

comparto dry. Ma non mancano proposte sempre più particolari, che abbracciano le aree del fresco e del surgelato, del semiumido, ma anche del liofilizzato e del disidratato. Ciò che ha reso possibile tanta varietà e ricchezza di soluzioni è la definizione stessa della categoria. Secondo la normativa Fediaf, unico criterio di regolamentazione attualmente vigente, il termine naturale va utilizzato solo per descrivere le sostanze nel pet food (derivate da piante, animali, microrganismo o minerali) alle quali nulla viene aggiunto e che sono state sottoposte solamente a processi fisici per essere adatte alla produzione di alimenti per animali. Tali indicazioni lasciano un'ampia possibilità di interpretazione alle aziende produttrici, che così continuano a rinnovare e trasformare l'offerta a scaffale. Questa tendenza oltretutto pare destinata a proseguire ancora per diverso tempo, dal momento che la quota di mercato sviluppata dal segmento naturale continua a crescere di pari passo con il riposizionamento dei consumi sulle fasce più alte, fenomeno che nemmeno l'emergenza ha saputo rallentare negli scorsi mesi. Anzi, l'impressione in molti casi è che la salute del pet sia diventata ancora più importante nelle scelte di acquisto della clientela finale, generando un'ulteriore spinta ai consumi di alimenti naturali. E laddove per qualche difficoltà economica i proprietari hanno dovuto effettuare un taglio alle spese, si è preferito rinunciare a degli extra o eventualmente rimandare

## TAMAGNINI (OASY): "DOMANDA ESIGENTE E IN COSTANTE EVOLUZIONE"

Monica Tamagnini, marketing manager di Wonderfood



### Come giudica il panorama attuale del pet food naturale?

«È un panorama molto sfaccettato che riflette profondamente i trend anticipati dall'alimentazione umana, soggetto a continua ricerca per soddisfare una domanda esigente e in costante evoluzione».

### Le indicazioni di Fediaf sull'etichettatura lasciano ampie possibilità di interpretazione del termine naturale, in che modo è possibile aiutare il consumatore finale a comprendere meglio le differenze fra le varie tipologie di prodotto che si trovano in commercio?

«Con rigore nel processo di etichettatura e mantenendo coerenza tra la natura del prodotto, la composizione e la relativa descrizione sul packaging. Etichettatura e comunicazione trasparente devono essere un impegno dell'industria al fine di aiutare il retailer nella sua formazione di operatore specializzato e il consumatore in un processo autonomo di acquisto consapevole».

### L'emergenza degli scorsi mesi ha inciso in qualche modo con il giro di affari del food naturale?

«Sembra essersi rafforzato ancora di più il legame tra proprietari e pet. Cani e gatti si sono fatti per molti compagni insostituibili in questo momento difficile. Per i loro beniamini, i consumatori ricercano la qualità, che spesso coincide con il concetto di naturale, comparto nel quale i consumi sono rimasti stabili».

### In che modo stanno evolvendo i comportamenti di acquisto e dei bisogni dei pet owner per questo segmento?

«Aumenta l'attenzione alle materie prime, che si traduce in una lettura più scrupolosa dell'etichetta. I consumatori si informano attraverso il digitale e le figure di riferimento del settore, prima fra tutte quella del negoziante. Il prezzo è un fattore importante, ma la qualità è considerata un valore irrinunciabile».

### Evidenziate o vi aspettate uno spostamento della domanda di pet food sulle fasce più basse dello scaffale, con un conseguente decremento della richiesta di cibi naturali?

«Probabilmente assisteremo a una polarizzazione che si farà più evidente sul dry e i grandi formati. Il consumatore attento alla qualità non perderà la propensione all'acquisto in questo segmento e darà sempre maggior valore all'acquisto di food naturale».

## HAPPY CAT ORA È ANCHE BIO

Happy Cat Bio Organic Pollo con Anatra è un alimento umido completo per gatti adulti di tutte le razze, disponibile in bustine monoporzione da 85 g. Le materie prime provengono da allevamenti biologici certificati. Particolarmente appetibile, la ricetta contiene oltre il 90% di proteine animali e un rapporto di 10.1/4.2 proteine/grassi.



## CARNE FRESCA DI MAIALE IBERICO NELLA NUOVA VARIETÀ DI BELCANDO

Belcando presenta la varietà Adult Iberico & Rice con carne fresca di maiale iberico. Questa materia prima è ottenuta dai maialini neri che vivono semibradi nella Spagna meridionale e occidentale. Grazie a molto esercizio fisico in natura, a un lento ingrasso e a una dieta speciale a base di ghiande ed erbe, sviluppano un gusto molto particolare. La formula è arricchita con riso facilmente digeribile, dunque adatta anche per cani sensibili.



## TERRA CANIS LANCIA UN MENÙ DI NATALE DI QUALITÀ HUMAN GRADE

Per l'inverno 2020 Terra Canis ha creato un menù in tema con le festività natalizie. La novità contiene gustosa carne di renna, salutare mele e zucca Butternut, così come songino e curcuma dorata. Zenzero, rosa canina, mirtillo rosso e spezie orientali completano in modo sano la ricetta ottenuta con ingredienti di qualità human-grade.

