutte da mordere") puntano soprattutto sul concetto di "Italian petfood" sia per le ricette sia per la freschezza delle materie prime. Altri (Petreet Natura) invitano il consumatore ("Lo sfami o lo ami?") a controllare sempre a occhio nudo la qualità degli ingredienti contenuta all'interno dei cibi confezionati. Altri ancora (Ultima, Ultimate Nutrition for Ultimate Health) propongono,

con crescente successo nel mercato del petfood secco per gatto, innovative combinazioni di elementi nutrizionali, fibre prebiotiche, antiossidanti e acidi grassi Omega-3 che aiutano il felino a rinforzare le difese immunitarie, permettendogli di mantenere uno stato di salute ottimale. In quest'ottica di salute e prevenzione si muove Science Plan di Hill's, dando una risposta a tutte le esigenze del gatto: Light per mantenere la forma; Sensitive Skin per un manto morbido e lucido; Hairball Control per prevenire la formazione degli accumuli di pelo; Indoor Cat per gatti che vivono in casa; sensitive Stomach per migliorare la digestione. Onde evitare reazioni allergiche e di sensibilità della pelle



• Ampie possibilità di innovazione



• Mercato complesso a alta tecnologia

perlopiù correlate all'intolleranza alimentare nel cane, Pro Plan sensitive di Purina offre una gamma completa ad alta tollerabilità.

Oltre ai prodotti secchi e umidi per cane o per gatto specifici per età, a seconda del tipo di animale il proprietario trova oggi linee dedicate al gatto sterilizzato (Science Plan Hill's Sterilised Cat) con rischio tre volte superiore di obesità o sovrappeso e calcoli vescicali; altre riservate ai cani adulti di piccola taglia (Adult Mini di Platinum Dog & Co) che necessitano di un maggior contenuto proteico ed energetico. Ormai non mancano linee dedicate a razze canine che hanno problemi particolari (Bullgog Junior & Adult Royal Canin) come il Bulldog Inglese, un cane dalla forza unica che merita la massima cura nella nutrizione per sostegno allo sviluppo e poi sostegno articolare.

Un segmento in crescita è quello degli snack per cane (Brekies excel), ma anche quello delle mini porzioni (50 g) per gatto, salva freschezza ed elimina sprechi, come Whiskas Pranzetti premiato con il Brands Award 2010 quale miglior prodotto innovativo e completo nella categoria petfood.

Il target degli acquirenti di petfood



Sono da molti lustri proprietari di cani e gatti. Ecco perché li tengono sotto controllo a partire dall'alimentazione, mantenendo un dialogo costante con il nutrizionista e il veterinario. **Variano per quanto possibile la qualità del secco e dell'umido in funzione dell'età, della taglia e della razza dei loro beniamini**



Sono i giovani, spesso single, che la pubblicità individua soprattutto come target di proprietario di cane o gatto da appartamento. **Evoluti, aperti alle novità e alla sperimentazione**, sono capaci di usare il web per dialogare con l'esperto di turno per risolvere o prevenire problemi **migliorando il benessere del loro animale**

NAVIGATI



Comprano gli animali come un'auto.

Rigorosamente **di razza pura**, per estetica e/o per carattere. Non disdegnano di farne sfoggio a passeggio oppure ai concorsi. Se ne occupano direttamente nel fine settimana, altrimenti c'è il dog/cat sitter di turno. Affidano sempre la loro **alimentazione, toeletta e salute agli specialisti**

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP