

o snack non è più soltanto uno sfizio, o un piccolo premio da dare al cane o al gatto per vederlo contento. È qualcosa di molto più complesso e articolato. Lo snack è infatti innanzitutto un modo per spezzare la fame tra un pasto e l'altro, così da evitare che il pet si nutra con trop-

pa foga al momento di consumare l'alimento completo. E il fuoripasto può svolgere anche una funzione nutrizionale specifica: in questo caso si parla di snack funzionali in quanto agevolano o fortificano determinate funzioni fisiologiche. L'altro impiego molto diffuso è legato ad aspetti

comportamentali: come aiuto per ottenere o rinforzare determinati comportamenti positivi del pet. Senza dimenticarci che spesso il premietto è il mezzo ideale per distrarre il pet quando si trova in stuazioni di stress, come per esempio il cane lasciato a casa da solo.



#### **UN MERCATO IN CRESCITA**

Questi brevi cenni spiegano le ragioni di un'offerta sempre più articolata e profonda, che spazia dai tradizionali ossi di pelle di bufalo alle più variegate e nutrizionalmente evolute gamme di snack funzionali.

Una ricchezza dell'offerta che risponde a una domanda dei consumatori sempre più attenta e consapevole: "Il mercato degli snack è in continua crescita, sia grazie alla promozionalità ciclica di questi prodotti, sia perché, data l'ampia gamma e ricercatezza degli ingredienti, gli snack permettono di rispondere alle esigenze del consumatore sia per qualità che per gusti", commenta Alessio Costa, general manager presso Rebo. D'altra parte anche questo segmento merceologico si inserisce nella più ampia tendenza del settore dei prodotti per animali da compagnia a resistere alle difficoltà legate agli aumenti dei prezzi, all'inflazione e in generale alle incertezze del momento, come spiega Carmen Salvatore, portfolio manager di Mars South Europe: "In generale, il mercato del Petcare, di cui fa parte quello degli snack, si è dimostrato estremamente resiliente. Da inizio anno a oggi è cresciuto di circa 10 punti percentuali (dati Nelsen Grocery YTD terminanti al 6 novembre 2022), a seguito di un aumento di spesa media dei consumatori, impegnati a non rinunciare alle spese per il benessere e l'interazione con i propri animali. I consumatori richiedono sempre di più prodotti naturali, di qualità, a basso contenuto di grassi e calorie e con pochi processi di lavorazione. Assistiamo in generale anche a un aumento della domanda per i formati più grandi, che permettono convenienza e un continuo incremento di vendite online.

## LA SALUTE VIENE MASTICANDO

Il marchio 8in1 offre una gamma per il cane che comprende snack & treats, shampoo, vitamine e tappetini. Per quanto riguarda gli snack & treats, il brand 8in1 offre un'ampia scelta di ossi masticabili e premietti realizzati con attenzione agli apporti nutrizionali, oltre che alla forma e alla consistenza al fine di favorire la salute dei denti con una buona masticazione. La linea di ossi masticabili 8in1

Delights è composta da ossi masticabili, offerti in diverse dimensioni a seconda della taglia del cane, preparati con carne di pollo avvolta in dura pelle di manzo. Masticare gli 8in1 Delights aiuta il cane a ridurre la formazione di placca e tartaro, coniugando al meglio l'effetto della ricompensa con il piacere di masticare. Nella linea 8in1 Delights Pro Dental, insieme alle caratteristiche degli 8in1 Delights, troviamo un'aggiunta di minerali per favorire la pulizia dei denti e mantenere l'alito fresco, oltre a prevenire la formazione del tartaro. Il brand 8in1 propone anche una linea di snackricompensa in tre differenti proposte. Gli 8in1 Meaty Treats sono realizzati con carne liofilizzata di petto di pollo o di petto d'anatra, e anche con mix di verdure: petto di pollo e carote, pollo e piselli, anatra e mela. Gli 8in1 Fillets Pro sono a base di pollo e contengono uno speciale apporto di ingredienti, il Nutri-Centre, che favorisce il benessere e la vitalità del cane. Disponibili nelle varietà Pro Dental, Pro Digest, Pro Skin & Coat e Pro Active, gli 8in1 Fillets Pro sono offerti con un sacchetto richiudibile per tenerli sempre a portata di mano. Gli 8in1 Flavours sono dei premietti che combinano gusti, forme e consistenze diversi. Ricchi di proteine, poveri di grassi e privi di appetizzanti, Ogm o conservanti artificiali, gli Skewer Bites sono disponibili in tre gusti: petto di pollo, petto d'anatra e fegato di pollo. I Crunchy



Rolls sono snack-ricompensa croccanti all'interno ma morbidi e teneri all'esterno, nei gusti petto di pollo, petto d'anatra o carne di manzo. I Meaty Biscuits sono biscotti croccanti al gusto di carne di maiale e avvolti con petto di pollo e carne di manzo. Ricchi di proteine e privi di appetizzanti, i Meaty Biscuits sono cotti al forno.





## IL VALORE PREMIA IL MONDO GATTO

Nonostante le difficoltà dovute ai rincari dei prezzi di beni e servizi, il segmento snack and treats per cani e gatti ha fatto registrare un ottimo andamento. Lo conferma la chiusura del  $20\bar{2}2$  dove spicca in particolare la crescita intorno alle due cifre, sia in termini di quantità ma soprattutto a valore, del segmento snack gatti mentre è molto più contenuta la crescita a valore dei fuoripasto per cani. Cresce di pari passo anche l'offerta da parte delle aziende che ampliano l'assortimento di snack proponendo nuovi gusti, che puntano soprattutto su ricette con ingredienti naturali e sostenibili. D'altra parte, gli snack rispondono oggi a esigenze molto più ampie e articolate di un tempo, offrendo a proprietari sempre più attenti e consapevoli dei fabbisogni dei loro pet uno strumento estremamente duttile per affrontare le più diverse situazioni, tanto sul piano nutrizionale che comportamentale.

Il fattore chiave del successo di Mars Petcare nel segmento degli snack cane e gatto è da individuare nella forza dei suoi brand quali Pedigree e Catisfactions che rispondono alla continua richiesta di innovazione. trasparenza e funzionalità, con prodotti premium e specifici per le esigenze di ciascun pet".

**DOPPIA CIFRA ANCHE NEL 2022** 

"Gli snack per cane e gatto continua-

no a mostrare una tendenza positiva

significativa, anche in questi tempi

Rita Giglioli, marketing manager di Gimborn -. Per quanto ci riguarda nel 2022 abbiamo raggiunto risultati straordinari con i nostri snack a marchio GimDog e GimCat, con incrementi a doppia cifra su tutti i prodotti top seller in entrambi i segmenti. Gli snack gatto sono stati addirittura più performanti di quelli cane, che sono

comunque andati ottimamente, per esempio con le linee GimDog Sport Stick e Sport Snacks, con ricette a elevata appetibilità e gusto. senza cereali e zuccheri aggiunti. È pur vero che Gimborn, con il suo marchio GimCat, è tradizionalmente specialista negli snack, come nelle paste e nelle lettiere a marchio Biokat's, tutti segmenti di maggior focus per l'azienda".

Gim Cat

La gamma degli snack gatto Gimborn a marchio GimCat, top seller nel segmento

Gras Bits

Gim Cat

Considerazioni positive analoghe arrivano anche da un altro importante player del pet care e degli snack in particolare: stiamo parlando di Vitakraft, che interviene con le parole

Pedigree è il brand Mars Petcare per gli snack cane







dell'amministratore delegato Claudio Sciurpa: "Gli italiani si confermano una popolazione sempre più pet friendly. In un solo anno le famiglie acquirenti prodotti per cani e gatti sono cresciute di oltre 1 milione. I nostri amici a 4 zampe sono ormai veri e propri compagni di vita per tanti connazionali: famiglie, coppie con e senza figli ma anche tanti single e anziani. Il periodo di pandemia ha rafforzato ancora di più il rapporto uomo-pet. È cresciuto il tempo trascorso insieme, sono cresciute le attenzioni al benesse, l'affetto e le coccole rivolte al proprio beniamino. In questo contesto il segmento snack e ricompense ha avuto un ruolo significativo".

#### **COCCOLE ED ESERCIZI**

"Il mercato degli snack per cani e gatti non conosce crisi. Negli ultimi anni ha ottenuto risultati migliori rispetto a qualsiasi altro segmento. Nella relazione con il proprio animale, la concessione di uno snack non è più solo una coccola, un premio dopo un esercizio o durante l'educazione, ma è anche un supporto funzionale al benessere del pet. Non parliamo infatti di semplici biscottini - spiega Federico Ceccarelli, national sales director, pet specialist & normal trade di Landini Giuntini - Dietro ogni snack, c'è tanta ricerca. Oltre ad aver predisposto un'unità produttiva dedicata unicamente agli snack (biscottificio e impianto per la produzione di stick), da oltre dieci anni la nostra azienda riserva continue e ingenti risorse in ricerca e sviluppo, proprio per la produzione di questa categoria di prodotti. Durante il lockdown e per tutto il periodo pandemico, ma anche durante l'ultimo anno, nonostante la crisi,

### UNA NUOVA GENERAZIONE PER L'IGIENE ORALE DEL CANE

Gli esperti Purina hanno realizzato la linea DentaLife ActivFresh: la prima gamma di snack di nuova generazione per l'igiene orale del cane, scientificamente formulata per combattere i batteri dell'alito cattivo all'origine. DentaLife ActivFresh riduce l'accumulo di placca e tartaro, pulendo anche i denti più difficili da raggiungere grazie alla forma e consistenza porosa uniche. Certificata dalla Veterinary Oral Health Council, agisce in modo non invasivo grazie alle proprietà benefiche date da una speciale miscela di miele e spirulina naturale, senza aromi o coloranti artificiali. DentaLife ActivFresh è disponibile in tre pratici formati (small, per i cani tra i 7 e i 12 kg; medium, per i cani tra i 12 e i 25 kg; large, per i cani tra i 25 e i 40 kg).

l'innalzamento dei costi delle materie prime e nonostante le incertezze del momento storico, non solo abbiamo continuato a produrre e distribuire regolarmente i nostri snack, ma ci siamo dedicati anche al lancio di novità prodotto, per rispondere alle esigenze di questo vivace mercato".

#### SENSIBILITÀ ALIMENTARI

A questo proposito, anche nel segmento degli snack, si va diffondendo una sempre maggiore attenzione al tema delle sensibilità e intolleranze alimentari. "Il comparto snack ha riscontrato una forte crescita ed è in continua espansione, in particolare per quanto riguarda lo snack gatto. Cresce l'attenzione del consumatore verso la qualità degli snack che vengono acquistati per i propri animali, trattati con un occhio di riguardo in più rispetto al passato.

Il consumatore effettua una scelta consapevole, prediligendo quindi sempre più il negozio specializzato, che lo porta a scegliere prodotti naturali, grain e gluten free, con una particolare preferenza per le referenze monoproteiche", commenta Monica Franco, marketing manager di Rinaldo Franco.

# Le dinamiche DI MERCATO

Il mercato degli snack non solo mantiene un buon trend ma mostra spunti molto confortanti. anche il Rapporto Assalco - Zoomark 2022 ha evidenziato che il segmento continua a mostrare dinamiche positive con +13.4% a valore; una crescita a due cifre registrata sia nel grocery che nelle catene. In questo canale gli snack gatti crescono infatti del 20,4% e gli snack cani del 19,7%; mentre nel grocery gli snack per cani crescono del 10,4% e gli snack gatti del 26,3%; nei petshop tradizionali gli snack cane mostrano una crescita del +2,6% mentre gli snack gatto crescono del +8,6%.