

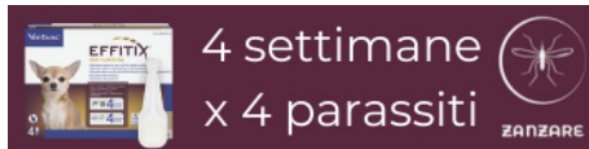


**Rassegna stampa Morando Pet**

**Gennaio 2025**

# Indice

Morando: le soluzioni monoproteiche per cane e gatto pettrend.it - 10/01/2025	3
L importanza di presidiare il mercato puppy e kitten PET B2B - 01/02/2025	5
Morando la cucina italiana ispira la nuova gamma per il canale specializzato PET B2B - 01/02/2025	10
Da Morando un alimentazione bilanciata per cuccioli e gattini PET B2B - 01/02/2025	11
Morando Le Tradizioni Italiane: la nuova gamma dedicata al Canale Specializzato Pet Trend - 01/02/2025	12



Home > Dalle aziende > Morando: le soluzioni monoproteiche per cane e gatto

Dalle aziende

contenuto sponsorizzato

## Morando: le soluzioni monoproteiche per cane e gatto

Di Redazione - 10 Gennaio 2025



Il mercato degli **alimenti monoproteici** è una delle categorie in continua evoluzione nel canale specializzato e **registra una costante crescita**. La conoscenza dei consumatori sulle proprietà sui cibi monoproteici si è rafforzata grazie anche all'interesse che gli stessi proprietari hanno sviluppato nel corso degli anni, dimostrando una **crescente consapevolezza delle necessità dei propri pet**.

Il comparto si conferma sempre molto attivo in termini di ricerca e sviluppo di formulazioni innovative e **Morando**, da sempre attenta ai trend e alle richieste del mercato, presidia il canale con un ampio assortimento di alimenti monoproteici con le linee dedicate **Morando Professional Mono-Pro e Miocane e Miogatto Sensitive**, entrambe studiate per rispondere all'esigenza di cani e gatti che prediligono alimenti a base di un'unica proteina animale, un aspetto funzionale per ridurre il rischio di intolleranze alimentari.

In particolare, la gamma **Morando Professional Mono-Pro** è costituita da alimenti completi di mantenimento che si caratterizzano per le ricette premium monoproteiche, ovvero formulate con **un'unica fonte proteica di origine animale**, e **senza cereali** aggiunti, peculiarità che rendono le crocchette e il patè adatte a soddisfare le preferenze dei cani più sensibili e che possono soffrire di **RAC, reazioni avverse al cibo, ovvero allergie e intolleranze alimentari diagnosticate dal veterinario** tramite diete a eliminazione e test di provocazione.

Due sono le proposte che sono state studiate: le crocchette e il patè. Le **crocchette** sono disponibili nei formati da 2,5 kg e 12,5 kg nei gusti Manzo o Suino e **sono arricchite con vitamine e prebiotici FOS e MOS** per favorire la funzionalità intestinale.

Le ricette del **paté** sono invece formulate con le **vitamine E e B** per un'azione **antiossidante** e a supporto del metabolismo energetico, e contengono **Zinco** per mantenere la **pelle sana e il pelo lucido**. Il **paté** è proposto in lattina da 400 g a scelta tra Manzo, Suino e Tacchino.

TAG cane cani gatti gatto Miocane Miogatto Mono-Pro Morando pet petccare petfood Sensitive



# L'importanza di presidiare il mercato puppy e kitten

Con il boom di adozioni avvenuto negli anni della pandemia, questo segmento di nicchia ha assunto un ruolo sempre più importante. Ingaggiare i nuovi pet owner è fondamentale per l'industria e retail che hanno l'opportunità di fidelizzare la clientela. Per rispondere a una domanda sempre più esigente, l'offerta a scaffale dedicata ai cuccioli e gattini si è diversificata e segmentata garantendo un'ampia possibilità di scelta al consumatore.

di Francesco Graffagnino



L'arrivo di un cucciolo o di un gattino in famiglia rappresenta una piccola rivoluzione nella vita dei proprietari di animali. Non solo dal punto di vista emotivo, ma anche pratico: scegliere il mangime adeguato, organizzare i giochi e gli spazi per il nuovo arrivato è una sfida per i nuovi proprietari. Che si tratti di alimentazione, accessori o cura, i pet owner si trovano ad affrontare un mercato che ha visto un'importante diversificazione dell'offerta disponibile sugli scaffali. Negli

ultimi anni, il consumatore finale ha subito una significativa evoluzione. L'umanizzazione del pet ha reso i proprietari più esigenti nella selezione di articoli per l'animale, con una particolare attenzione alla qualità e alla sicurezza, specialmente quando si tratta di cuccioli. Durante gli anni della pandemia, il boom delle adozioni ha reso cruciale per i produttori offrire un'ampia gamma dedicata. Questo ha rappresentato un'opportunità per fidelizzare i consumatori: intercetta-

re il loro interesse significava instaurare un rapporto duraturo con il brand, assicurandosi che il proprietario continuasse a scegliere quei prodotti anche negli anni successivi. Anche i pet shop hanno vissuto una trasformazione, vedendo aumentare e diversificare la clientela. Da un lato, pet owner alle prime armi chiedevano consigli e informazioni al personale, dall'altro, pet owner già esperti si dimostrano sempre più attenti e informati. Oggi, il panorama delle adozioni è cam-

## La parola all'industria / 4 voci a confronto



**Genny Avonto**  
 CREATIVE DIRECTOR  
 DI FERRIBIELLA



**Edoardo Lano**  
 DIRETTORE COMMERCIALE  
 DI MORANDO



**Nicola Giandoso**  
 RESPONSABILE  
 MARKETING DI PROLIFE



**Ksenja Oseli Donati**  
 CEO  
 DI DOGOTEKA



### "BENE LA VENDITA DI PRODOTTI HEALTH CARE"

De Lellis Alessandro - Tom And Jerry pet shop, Lecce,

«Le vendite dei prodotti dedicati ai cuccioli sono abbastanza stabili. Notiamo un aumento della domanda delle referenze per i piccoli in concomitanza con le cucciolate che spesso avvengono d'estate. Per quanto riguarda il food, vedo una crescita netta dei prodotti umidi specifici. Mentre l'accessorio è rimasto piuttosto fermo, sia per quanto riguarda il cane che il gatto. Discorso diverso invece per antiparassitari e integratori complementari che generano il 30% del fatturato del negozio e sono in crescita, soprattutto per le zone di campagna dove è importante proteggere gli animali dagli insetti».

### "FONDAMENTALE L'ASSISTENZA ALL'INTERNO DEL PUNTO VENDITA"

Giovanni Pagana - Tante Zampe, Trento,

«Non abbiamo notato calo delle adozioni. L'impressione è che siano diminuiti invece i clienti che comprano i prodotti per i cuccioli nei punti vendita specializzati. Chi ha adottato un pet negli ultimi due anni ha cercato di risparmiare acquistando su internet e nella grande distribuzione. Assistiamo però a un fenomeno di ritorno: spesso infatti all'insorgere di patologie o intolleranze i proprietari vengono da noi per una consulenza e acquistare i nostri articoli, soprattutto per quanto riguarda il food ma anche per l'accessorio. Il discorso è diverso se prendiamo in considerazione i prodotti complementari o i parafarmaci che continuano ad essere richiesti sempre con grande frequenza».

biato. Negli ultimi due anni, i dati mostrano un andamento stabile, senza la crescita esponenziale osservata durante la pandemia. Questo trend si riflette specularmente sul mercato dei prodotti dedicati ai cuccioli, con un rallentamento nelle vendite sia nel settore del pet food che in quello degli accessori e dell'health care.

Per affrontare questa situazione, l'industria ha puntato su innovazione e segmentazione, ampliando l'offerta per rispondere alle esigenze specifiche dei pet. Un trend emergente riguarda la crescente domanda di referenze pensate per risolvere problematiche o patologie particolari. Un esempio vincente di questa strategia si osserva nel settore dell'health care. I primi mesi di vita di cuccioli e gattini sono particolarmente delicati, e i pet owner, di fronte a problematiche come disturbi intestinali, fragilità del sistema immunitario o scheletrico, sono disposti a investire in prodotti efficaci. Questo approccio mira non solo a risolvere le patologie immediate, ma anche a prevenirne la cronicizzazione, garantendo il benessere dell'animale in età adulta.

Un fenomeno interessante si osserva anche dal lato retail. L'inflazione e la diminuzione del potere d'acquisto spingono molti nuovi pet owner a privilegiare il



I CUCCIOLI NECESSITANO DI PIÙ ACCESSORI NEI PRIMI MESI DI VITA, COME TRAVERSINE E SALVIETTE, E LO SVILUPPO FISICO DEL PET RICHIEDE IL RAPIDO AGGIORNAMENTO DI ALCUNI ARTICOLI, COME GUINZAGLI, CAPPOTTINI O PETTORINE

canale grocery, dove il prezzo è spesso più competitivo rispetto alla qualità. Tuttavia, questa scelta può essere temporanea. L'insorgere di problematiche comuni nei cuccioli, come la dissenteria, costringe i proprietari a rivedere le proprie priorità, tornando a prodotti più specifici e ricorrendo alla consulenza specializzata dei pet shop.

Anche per questo motivo diversi i punti vendita, catene nazionali ma anche negozi indipendenti, hanno deciso di allestire in store un'area puppy. Una sorta di isola tra gli scaffali dove i proprietari possono trovare tutto ciò che serve per il cucciolo, dal cibo specializzato, diviso per fasi di sviluppo e patologie, ma anche guinzagli, pettorine, maglioncini e impermeabili su misura.

### Mono e multiproteico /

I piccoli a quattro zampe mostrano spesso una naturale propensione verso specifici gusti, consistenze o sapori. Per questo motivo, risulta vincente proporre a scaffale un assortimento ampio, capace di soddisfare tutti i palati e di supportare le diverse fasi di crescita del pet, come lo sviluppo motorio e cognitivo, senza compromettere la delicata digestione tipica dei cuccioli. Questa segmentazione dell'offerta rappresenta un trend innovativo.

In particolare, le formulazioni mono-proteiche e multiproteiche riscontrano entrambe un grande successo. Le prime sono ideali per prevenire l'insorgenza di allergie o intolleranze, mentre le seconde offrono un apporto più ricco di nutrienti, fondamentali nella crescita del cucciolo. Edoardo Lano, direttore commerciale di **Morando**, spiega: «Per i cuccioli, una formula multiproteica è ideale. Ingredienti come DHA e nucleotidi sono essenziali per lo sviluppo ce-



**Genny Avonto,**  
creative director  
di **Ferribiella**



### Come sta cambiando la domanda di prodotti per cuccioli e gattini?

«Le attenzioni e le necessità dedicate ai nuovi arrivati in famiglia prevedono un assortimento completo di traversine, salviette, giochi per la dentizione, collare o pettorina, cappottini per i mesi più freddi, ciotole e cuccette. Per quanto riguarda invece i gattini sicuramente si concentra sul primo tiragraffi e sulla lettiera, con un occhio sempre crescente alla scelta tra le varianti vegetali».

### Come sta evolvendo l'offerta per rispondere alle esigenze dell'animale nei primi mesi di vita?

«Quando si parla di cuccioli, sia perché ci troviamo di fronte ad un proprietario neofita o perché viene coinvolta tutta la famiglia, la scelta degli accessori ha un'attenzione maggiore. Ferribiella ha creato anni fa una linea giochi baby dedicati ai più piccoli in morbido lattice naturale, dudù, che riproducono il battito cardiaco in versione cane e gatto - fino ad una linea di morbidi peluche».

### Quali sono le caratteristiche più importanti che devono avere questi prodotti?

«Le caratteristiche principali dei prodotti puppy sono sicurezza, qualità e comfort. La nostra ricerca e sviluppo è in continua ebollizione, a gennaio lanceremo una linea di tiragraffi in cartone e la nuova lettiera per gatti con una formula migliorata, super agglomerante, naturale e nella innovativa versione woody - tofu e legno combinati fra loro per performance di assorbenza eccezionali anche in termini di odori».

### Quali canali risultano più strategici per il segmento Puppy & Kitten?

«Indubbiamente il negozio specializzato, dove il proprietario ricerca condivisione e informazioni utili per la convivenza in famiglia del nuovo arrivato, si instaura un rapporto di fiducia, soprattutto per quanto riguarda l'alimentazione dei primi mesi e le prime necessità».



RISULTA VINCENTE PROPORRE A SCAFFALE UN ASSORTIMENTO AMPIO, CAPACE DI SODDISFARE TUTTI I PALATI E DI SUPPORTARE LE DIVERSE FASI DI CRESCITA DEL PET, COME LO SVILUPPO MOTORIO E COGNITIVO, SENZA COMPROMETTERE LA DELICATA DIGESTIONE TIPICA DEI CUCCIOLI

rebrale e immunitario. Nelle nostre ricette integriamo anche zinco, vitamina D3 e omega 3, per favorire un'alimentazione bilanciata e sostenere la crescita armonica».

### Cresce l'health care /

Il segmento dell'health care è in forte espansione. In generale, per i pet di tutte le età si registra un aumento della medicalizzazione: più visite veterinarie, un maggior utilizzo di farmaci e una crescita anche delle referenze Otc da banco. A questo mercato si aggiungono i prodotti per l'igiene e la pulizia, particolarmente richiesti nei primi mesi di vita del pet.

Il mercato degli antiparassitari per cuccioli e gattini segue dinamiche simili a quelle degli adulti. Tuttavia, si registra una crescita della quota di mercato anche durante i mesi invernali, segno di un uso ormai costante in tutta Italia. Una nicchia importante e in espansione è rappresentata dai farmaci per combattere parassiti che, se non trattati, possono degenerare in patologie gravi.

Tra le categorie di successo nell'health care, spiccano gli alimenti complementari. Questi prodotti, spesso abbinati agli snack o utilizzati come topping nei mangimi, incontrano il favore dei proprietari perché supportano la crescita, favorendo il sistema immunitario e digestivo e contrastando infezioni o carenze nutrizionali. Tra i più richiesti si trovano quelli che favoriscono la dentizione e supportano l'apparato scheletrico.

«I proprietari sono disposti a investire di più in formulazioni che garantiscano risultati visibili, come uno sviluppo fisico armonioso», sottolinea Ksenija Oseli, Ceo di Dogoteka. «Ad esempio, i prodotti che sostengono la struttura ossea o correg-



**Edoardo Lano,**  
direttore commerciale  
di **Morando**



### Come sta cambiando la domanda di prodotti per cuccioli e ai gattini?

«È molto forte la richiesta di prodotti funzionali formulati per supportare il benessere del cucciolo durante la crescita. Rispetto ai prodotti monoproteici, per i cuccioli è più indicato proporre alimenti con formula multiproteica con carni selezionate che forniscono proteine di elevato valore biologico con diverse composizioni di aminoacidi essenziali, altamente biodisponibili per un apporto nutritivo diversificato».

### Come sta evolvendo l'offerta per rispondere alle esigenze dell'animale nei primi mesi di vita?

«Nelle ricette per i più piccoli un tema importante è legato all'integrazione con ingredienti che apportano: i nucleotidi, molecole che costituiscono il Dna delle cellule, ossia il patrimonio genetico, la loro integrazione si rivela particolarmente utile durante l'accrescimento perché supportano la corretta risposta immunitaria; Dha, acido grasso della serie di omega 3, per sostenere lo sviluppo cerebrale e facilitare l'addestrabilità del cucciolo».

### Quali sono le caratteristiche più importanti che devono avere questi prodotti?

«Cuccioli e gattini hanno bisogno di un'alimentazione completa e bilanciata, che supporti la loro vitalità e favorisca una crescita armonica fin dai primi anni di vita. Occorrono ricette con un corretto apporto di calcio e fosforo per favorire lo sviluppo scheletrico adeguato e la crescita armonica e l'integrazione con zinco e vitamina D3 per le difese immunitarie fondamentali nel periodo post vaccino. Per il benessere della cute ci sono omega 3 e per l'equilibrio intestinale sono presenti nella ricetta prebiotici Fos e Mos».

### Quali canali risultano essere più strategici per il segmento Puppy & Kitten?

«Il canale specializzato sicuramente presenta la più ampia scelta di prodotti funzionali per cuccioli e gattini e rispetto ad altri offrono il servizio di consulenza, fondamentale per chi accoglie per la prima volta in casa gli amici a quattro zampe».



IL SEGMENTO DELL'HEALTH CARE È IN FORTE ESPANSIONE. IN GENERALE, PER I PET DI TUTTE LE ETÀ SI REGISTRA UN AUMENTO DELLA MEDICALIZZAZIONE: PIÙ VISITE VETERinarie, UN MAGGIOR UTILIZZO DI

gono problemi visibili come zampe storte ottengono performance migliori rispetto a quelli che agiscono su digestione o sistema immunitario, perché il loro effetto è meno immediatamente percepibile».

#### **Accessorio: una scelta accurata /**

Le principali necessità dei proprietari di cuccioli si concentrano su prodotti per l'igiene, come traversine e salviette, oltre a giochi per la dentizione, cappottini per il freddo e accessori per il trasporto

sicuro, come collari, pettorine e cucchette. Per i gattini, invece, il focus è sul primo tiragraffi e sulla scelta della lettiera, con un crescente interesse verso le varianti vegetali.

«Sicurezza, qualità e comfort sono imprescindibili», afferma Genny Avonto, creative director di Ferribiella. «Abbiamo sviluppato linee dedicate, come i giochi in morbido lattice naturale e tiragraffi in cartone, oltre alla lettiera Tofurella, una combina-

zione di tofu e legno altamente assorbente». Questo segmento si pone in controtendenza rispetto ai prodotti per cani e gatti adulti. I cuccioli necessitano di più accessori nei primi mesi di vita, come traversine e salviette, e lo sviluppo fisico del pet richiede il rapido aggiornamento di alcuni articoli, come guinzagli, cappottini o pettorine. La dinamica garantisce una buona rotazione sugli scaffali con le referenze dedicate ai più piccoli. ●



## Morando, la cucina italiana ispira la nuova gamma per il canale specializzato

**Morando** amplia l'offerta dedicata al canale specializzato con una nuova linea di alimenti completi per cani e gatti ispirata alla dieta Mediterranea. Le ricette della gamma Le Tradizioni italiane di **Morando** sono realizzate con ingredienti selezionati, come pomodoro, olio d'oliva ed erbe aromatiche italiane tra cui rosmarino,

salvia e origano. La gamma include

crocchette arricchite con carni di qualità, verdure e cereali integrali, e alimenti umidi, in paté e bocconi, cotti al vapore per preservare nutrienti e gusto.





## Da **Morando** un'alimentazione bilanciata per cuccioli e gattini

Kitten e Puppy di **Morando Le Tradizioni Italiane** sono alimenti secchi formulati appositamente per rispondere alle esigenze nutrizionali specifici dei gattini e cuccioli, grazie al corretto apporto di calcio e fosforo utile per lo sviluppo scheletrico adeguato e la crescita armonica. L'integrazione di Zinco e Vitamina D3 aiutano ad aumentare le difese immunitarie, fondamentali nel periodo post vaccinale. Per il benessere della cute apportano omega 3 e per l'equilibrio intestinale sono presenti nella ricetta prebiotici Fos e Mos.

Dalle aziende

## Morando Le Tradizioni Italiane: la nuova gamma dedicata al Canale Specializzato

**M**orando, da sempre attenta alle richieste che arrivano dal mercato, ha presentato una nuova linea premium dedicata al canale specializzato: **Morando Le Tradizioni Italiane**. Le ricette di alimenti completi per cani e gatti, studiate dal reparto R&S interno, sono caratterizzate da ingredienti tipici della dieta mediterranea come pomodoro, olio d'oliva ed erbe aromatiche per ottenere le ricette gustose ed equilibrate che soddisfino le esigenze nutrizionali dei nostri amici a 4 zampe favorendone il benessere e la vitalità.

Le **crocchette** sono ricche in carni accuratamente selezionate e accompagnate da deliziose verdure e cereali integrali, per offrire ai cani e ai gatti un alto apporto

nutritivo con ingredienti di qualità, amminoacidi essenziali altamente biodisponibili ma senza rinunciare al gusto. Contengono pomodoro, che apporta potassio per la vitalità e funzionalità muscolare, olio d'oliva per la salute del pelo e della cute, ed arricchiti con erbe aromatiche della tradizione italiana: rosmarino, salvia e origano con proprietà antiossidante e antimicrobica per supportare la corretta digestione. Le crocchette sono di dimensioni adeguate al pet cui sono destinate perché in grado di influenzare l'accettabilità dell'alimento, l'assimilazione e la digestione degli ingredienti grazie alla corretta masticazione.

Gli **alimenti umidi**, proposti in paté e bocconi, sono formulati con carni fresche cotte al vapore per preservare i nutrienti e offrire maggiore appetibilità e gusto. Vengono arricchiti da gustose verdure come pomodori, fagiolini, patate e carote e impreziositi da erbe aromatiche come salvia, origano e rosmarino. Per accontentare tutti i palati, la gamma **Morando Le Tradizioni Italiane** propone differenti texture morbide e piacevoli al palato a seconda della preferenza di gusto del proprio pet e di praticità di utilizzo. Le crocchette per il **canine** sono disponibili nei formati da 1,5 kg, 2,5 kg e 12 kg. I bocconi in salsa sono in lattina (405 g) e il paté è presente in vaschetta (150 g, 300 g). Per il **gatto** i croccantini sono proposti in doypack (400 g) e sacchi (1,5 kg), bocconcini in salsa in lattina (405 g) e il paté in vaschetta (100 g). Per il gatto sterilizzato sono disponibili i bocconcini in salsa o gelatina in pratica bustina (85 g).



**MORANDO**  
 La storia del pet food in Italia

[www.morando.it](http://www.morando.it)