



**Rassegna Morando Pet
luglio 2025**

Indice

Caldo estivo: gli animali da compagnia soffrono più degli umani pettrend.it - 03/07/2025	3
Brands Award 2025: tutti i premiati della serata gdoweeek.it - 10/07/2025	6
Brands Award 2025 newsimedia.net - 10/07/2025	14
Regolamento e giurie GDOWEEK - 15/07/2025	18
MIGLIORCANE MORANDO GDOWEEK - 15/07/2025	23
Petfood La salute vien mangiando Mark Up - 01/08/2025	24
Classifica globale del pet food 2025: Purina guida il podio, in forte crescita il Made in Italy petb2b.it - 25/07/2025	31
MORANDO Garden and Grill - 01/08/2025	33

Home > News > Caldo estivo: gli animali da compagnia soffrono più degli umani

News

Caldo estivo: gli animali da compagnia soffrono più degli umani

Di Redazione - 3 Luglio 2025



L'ondata di caldo che sta attraversando la nostra penisola per il momento non accenna ad attenuarsi: **18 città italiane rimangono in allerta e oggi hanno ancora il bollino rosso.**

Un clima che preoccupa anche gli amanti degli animali: secondo un sondaggio realizzato dalla testata di marketing e comunicazione *Spot and Web* su un panelist di circa 2.000 possessori di pet in Italia, **il 50% degli interpellati ritiene che gli animali domestici soffrano il caldo più degli esseri umani.**

Per il campione ciò riguarda in primis i cani (60%), sia perché hanno il pelo, sia perché passano più tempo all'aria aperta. “Il caldo opprimente non colpisce solo gli umani, ma anche i loro migliori amici animali: i cani più anziani, obesi e con patologia pregresse sono quelli più a rischio con queste temperature”, **ha dichiarato Franco Morando, membro del board di Morando SpA, azienda leader nel settore petfood in Italia**, commentando i dati del sondaggio.

Ma ora vediamo quali sono le 10 regole da seguire per permettere a fido di resistere alle temperature sopra la media stagionale. Secondo **l'ENPA (Ente Nazionale per la Protezione degli Animali)** tra i principi fondamentali per un'estate pet-friendly c'è prima di tutto evitare di fare le passeggiate nelle ore più calde (1) e non tenere il proprio animale chiuso in macchina (2) mentre si fa una qualsiasi attività quotidiana visto che l'abitacolo può raggiungere in pochi minuti la temperatura di 50°.

La distrazione è sempre dietro l'angolo e il caldo degli ultimi giorni potrebbe risultare fatale; allo stesso tempo occorre **assicurarsi che il cane rimanga idratato adeguatamente** bevendo acqua fresca e pulita, accertandosi che la ciotola sia sempre piena e anche incitandolo personalmente nel corso della giornata tramite giochi e con frequenza maggiore rispetto alle altre stagioni (3).

Per tutti i possessori di cani un accorgimento in più: anche loro si possono scottare ed è quindi necessario **applicare la crema solare ad alta protezione** alle estremità bianche e sulle punte delle orecchie (4).

L'Enpa non sottovaluta l'alimentazione: per questa stagione vanno scelti preferibilmente **cibi facili da digerire evitando di lasciare residui nelle ciotole** (5). Pure la zona in cui il cane trascorrerà le proprie giornate in casa è importante: crearne una all'ombra, refrigerante, dove l'animale può decidere di andare in caso soffra il caldo eccessivo è importante e in casi estremi si consiglia **l'utilizzo di ombrelloni** e, se lo spazio lo permette, di gazebo (6).

Massima attenzione anche ai parassiti, che possono essere letali e causare malattie come la leishmaniosi, **prevenendo tramite punture e antiparassitari** (7). Si potrebbe addirittura arrivare ad acquistare una piccola piscina con giochi, nel caso che al pet piaccia nuotare: un modo innovativo per divertire e rinfrescare il pelo allo stesso tempo, ma è necessaria una manutenzione adeguata cambiando l'acqua regolarmente (8).

Dopo aver fatto il bagno si auspica che i padroni asciughino completamente il proprio animale affinché non rimanga umidiccio a fine giornata (9). Infine, occorre **spuntare al più presto il pelo, soprattutto se molto folto**, per garantire un immediato sollievo in questi giorni di calore estremo (10).



“Con queste temperature così elevate, è assolutamente importante seguire gli accorgimenti promossi dall’ENPA con i nostri amici animali. **Il caldo così opprimente non colpisce solo noi umani; in particolare, i cani più anziani, obesi o con patologie pregresse**, sono più a rischio quando le temperature diventano roventi. Sugeriamo di mantenere una buona termoregolazione soprattutto nei cani evitando di rasare completamente l’animale perché la pelliccia, se ben curata, è un isolante termico naturale che protegge dal caldo e dal sole diretto; nei gatti **è consigliato rinfrescare la testa con dell’acqua fresca facendo attenzione a non bagnare le orecchie**. Per entrambi gli animali è suggerito l’utilizzo di un panno umido, non ghiacciato, e di attivare un ventilatore nelle vicinanze. Circa l’alimentazione, soprattutto nel caso in cui l’animale tenda a bere di meno, è utile somministrare più cibo umido ma sempre senza superare il fabbisogno nutrizionale giornaliero, abitualmente consigliato”, **ha dichiarato Franco Morando, membro del board di Morando SpA**, storico leader nel settore petfood in Italia.



Home > Brands Award > Brands Award 2025: tutti i premiati della serata

Brands Award News

Brands Award 2025: tutti i premiati della serata

Di Redazione GdoweeK - 10 Luglio 2025



Si è tenuta il 9 luglio a Milano la 26ª edizione del contest di GdoweeK e Mark Up che decreta i migliori prodotti in gdo

Si è tenuta il 9 luglio la cerimonia di premiazione dei **Brands Award 2025**, giunta alla **26ª edizione**. L'evento, organizzato dalle riviste *Mark Up* e *GdoweeK* del Gruppo Tecniche Nuove, ha celebrato le **migliori performance di marca nel largo consumo**, assegnando i tradizionali "Oscar" dei brand in **nove categorie**, **42 premi alle New Entry e Premi Speciali**.

Oltre **300 gli ospiti presenti** all'*Hotel Melià* di Milano tra manager dell'industria di marca, buyer e retailer della distribuzione moderna. A introdurre la serata la **direttrice responsabile Cristina Lazzati**, seguita dal presentatore **Moreno Morello**, volto noto del piccolo schermo.

I riconoscimenti sono stati assegnati attraverso un **sistema di valutazione su tre livelli**:

1. Analisi delle performance di vendita, crescita di quota di mercato e distribuzione ponderata, realizzata da **Circana**
2. Un'indagine su un **panel di consumatori condotta da Toluna**
3. Il giudizio della **giuria Retailer**, composta da buyer, category e direttori acquisti della gdo.

Nel corso della serata sono saliti sul palco per la consegna dei premi **professionisti del largo consumo, della distribuzione e dei media**, tra cui Grazia De Gennaro - Cda con delega a Comunicazione, Sostenibilità e Diversity, Maiora; Eleonora Graffione - Presidente Coralis - Presidente Associazione Donne del Retail; Paolo Antonini - Cpg Account Director, Circana; Sara Manazza - Communication Manager - GS1; Paola Pomi - Ceo, Sinfo One; Paolo Preda - Agency Manager Blu Media Group; Marika Machina - Direttore Operativo di Ve.Ma.; Beatrice Orlandini - Premio Insegna dell'Anno; Rossella Brenna - Consulente Direzionale; Anna Casani - Ceo Altavia; Maria Carla Sanna - Strategic Client Director Toluna; Anna Bertolini - Giornalista Mark Up e Gdoweeek, Tecniche Nuove Media; Cristina Lazzati, Direttrice Responsabile di Gdoweeek, Mark Up e Fresh Point Magazine; Cesare Gnocchi, Direttore Commerciale Tecniche Nuove Media; Gianluca Resta, Direttore Commerciale Aree Retail&Horeca Tecniche Nuove Media.

[Guarda la fotogallery della serata](#)

A conquistare i **premi** di questa edizione:

Premi Top Brand

Prodotti esistenti:

1° classificato Palmolive Naturals (Colgate - Palmolive)

2° classificato Heineken Original (Heineken Italia Spa)

3° classificato Gran Biscotto (Rovagnati)



Prodotti in lancio:

1° classificato Nutella Gelato (Ferrero)

2° classificato Yoga Ace Color (Conserve Italia)

3° classificato Raffo Lavorazione Grezza (Birra Peroni)



Prodotti con miglior indice di rotazione:

1° classificato Vecchio Amaro Del Capo (Distilleria Caffo)

2° classificato Passata Di Pomodoro Bottiglia (Mutti)

3° classificato Pavesi Goccioline Chocolate (Barilla G. E R. Fratelli)



Premio Consumatore

Il Premio viene assegnato da Toluna sulla base della consultazione di un panel di duemila consumatori sparsi sul territorio italiano e rappresentativi delle diverse fasce d'età.

Prodotti esistenti: Svelto (Unilever)

Prodotti in lancio: Nutella gelati (Ferrero Commerciale Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Philadelphia spalmabili 250gr (Mondelēz International)



Premio Retailer

Il premio identifica i prodotti che hanno ottenuto i punteggi più alti in assoluto nelle valutazioni degli esperti di settore.

Prodotti esistenti: Dual Power (Italchimica)

Prodotti in lancio: San Benedetto Succoso Zero (Acqua Minerale San Benedetto)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: La Numero Uno (Italpizza)





PREMI PER CATEGORIA

Categoria Alimentari Confezionati

Prodotti esistenti: La Numero Uno (Italpizza)

Prodotti in lancio: Nutella Croissant (Ferrero Commerciale Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione a pari merito: Passata Di Pomodoro 700 G (Mutti) e Caffè Macinato Qualità Rossa (Luigi Lavazza)

Categoria Alimentari Freschi

Prodotti esistenti a pari merito: Gran Biscotto (Rovagnati) e Milk Kefir (Latteria Nóm)

Prodotti in lancio: Santa Lucia Fiocchi Di Latte (Big - Galbani)

Prodotti con il miglior indice di rotazione a pari merito: Philadelphia Spalmabili (Mondelez International) e Rana Lasagne (Pastificio Rana)

Categoria Alcolici e Birre

Prodotti esistenti a pari merito: Heineken Original (Heineken Italia Spa) e Santero Spritz Ready To Drink (Santero Fratelli & C)

Prodotti in lancio: Raffo Lavorazione Grezza (Birra Peroni)

Prodotti con il miglior indice di rotazione a pari merito: Aperol (Campari) e Vecchio Amaro del Capo (Distilleria F.lli Caffo)

Categoria Bevande Analcoliche

Prodotti esistenti a pari merito: Coca Cola Zero Senza Caffeina (Coca Cola) e San Benedetto Succoso Zero (Acqua Minerale San Benedetto)

Prodotti in lancio a pari merito: Lemonsoda Twist (Ceres) e Yoga Ace Color (Conserve Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Red Bull Energy Drink (Red Bull)

Categoria Detergenza e Cura Casa

Prodotti esistenti: Svelto (Unilever)

Prodotti in lancio: Scotch Brite Power Classic (3M Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Fumakilla Vape Zanzare Elettroemanatori Piastrine Ricariche (Fumakilla Europe)

Categoria Igiene e Bellezza

Prodotti esistenti: Palmolive Naturals (Colgate - Palmolive)

Prodotti in lancio: Gillette Labs (Procter & Gamble)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Labello (Beiersdorf)

Categoria Detergenza e Cura Tessuti

Prodotti esistenti: Coccolatevi (Euthalia)

Prodotti in lancio: Dixan Expert (Henkel Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Mon Amour Tradizionale Profumazione Classica Blu Mare (Paglieri)

Categoria Dolciario

Prodotti esistenti: Lindt Excellence (Lindt & Spüngli)

Prodotti in lancio: Nutella Gelato (Ferrero)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Pavesi Gocciolate Chocolate (Barilla G. E R. Fratelli)

Categoria Petfood

Prodotti esistenti: Purina One Bifensis (Nestlé Purina Commerciale)

Prodotti in lancio: Ultima Pro+ (Affinity Petcare Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione a pari merito: Migliorcane (**Morando**) e Special Dog (Monge)

Riproposto anche il Contest "**New Entry 2025**", finalizzato a dare visibilità alle novità di prodotto presenti sul mercato della gdo. I vincitori sono stati decretati attraverso un sondaggio web, realizzato sul sito della rivista Gdoweeek (www.gdoweeek.it) e aperto ai manager dell'industria e della distribuzione.

Quest'anno il premio assoluto è stato assegnato a Red Bull Pink Edition Sugarfree (Red Bull)

Premi Speciali New Entry

Per la categoria Alcolici e Birre vince Umbrian Ipa (Az. Agr. Mastri Birrai Umbri S.s.)

Per la categoria Altri non food vince Spinny Pen Travel Collection (Incall s.p.a.)

Per la categoria Bevande e Preparati vince Vitasnella Specifiche cellulite/brucia grassi (Ferrarelle Spa)

Per la categoria Caffè vince Capsule Compatibili "Dolce Gusto" (Caffè Borbone)

Per la categoria Carne vince Summer on Fire (Martini Alimentare S.r.l.)

Per la categoria Condimenti vince Limmi Sweet (Limmi S.r.l.)

Per la categoria Confetture e Creme vince Marmellata di Arance Sicilia 360 g (Aldi S.r.l.)

Per la categoria Conserve Rosse vince Passata ai pomodori "La Completa" (Italian Food S.p.a.)

Per la categoria Conserve Vegetali vince Collezione D'amico vasi d'autore 2025 - limited edition (D'amico - D&D Italia Spa Società Benefit)

Per la categoria Cura casa - Tessuti vincono a pari merito Bioform Plus Super bianco (Biochimica) e Spontex Flex & Wash x2 (Mapa Spontex Italia)

Per la categoria Cura persona vince Hawaiian Tropic Face Cream SPF50 (Edgewell Personal Care Italy Srl)

Per la categoria Dolciario vince Cuor di Pistacchio Fabbri Bombon (Fabbri 1905)

Per la categoria Energy drink vince Red Bull Pink Edition Sugarfree (Red Bull)

Per la categoria Farine e lieviti vince Eterea (Molino Naldoni Srl)

Per la categoria Formaggi e latticini vincono a pari merito Spalmabile di RiCotta (Valcolatte) e Mozzarella bocconcino multipack senza lattosio (Bayernland srl)

Per la categoria Gelati vince Gelato Merenda Plasmon Sammontana (Heinz Italia)

Per la categoria Hipro vincono a pari merito Brodo proteico carni miste (Cleca S.p.a.) e Natural Plant Goodly -

gusto cacao (MartinoRossi Spa)

Per la categoria Igiene persona vince Bagnocrema (Kelit Srl)

Per la categoria Insaporitori, sale e spezie vince Polline - Spice Up (Italpepe 2 Srl)

Per la categoria Ittico vince Tartare di Salmone (Sicily Food Srl)

Per la categoria IV Gamma vince Piatti Unici Super Golosi (La Linea Verde Soc. Agr. Spa)

Per la categoria Latte e bevande vegetali vince Cappuccino Avena e Caffè (Unigrà S.p.a.)

Per la categoria Miele vince Miele + Balsamico (Conapi Soc. Coop. Agricola)

Per la categoria Olio e condimenti vincono a pari merito Zafferano spray (Compagnia Alimentare Italiana Spa) e Olio di avocado (Olio Dante S.p.a.)

Per la categoria Ortofrutta vince Antonio Ruggiero (Antonio Ruggiero Spa)

Per la categoria Pane vince Pane fresco di semola rimacinata di grano duro - Forte (Oropan Spa)

Per la categoria Pasta fresca e gnocchi vince Bipack Salvapreco (Pastificio Martimucci Srl)

Per la categoria Pasta secca vince Fettucelle Grandi (F.lli De Cecco di Filippo Fara San Martino S.p.a.)

Per la categoria Petcare vince Galaxy Garden (Vitakraft Italia S.p.a.)

Per la categoria Petfood vince ShinyCat (Gimborn Italia)

Per la categoria Piatti Pronti vincono a pari merito Bontà che Pasta (Euroverde Società Agricola Srl) e Martino piatti pronti - Couscous Perlato alla Puttanesca (Sipa International srl)

Per la categoria Plant Based vince CiboCi Everytime Minipasto vegetale proteico (Cibo-Ci Società Agricola Srl)

Per la categoria Preparati per Dolci vince Zero Sbatti (Molino Rossetto Spa)

Per la categoria Prodotti da forno vince Gran Pinsa Romana Classica Ambient (Molino Spadoni Spa)

Per la categoria Riso - cereali - legumi vince Riso Basmati Protein (Riso Scotti)

Per la categoria Salumi vince Bacon & Cheese per Burger Beretta (Salumificio Fratelli Beretta)

Per la categoria Snack Dolci vince LOV cubetti d'avena, fragola, mandorla & cioccolato (Vamvalis Foods S.a.)

Per la categoria Snack Salati vincono a pari merito Italian jerky original (Bejerky Srl) e Plasmon Snack I Paff Bio Carota, Zucca, Spinaci e Pomodoro (Kraft Heinz)

Per la categoria Sostitutivi del Pane vincono a pari merito Fette biscotte ai 5 cereali con semi di lino (Biscotti P. Gentilini Spa - Sb) e Nuova Gamma Crackers (F.lli De Cecco di Filippo Fara San Martino S.p.a.)

Per la categoria Sughì vince Pesto Vegetale al Basilico Inclusivo (Veggywell srl)

Per la categoria Surgelati vince Cozza Pastellata (Marevivo S.r.l.)

Per la categoria Zucchero e dolcificanti vince Eritritolo dark 225gr (Eridania)

La serata ha confermato ancora una volta il ruolo di **Brands Award come osservatorio autorevole e punto di riferimento per l'innovazione di prodotto e le performance di marca nel largo consumo.**

10 lug

Brands Award 2025



Milano (MI), 10 luglio 2025 – Assegnati i Brands Award 2025.

La 26ma edizione dell'evento organizzato dalle riviste Mark Up e Gdoweeek del Gruppo Tecniche Nuove che premia le migliori performance dei prodotti del largo consumo, ha assegnato come da tradizione gli "Oscar" dei brand in nove differenti categorie, conferendo anche 42 premi ai prodotti New Entry e tre Premi Speciali.

L'evento ha visto la collaborazione di **Circana**, **Toluna**, Blu Media Group.

Questi i Premi Speciali attribuiti durante la serata, soltasi ieri 9 luglio presso l'Hotel Melià di Milano: il premio Top Brand a Palmolive Naturals, Nutella Gelato, Vecchio Amaro Del Capo; il

Premio Retailer a Dual Power (Italchimica), San Benedetto Succoso Zero (Acqua Minerale San Benedetto), La Numero Uno (Italpizza); il Premio Consumatore a Svelto (Unilever), Nutella gelati (Ferrero Commerciale Italia), Philadelphia spalmabili 250gr (Mondeléz International). Premiati anche i più votati delle 42 categorie New Entry.

Una platea di oltre 300 spettatori tra esponenti dell'industria di marca, buyer e retailer italiani, ha partecipato ieri sera alla cerimonia riservata di premiazione dei Brands Award 2025 organizzata dalle riviste Mark Up e Gdoweeek, del Gruppo Tecniche Nuove. Ad aprire la serata, all'hotel Melià di Milano, la Direttrice responsabile **Cristina Lazzati**, seguita dal presentatore ufficiale, il volto della televisione Moreno Morello.

I premi conferiti alle aziende partecipanti sono stati definiti sulla base di criteri oggettivi e riscontrabili con tre livelli di giudizio.

I dati di vendita Circana hanno preso in considerazione la crescita di quota di mercato e di vendite a valore per i brand già presenti sul mercato. La distribuzione ponderata, la quota a valore e fatturato acquisti a sei mesi dal lancio per i migliori prodotti usciti nel 2024. Un ulteriore livello di giudizio è rappresentato dalle due giurie coinvolte: Toluna, che ha poi intervistato un panel di consumatori, e la giuria Retailer composta da buyer, category e direttori acquisti della gdo.

I premi sono stati consegnati da professionisti del mondo del largo consumo, della gdo, come anche dei servizi e dei media: Grazia De Gennaro - CDA con delega a Comunicazione, Sostenibilità e Diversity, Maiora; Eleonora Graffione - Presidente Coralis - Presidente Associazione Donne del Retail che è invitata a salire sul palco; Paolo Antonini - CPG Account Director, Circana; Sara Manazza - Communication Manager - GS1; Paola Pomi - CEO, Sinfo One; Paolo Preda - Agency Manager Blu Media Group; Marika Machina - Direttore Operativo di Ve.Ma.; Beatrice Orlandini - Premio Insegna dell'Anno; Rossella Brenna - Consulente Direzionale; Anna Casani - CEO Altavia; Maria Carla Sanna - Strategic Client Director Toluna; Anna Bertolini - Giornalista Mark Up e Gdoweeek, Tecniche Nuove Media; Cristina Lazzati, Direttrice Responsabile di

Gdweek, Mark Up e Fresh Point Magazine; Cesare Gnocchi, Direttore Commerciale Tecniche Nuove Media; Gianluca Resta, Direttore Commerciale Aree Retail&Horeca Tecniche Nuove Media.

A seguire, tutti i premi assegnati nelle differenti categorie, a cominciare dal premio Top Brand che identifica i marchi con le migliori performance assolute nell'anno.

PREMI TOP BRAND

Prodotti esistenti:

1° classificato Palmolive Naturals (Colgate - Palmolive)

2° classificato Heineken Original (Heineken Italia Spa)

3° classificato Gran Biscotto (Rovagnati)

Prodotti in lancio:

1° classificato Nutella Gelato (Ferrero)

2° classificato Yoga Ace Color (Conserve Italia)

3° classificato Raffo Lavorazione Grezza (Birra Peroni)

Prodotti con miglior indice di rotazione:

1° classificato Vecchio Amaro Del Capo (Distilleria Caffo)

2° classificato Passata Di Pomodoro Bottiglia (Mutti)

3° classificato Pavesi Gocciolate Chocolate (Barilla G. E R. Fratelli)

PREMI PER CATEGORIA

Categoria Alimentari Confezionati

Prodotti esistenti: La Numero Uno (Italpizza)

Prodotti in lancio: Nutella Croissant (Ferrero Commerciale Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione a pari merito: Passata Di Pomodoro 700 G (Mutti) e Caffè

Macinato Qualità Rossa (Luigi Lavazza)

Categoria Alimentari Freschi

Prodotti esistenti a pari merito: Gran Biscotto (Rovagnati) e Milk Kefir (Latteria Nóm)

Prodotti in lancio: Santa Lucia Focchi Di Latte (Big - Galbani)

Prodotti con il miglior indice di rotazione a pari merito: Philadelphia Spalmabili (Mondelez

International) e Rana Lasagne (Pastificio Rana)

Categoria Alcolici e Birre

Prodotti esistenti a pari merito: Heineken Original (Heineken Italia Spa) e Santero Spritz Ready To Drink (Santero Fratelli & C)

Prodotti in lancio: Raffo Lavorazione Grezza (Birra Peroni)

Prodotti con il miglior indice di rotazione a pari merito: Aperol (Campari) e Vecchio Amaro del Capo (Distilleria F.lli Caffo)

Categoria Bevande Analcoliche

Prodotti esistenti a pari merito: Coca Cola Zero Senza Caffeina (Coca Cola) e San Benedetto Succoso Zero (Acqua Minerale San Benedetto)

Prodotti in lancio a pari merito: Lemonsoda Twist (Ceres) e Yoga Ace Color (Conserve Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Red Bull Energy Drink (Red Bull)

Categoria Detergenza e Cura Casa

Prodotti esistenti: Svelto (Unilever)

Prodotti in lancio: Scotch Brite Power Classic (3M Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Fumakilla Vape Zanzare Elettroemanatori Piastrine Ricariche (Fumakilla Europe)

Categoria Igiene e Bellezza

Prodotti esistenti: Palmolive Naturals (Colgate - Palmolive)

Prodotti in lancio: Gillette Labs (Procter & Gamble)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Labello (Beiersdorf)

Categoria Detergenza e Cura Tessuti

Prodotti esistenti: Coccoleevi (Euthalia)

Prodotti in lancio: Dixan Expert (Henkel Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Mon Amour Tradizionale Profumazione Classica Blu Mare

(Paglieri)

Categoria Dolciario

Prodotti esistenti: Lindt Excellence (Lindt & Spüngli)

Prodotti in lancio: Nutella Gelato (Ferrero)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Pavesi Gocciolate Chocolate (Barilla G. E R. Fratelli)

Categoria Petfood

Prodotti esistenti: Purina One Bifensis (Nestlé Purina Commerciale)

Prodotti in lancio: Ultima Pro+ (Affinity Petcare Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione a pari merito: Migliorcarne (Morando) e Special Dog (Monge)

PREMI SPECIALI

Premio Consumatore Toluna

Il Premio viene assegnato da Toluna sulla base della consultazione di un panel di duemila consumatori sparsi sul territorio italiano e rappresentativi delle diverse fasce d'età.

Prodotti esistenti: Svelto (Unilever)

Prodotti in lancio: Nutella gelati (Ferrero Commerciale Italia)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: Philadelphia spalmabili 250gr (Mondelēz International)

Premio Retailer

Il premio identifica i prodotti che hanno ottenuto i punteggi più alti in assoluto nelle valutazioni degli esperti di settore.

Prodotti esistenti: Dual Power (Italchimica)

Prodotti in lancio: San Benedetto Succoso Zero (Acqua Minerale San Benedetto)

Prodotti con il miglior indice di rotazione: La Numero Uno (Italpizza)

Riproposto anche il Contest "New Entry 2025", finalizzato a dare visibilità alle novità di prodotto presenti sul mercato della gdo. I vincitori sono stati decretati attraverso un sondaggio web, realizzato sul sito della rivista Gdoweeek (www.gdoweeek.it) e aperto ai manager dell'industria e della distribuzione.

Quest'anno il premio è stato assegnato a Red Bull Pink Edition Sugarfree (Red Bull srl)

Premi Speciali New Entry

Per la categoria Alcolici e Birre vince Umbrian Ipa (Az. Agr. Mastri Birrai Umbri S.s.)

Per la categoria Altri non food vince Spinny Pen Travel Collection (Incall s.p.a.)

Per la categoria Bevande e Preparati vince Vitasnella Specificque cellulite/brucia grassi (Ferrarelle Spa)

Per la categoria Caffè vince Capsule Compatibili "Dolce Gusto" (Caffè Borbone)

Per la categoria Carne vince Summer on Fire (Martini Alimentare S.r.l.)

Per la categoria Condimenti vince Limmi Sweet (Limmi S.r.l.)

Per la categoria Confetture e Creme vince Marmellata di Arance Sicilia 360 g (Aldi S.r.l.)

Per la categoria Conserve Rosse vince Passata ai pomodori "La Completa" (Italian Food S.p.a.)

Per la categoria Conserve Vegetali vince Collezione D'amico vasi d'autore 2025 - limited edition (D'amico - D&D Italia Spa Società Benefit)

Per la categoria Cura casa - Tessuti vincono a pari merito Bioform Plus Super bianco (Biochimica) e Spontex Flex & Wash x2 (Mapa Spontex Italia)

Per la categoria Cura persona vince Hawaiian Tropic Face Cream SPF50 (Edgewell Personal Care Italy Srl)

Per la categoria Dolciario vince Cuor di Pistacchio Fabbri Bombon (Fabbri 1905)

Per la categoria Energy drink vince Red Bull Pink Edition Sugarfree (Red Bull)

Per la categoria Farine e lieviti vince Eteera (Molino Naldoni Srl)

Per la categoria Formaggi e latticini vincono a pari merito Spalmabile di Riccotta (Valcolatte) e Mozzarella bocconcino multipack senza lattosio (Bayernland srl)

Per la categoria Gelati vince Gelato Merenda Plasmon Sammontana (Heinz Italia)

Per la categoria Hipro vincono a pari merito Brodo proteico carni miste (Cleca S.p.a.) e Natural Plant Goodly - gusto cacao (MartinoRossi Spa)

Per la categoria Igiene persona vince Bagnocrema (Kelit Srl)

Per la categoria Insaporitori, sale e spezie vince Polline - Spice Up (Italpepe 2 Srl)

Per la categoria Ittico vince Tartare di Salmone (Sicily Food Srl)

Per la categoria IV Gamma vince Piatti Unici Super Golosi (La Linea Verde Soc. Agr. Spa)

Per la categoria Latte e bevande vegetali vince Cappuccino Avena e Caffè (Unigrà S.p.a.)

Per la categoria Miele vince Miele + Balsamico (Conapi Soc. Coop. Agricola)

Per la categoria Olio e condimenti vincono a pari merito Zafferano spray (Compagnia Alimentare Italiana Spa) e Olio di avocado (Olio Dante S.p.a.)

Per la categoria Ortofrutta vince Antonio Ruggiero (Antonio Ruggiero Spa)

Per la categoria Pane vince Pane fresco di semola rimacinata di grano duro - Forte (Oropan Spa)

Per la categoria Pasta fresca e gnocchi vince Bipack Salvaspreco (Pastificio Martimucci Srl)

Per la categoria Pasta secca vince Fettucelle Grandi (F.Ili De Cecco di Filippo Fara San Martino S.p.a.)

Per la categoria Petcare vince Galaxy Garden (Vitakraft Italia S.p.a.)

Per la categoria Petfood vince ShinyCat (Gimborn Italia)

Per la categoria Piatti Pronti vincono a pari merito Bontà che Pasta (Euroverde Società Agricola Srl) e Martino piatti pronti - Couscous Perlato alla Puttanesca (Sipa International srl)

Per la categoria Plant Based vince CiboCi Everytime Minipasto vegetale proteico (Cibo-Ci Società Agricola Srl)

Per la categoria Preparati per Dolci vince Zero Sbatti (Molino Rossetto Spa)

Per la categoria Prodotti da forno vince Gran Pinsa Romana Classica Ambient (Molino Spadoni Spa)

Per la categoria Riso - cereali - legumi vince Riso Basmati Protein (Riso Scotti)

Per la categoria Salumi vince Bacon & Cheese per Burger Beretta (Salumificio Fratelli Beretta)

Per la categoria Snack Dolci vince LOV cubetti d'avena, fragola, mandorla & cioccolato (Vamvalis Foods S.a.)

Per la categoria Snack Salati vincono a pari merito Italian jerky original (Bejerky Srl) e Plasmon Snack I Paff Bio Carota, Zucca, Spinaci e Pomodoro (Kraft Heinz)

Per la categoria Sostitutivi del Pane vincono a pari merito Fette biscotte ai 5 cereali con semi di lino (Biscotti P. Gentilini Spa - Sb) e Nuova Gamma Crackers (F.Ili De Cecco di Filippo Fara San Martino S.p.a.)

Per la categoria Sughì vince Pesto Vegetale al Basilico Inclusivo (Veggywell srl)

Per la categoria Surgelati vince Cozza Pastellata (Marevivo S.r.l.)

Per la categoria Zucchero e dolcificanti vince Eritritolo dark 225gr (Eridania)

< Dove l'arte respira.

Progetti PNRR nel territorio di Lecce >



Newsimedia è una testata on-line reg. al Tribunale di Lecce n. 203/1974

[Instagram](#)
[Facebook](#)
[YouTube](#)

Preferenze sui cookie

Sezioni

Notizie
Notizie dal mondo
Da paese a paese
Economia
Politica
Lavoro
Spettacoli e Cultura

Categorie

Attualità e cronaca
Giustizia
Sanità
Sport

Curiosità

Gossip
Meteo
Oroscopo

[Privacy & Cookie Policy](#)
[Copyright & Disclaimer](#)



SCENARI



Regolamento e giurie

LE NOVE CATEGORIE

ALIMENTARI FRESCHI

ALIMENTARI CONFEZIONATI

DOLCIARIO

BEVANDE ANALCOLICHE

ALCOLICI E BIRRE

DETERGENZA E CURA CASA

DETERGENZA E CURA TESSUTI

IGIENE E BELLEZZA

PET FOOD

Brands Award 2025 è organizzato da Gdoweeek e Mark Up su dati forniti da Circana. È l'unica iniziativa che premia le migliori performance annue di marca nei beni di largo consumo attraverso criteri oggettivi e riscontrabili che coinvolgono i consumatori finali e il retail moderno. Per partecipare ai Brands Award non occorre iscriversi, né pagare alcun importo: concorrono tutti i beni del largo consumo presenti oggi sul mercato. I criteri di selezione delle marche sono oggettivi (dati di vendita Circana) e i prodotti in nomination vengono sottoposti ad altri due livelli di giudizio: consumatori e giuria di buyer/category/direttori acquisti della gdo. I vincitori scaturiscono quindi da tre classifiche che, pesate in modo uguale, indicano i vincitori di categoria e il vincitore assoluto.

Le performance di vendita
 Per le categorie merceologiche Alimentari Freschi, Ali-

mentari Confezionati, Dolciario, Bevande Analcoliche, Alcolici e birre, Detergenza e cura casa, Detergenza e cura tessuti, Igiene & bellezza, Pet food, i dati Circana, finalizzati alla definizione delle nomination, prendono in considerazione i seguenti parametri:

- marche già presenti sul mercato: la crescita di quota di mercato e di vendite a valore registrate nel 2024 per ognuna delle categorie analizzate (a.t. febbraio 2025) - le prime sei per ogni categoria;
- migliori lanci del 2024: distribuzione ponderata, quota a valore e fatturato acquisti a sei mesi dal lancio - i primi tre per ogni categoria;
- miglior prodotto di marca per indice di rotazione con DP maggiore di 20 - i primi 5 prodotti di marca.

Le preferenze del consumatore

Le nomination definite da Circana sono sottoposte al panel di consumatori web di Toluna, rappresentativo dell'universo familiare italiano, che decreta anche il Premio Consumatore.

Il giudizio dei buyer, category e direttori acquisti della gdo

Le nomination definite sono inoltre votate da esperti della distribuzione. Il giudizio dei retailer decreta anche il Premio Retailer.

I prodotti in nomination sono stati sottoposti al giudizio delle giurie e tale giudizio è insindacabile e inappellabile. Sono premiati il vincitore dei prodotti esistenti, il vincitore dei prodotti in lancio e il vincitore dei prodotti di marca per indice di rotazione per ciascuna categoria in gara, nonché il vincitore assoluto.





> 15 luglio 2025 alle ore 0:00



SCENARI

Top player Brands Award 2025 - Esistenti

BRAND	AZIENDA	BRAND	AZIENDA
958 Santero Spritz Ready To Drink	Santero Fratelli & C	Emulsio Detergente Pavimenti Doppia Fragranza	A. Sutter
Adoc For Dogs Filetti Di Pollo	Whitebridge Pet Brands	Fage Total	Fage International
Almo Nature Hfc	Almo Nature	Felicia Bio	Andriani
Bulldog	Campari	Frisk Cleanbreath	Perfetti Van Melle
Chanteclair	Real Chimica	Friskies	Nestlé Purina Commerciale
Coca Cola Zero Senza Caffeina	Coca Cola	Frosta - Pesce Preparato Panato	Frosta
Coccolatevi	Euthalia	Garnier Good	L'Oréal Italia
Coccolino	Unilever	Garnier Vitamina C	Garnier
Crema 100% Nocciolo Bio	Euro Company	Gran Biscotto	Rovagnati
Crema Novi	Elah-Dufour	Heineken Original	Heineken Italia
Deo Due Morbido Ammorbidente	Chimiclean	Italpepe	Italpepe
Dove Bagnoschiuma	Unilever	Jägermeister	Gruppo Montenegro
Dr Beckmann Il Dissolvi Macchie	Tavola	Jefferson Amaro Importante	Compagnia Dei Caraibi/Vecchio Magazzino Doganale
Dual Power	Italchimica	Kioene Mini Cotolette con Spinaci	Kioene



10 | 15 luglio 2025



> 15 luglio 2025 alle ore 0:00

SCENARI



BRAND	AZIENDA	BRAND	AZIENDA
La Numero Uno	Italpizza	San Benedetto Succoso Zero	Acqua Minerale San Benedetto
Lenor	Procter & Gamble	Sheba Filets	Mars Italia
Lindt Excellence	Lindt & Sprüngli	Sorgesana	Lete
Milk Kefir	Latteria Nöm	Special Dog Excellence	Monge & C.
Mulino Bianco Pinsa	Barilla G. e R. Fratelli	Sunsilk Ricci Da Sogno e Liscio Perfetto	Unilever
Orasi Bevande Vegetali	Unigrà	Svelto	Unilever
Oro Ciok al Latte	Mondelēz Italia Services	Sweet Home Collection	Suarez
Palmolive Naturals	Colgate - Palmolive	Tanqueray Gin & Tonic	Diageo Italia
Pepsi Zero	Pepsico Beverages Italia	Valmora Acqua Minerale	Pontevecchio
Purina One	Nestlé Purina Commerciale	Veet Expert	Reckitt Benckiser
Purina One Bifensis	Nestlé Purina Commerciale	Vileda Panni e Spugne	Fhp di Freudenberg
Raffo Ricetta Originale	Birra Peroni	Vivident Xylit	Perfetti Van Melle
Rana Lasagne e Parmigiana	Pastificio Rana	Yoga	Conservas Italia
Red Bull Energy Drink	Red Bull	Zig Zag	Deisa Ebano
Roku Gin	Stock	Zymil Alla Greca Zero Grassi	Lactalis Nestlé Prodotti Freschi Italia





> 15 luglio 2025 alle ore 0:00



SCENARI

Top player Brands Award 2025 - Lanci

BRAND	AZIENDA	BRAND	AZIENDA
Air Wick Armonia Istantanea Essential Mist	Reckitt Benckiser Commercial	Nutella Gelato	Ferrero Commerciale Italia
Bauli Panmoro Di Verona	Bauli	Nutella Plant Based	Ferrero Commerciale Italia
Coccolino Profumo per Bucato Elixir	Unilever	Omio Bianco Detersivo Idrocap Sciogli Macchie	Bolton Manitoba
Coccolino Wonder Wash	Unilever	Panorama	L'Oréal Group
Corona Cero	Anheuser-Busch Inbev	Patatas Nana	Patatas Nana
Danone Duo	Danone Nutricia	Prime Hydration	Congo Brands
Dixan Expert	Henkel Italia	Pringles Hot	Kellanova
Elvive Glycolic Gloss	L'Oréal Italia	Purina Adventures Training	Nestlé Purina Commerciale
Felix Tasty Nuggets	Nestlé Purina Commerciale	Raffo Lavorazione Grezza	Birra Peroni
Fulfil	Ferrero Commerciale Italia	Raid Essentials Liquido Elettromanatore Insetti Volanti	Sc Johnson
Galbusera Protein G	Galbusera	San Benedetto Aquaprotein	Acqua Minerale San Benedetto
Garofalo Potere al Pomodoro	Garofalo	Santa Lucia Focchi di Latte	Big (Galbani)
Gillette Labs	Procter & Gamble	Santàl Zero	Gruppo Parmalat
Kop Detergente Piatti Concentrato	In.chi.pla	Scotch Brite Power Classic	3M Italia
Lemonsoda Twist	Ceres	Spontex Full Action Corner	Mapa Spontex Italia
Messina Vivace	Heineken Italia	Tronky Sandwich	Ferrero Commerciale Italia
Milk Protein Yogurt Mix	Latteria Nöm	Ultima Pro+	Affinity Petcare Italia
Mulino Bianco Fisarmoniche	Barilla G. e R. Fratelli	Venturo	Diageo Italia
Nescafé Dolce Gusto Miscela Robusta	Nestlé Italiana	Yoga Ace Color	Conserve Italia
Nutella Croissant	Ferrero Commerciale Italia	Zuegg Zero Residui 100% da Frutta	Zuegg





> 15 luglio 2025 alle ore 0:00

SCENARI **BRANDS AWARD 25**

Top player Brands Award 2025 - Indice di rotazione

BRAND	AZIENDA	BRAND	AZIENDA
Aperol	Campari	Migliorcane	Morando
Aragosta Vermentino Di Sardegna Doc	Cantina Santa Maria La Palma Alghero	Molinari Extra	Molinari Italia
Baileys Original	Diageo Italia	Mon Amour Tradizionale Profumazione Classica Blu Mare	Pagliari
Caffè Macinato Qualità Rossa	Luigi Lavazza	Mulino Bianco Pan Goccioli	Barilla G. e R. Fratelli
Dash con Actilift Bucato Lavatrice	Procter & Gamble	Napisan Additivo Disinfettante	Reckitt Benckiser Commercial
Dash Power Bucato Lavatrice	Procter & Gamble	Passata di Pomodoro 700g	Mutti
Dove Spray	Unilever	Rana Lasagne	Pastificio Rana
Fage Total 0%	Fage International	Pavesi Gocciole Chocolate	Barilla G. e R. Fratelli
Felix Le Ghiottonerie	Nestlé Purina Commerciale	Philadelphia Spalmabili	Mondelēz International
Findus Pisellini Primavera	C.S.I. - Compagnia Surgelati Italiana	Polase Plus	Haleon
Fonzies Gli Originali	Mondelēz Italia Services	Pril Excellence Caps 5 In 1	Henkel
Vape Zanzare Elettromanatori Piastrine Ricariche	Fumakilla Europe	Red Bull Energy Drink	Red Bull
Santa Lucia Mozzarella Palla	Big (Galbani)	Sant'Anna Acqua Non Gassata	Acqua Sant'Anna
Garnier Acqua Micellare	Garnier	Scholl Deodorante Scarpe	Scholl's Wellness Company
Gourmet Gold Cuore Morbido	Nestlé Purina Commerciale	Sheba Filets	Mars
Kinder Cards	Ferrero Commerciale Italia	Smac Gel Bagno	Bolton - Manitoba Home Care
Kioene Mini Burger con spinaci	Kioene	Special Dog	Monge
Labello	Beiersdorf	Tanqueray London Dry	Diageo Italia
Lete Acqua Effervescente Naturale	Lete	Tortillas	Roberto Industria Alimentare (Morato Group)
Levissima Acqua Non Gassata	Nestlé San Pellegrino	Uliveto Acqua Effervescente Naturale	Co.Ge.Di
Listerine	Kenvue	Ultima	Affinty Petcare Italia
L'Oréal Paris Excellence Crème	L'Oréal Italia	Vecchio Amaro Del Capo	Distilleria Caffo
Magnesio Supremo Complessi Vitaminici/Minerali	Natural Point		





> 15 luglio 2025 alle ore 0:00



MIGLIORCANE
MORANDO

Morando risponde alle esigenze nutrizionali dei cani di diverse taglie, età e con bisogni specifici, con un'ampia gamma di alimenti secchi, sviluppati dai veterinari nutrizionisti dell'azienda. L'offerta è rappresentata dalle linee cross-channel caratterizzate da un diverso price positioning in modo da proporre a tutti i consumatori la soluzione nutrizionale ideale per i loro cani. Migliorcane è caratterizzata dalla formula Wellness System che aiuta a mantenere ossa e denti robusti, pelle sana e pelo lucido, massa muscolare più tonica.

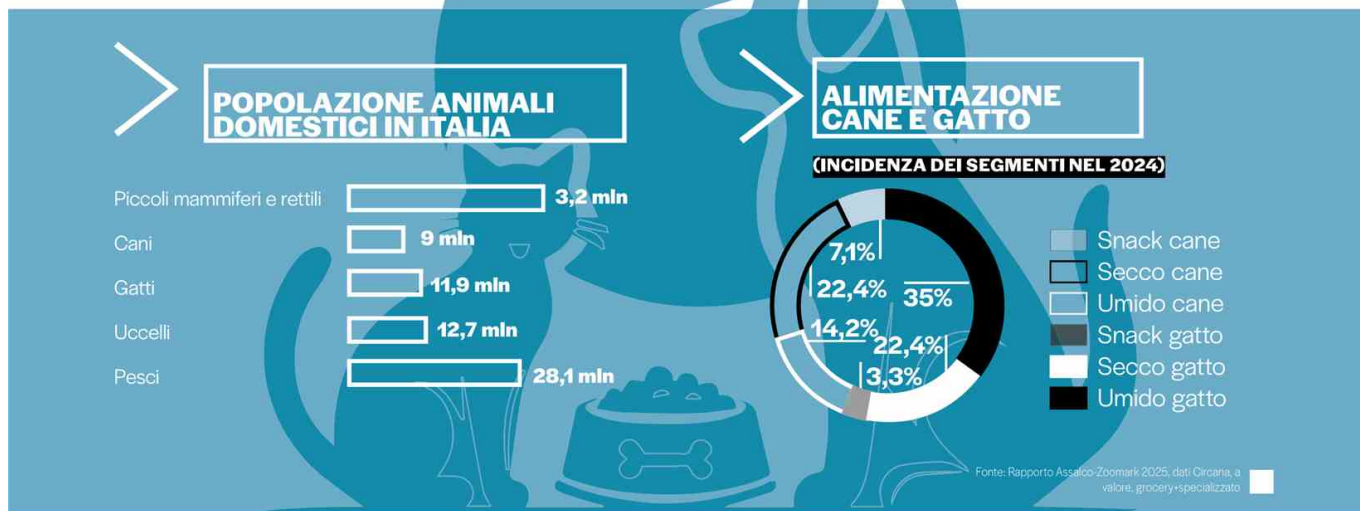
MIGLIORCANE
ROS VALORE SU CATEGORIA:
 Variazione su anno precedente **309**

dati Circana - febbraio 2025

A.B.



MARKUP 341
 QUADERNI



Petfood

La salute vien mangiando

In un mercato sempre più specializzato e premium, l'innovazione si gioca su qualità e funzionalità degli alimenti. Il giro d'affari per l'alimentazione di cani e gatti, il segmento principale del petfood e petcare, ha superato i 3,1 mld di euro

di **Silvia Fornari**

Salute e funzionalità si rivelano essere le prime direttrici dell'innovazione del mercato, sia nel comparto degli alimenti completi (quelli che forniscono tutti i nutrienti nelle quantità e proporzioni richieste), sia in quello degli alimenti complementari, come gli snack, che svolgono funzioni specifiche e negli ultimi anni si sono diversificati anche in forma di pastiglie, polveri e paste. Sono 65 milioni gli animali da compagnia in Italia, di cui più di 20 milio-

ni fra cani e gatti. Sono considerati membri della famiglia a tutti gli effetti dal 96% dei pet owners, che per loro acquistano alimenti di qualità e formulati in base a età, razza, taglia, condizioni di salute, oltre che naturali e gustosi. Prodotti crescentemente premium, insomma, anche in diretta correlazione con il cambiamento demografico del Paese, dove le famiglie si rimpiccioliscono e risultano composte da una maggiore percentuale di senior.

Basta scorrere i dati pubblicati a maggio 2025 dal Rapporto Assalco-Zoomark per cogliere la solidità e il dinamismo del mercato petfood. Il giro d'affari per l'alimentazione di cani e gatti, il segmento principale del petfood e petcare, ha superato i 3,1 mld di euro, con una crescita di +3,7% su base annua e un Cagr a valore di +9,8% dal 2021 al 2024. A volume il dato è leggermente negativo (-1,4%). Campanello d'allarme? Forse no, poiché l'andamento è riconducibile



MARKUP 341 QUADERNI

all'aumento dei gatti rispetto ai cani nelle case degli italiani e alla preferenza marcata per i cani di piccola taglia.

UMIDO BATTE SECCO

Secondo il Rapporto, i prodotti per gatto realizzano il 56,3% del valore complessivo, pari a 1.758 mln di euro di fatturato, con una crescita di +5% sul 2023 trainata dall'umido (+5,3%). I prodotti per cane raggiungono 1.367 mln di euro, in crescita di +2,1%, ma la progressione è maggiore nel secco (+2,3%). Sul totale petfood, gli alimenti umidi incidono il 49%, con +4,3% a valore, seguiti dai secchi con il 40,4% di quota di mercato e un +13,4% a valore.

“Il gatto va meglio del cane, l'umido va meglio del secco”, riassume Luciano Fassa, direttore generale di Monge. Alla fiera Zoomark di Bologna l'azienda ha presentato molte novità per i brand Monge Natural Superpremium, Gemon (venduti nel canale specializzato e nelle catene pet) ed Excellence (brand esclusivo per la gdo), proponendo ricette single protein e soprattutto rafforzando la selling proposition sulle linee di prodotti umidi.

“Per esempio, i patè monoproteina cotti a vapore e arricchiti con superfood e con i nuovi bocconcini cotti al forno con le ricette bi-gusto, cioè con due differenti tipi di



Cosimo Laterra
 sales director Italy of Mars Pet Nutrition Europe

carne -illustra Fassa-. L'ultima novità sono i Monge Fresh nelle buste da 85 g per cani e per gatti: patè cotti a vapore, arricchiti con mini bocconcini cotti al forno, tutte ricette con carne fresca altamente digeribile, ingredienti selezionati, senza coloranti, conservanti né zuccheri aggiunti. A Zoomark abbiamo presentato 16 nuovi progetti per coprire i diversi segmenti del mercato. La comunicazione è parte fondamentale della nostra strategia commerciale, tanto che siamo da anni il primo investitore in

advertising, dalla tv alla radio, dal digital alla stampa, dall'oooh agli oltre 150 eventi che presidiamo sul territorio”.

Anche United Petfood, che a Bologna ha lanciato numerose novità in tutti i segmenti del mondo pet, pone l'accento sull'innovazione degli alimenti umidi in formato single serve pouch realizzati nella nuova fabbrica in Polonia, United Petfood Radom. “Si tratta di brodi e zuppe in busta richiudibile per il gatto e di sfilaccetti in salsa con verdure che ricordano gli stufati per il cane -spiega Roberto Verzini, cco di United Petfood Italia-. Lo stabilimento si caratterizza per la sua filiera a ciclo chiuso; il collegamento diretto con un macello avicolo a pochi km di distanza consente di ricevere la materia prima fresca tre volte al giorno e di controllare tutte le fasi della produzione”.

L'azienda, che conta 26 stabilimenti nel mondo, ha annunciato inoltre l'apertura di un nuovo sito produttivo in Turchia dedicato al mondo delle lattine umido (bocconi in salsa o gelatina e patè) e la produzione di piccoli formati da 75-100 g per gatto che ancora non aveva in portafoglio. Il nuovo stabilimento rientra nella collaborazione come co-shareholder di United Petfood con l'azienda turca Lider Petfood.

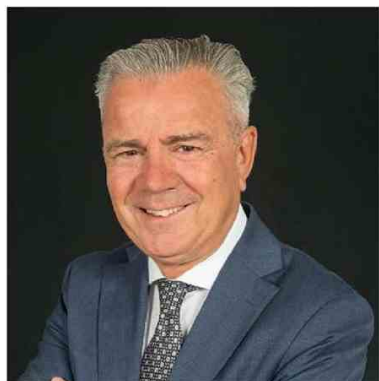
“United Petfood è specializzata nella fornitura in private label e intende continuare a

IL MERCATO PER CANALI

Sul fronte dei canali distributivi, i dati Assalco mostrano una crescita a valore a doppia cifra per le catene+petshop gdo nei segmenti umido cane (+10,5%) e umido gatto (+14,1%) e buone performance nel secco cane (+8,6%) e secco gatto (+9,7%). Nel grocery e nei petshop tradizionali l'umido cane e gatto avanza a valore di +3,2% in entrambi i canali, i secchi gatto di +2,6% e +3% rispettivamente, mentre i secchi cane crescono solo nei petshop tradizionali (+2,3%). Per quanto riguarda gli snack, è il segmento gatto a crescere di più a valore sia nel grocery (+10,9%) sia nelle catene petshop+petshop gdo (+11,3%), meno nei petshop tradizionali (+3,7%). È nei punti di vendita specializzati che gli shopper trovano l'assortimento più vasto e specifico per le esigenze nutrizionali dei pet e personale formato ad hoc e in grado di consigliarli, ed è su questo canale che diverse aziende si stanno concentrando. Secondo il Rapporto Assalco-Zoomark 2025, il mercato italiano online degli alimenti per cani e gatti vale 451 milioni di euro (+8,2% sul 2023) ed è il segmento del gatto a trainare le vendite del canale, con una crescita superiore al 13% per l'umido e al 9% per il secco. Nei canali fisici lo shopper può valutare di persona i prodotti e confrontare le offerte, ma la comodità di consegna a casa di prodotti pesanti, come i formati scorta e le lettiere, rappresenta un driver importante per gli acquisti online.



MARKUP 341
 QUADERNI



Luciano Fassa
 direttore generale
 di Monge



Edoardo Lano
 direttore commerciale
 di **Morando**



Claudio Scurpa
 amministratore delegato
 di Vitakraft Italia

SPINGERE SULLA FORMAZIONE

Royal Canin si impegna a lavorare con l'intero ecosistema del mondo pet, offrendo occasioni formative a tutti gli interlocutori: masterclass, webinar, academy per negozianti, veterinari e allevatori, la piattaforma Royal Canin Academy dove trovare una vasta gamma di corsi su diversi temi, e attività di sensibilizzazione e formazione. Il portafoglio prodotti propone oltre 350 formule studiate in base a razza, taglia, età, stile di vita, sensibilità e condizioni di salute di ogni cane e gatto. "È per questo che i nostri prodotti sono disponibili solo nel canale specializzato, dove il supporto di personale competente è fondamentale per consigliare la soluzione nutrizionale più adatta -sottolinea Valentina Menato, pet specialty retail director di Royal Canin-. Uno degli obiettivi per il 2025 è rafforzare il nostro supporto, valorizzando le categorie di prodotto disponibili solo in questo canale, come la linea Ageing, gli snack funzionali e gli integratori".

Fra le novità di quest'anno ci sono la gamma Royal Canin Veterinary Health Nutrition, studiata per supportare la nutrizione di cani e gatti con problematiche specifiche, i Treats Royal Canin, snack per cani compatibili con le principali gamme dietetiche, e il rilancio dei Training Treat Royal Canin.

essere attiva in tutti i canali distributivi, grocery e specialised retailers, contract manufacturer e eCommerce", aggiunge Verzini.

SPECIALIZZAZIONE PER IL GATTO

È sul segmento umido gatto che sta investendo Schesir & CO (la nuova denominazione di Whitebridge Pet Brands Italia), che ha presentato una nuova linea di completo naturale. AdOc Complete For Cats si compone di alimenti umidi completi e bilanciati in lattine monodose da 80 g dedicati alle esigenze nutrizionali quotidiane dei gatti adulti. La gamma impiega ingredienti naturali, filettati a mano e cotti al vapore, senza conservanti, coloranti né aromi artificiali e grazie all'aggiunta di vitamine, acidi grassi Omega-3, minerali e taurina le monodosi sono un pasto pronto da gustare, senza l'aggiunta di crocchette.

"È la nostra gamma di punta quest'anno e lavoreremo per ampliarne la distribuzione -sottolinea Serena Traverso, trade marketing manager Emea di Schesir & CO-. Nell'ultimo anno abbiamo presentato un restyling completo del logo e dei packaging, per arricchire le informazioni in etichetta e facilitare il processo di scelta. Investiamo inoltre nei touchpoint più vicini al consumatore: materiali pop per valorizzare la nostra presenza a scaffale, espositori promozionali per garantire una doppia visi-

bilità cross-category, giornate hostess per far conoscere le nostre gamme, spiegare la differenza tra umido completo e complementare e offrire campioni omaggio".

"Il segmento che cresce di più e che detiene la quota maggiore è quello degli alimenti umidi per gatto, ma avanzano decisamente anche gli snack per gatto -conferma Stefania Coccia, marketing director di Landini Giuntini - Partner in Pet Food-. Anticipando questi trend, abbiamo proposto alimenti di diverse fasce di prezzo per intercettare il giusto target di riferimento. I nostri prodotti superpremium stanno ottenendo ottimi riscontri nel canale specializzato e da anni offriamo una vasta gamma di snack anche per gatti, funzionali all'igiene orale e gustosi premi per gratificarli".

Fra gli ultimi lanci ci sono le nuove mousse della gamma PreVital nelle varianti con carne o pesce, in differenti ricette e abbinamenti, e la linea di paté Monoproteici ItalianWay, nata per rispondere alla crescente richiesta di alimenti ipoallergenici.

"In quanto parte del gruppo PPF, la nostra azienda condivide gli stessi obiettivi, cioè crescita del business e innovazione di prodotto con uno sguardo sempre orientato alla sostenibilità: questo vale per i nostri brand, ma anche per la produzione private label dei distributori, a cui presentiamo le proposte più recenti e di valore, qua-



MARKUP 341 QUADERNI

li mousse, paté, monoproteici, snack”.

IL SECCO È SMART

Ma non mancano le novità nel mondo dei prodotti dry, come il nuovo brand Happety che Pet Village sta per lanciare. Le prime a uscire saranno le linee di alimentazione dry, una per il gatto e due per il cane, la Multi Animal Protein in più varianti di gusto e la Single Animal Protein, ideale per cani con sensibilità. Le referenze si differenziano in base alla fase di vita, alla taglia e alle esigenze specifiche del pet e impiegano varie fonti proteiche, consentendo di spaziare tra gusti diversi e formulazioni funzionali. “A fianco del processo di premizzazione degli alimenti per i pet si rafforza la tendenza a ottimizzare gli acquisti, cercando soluzioni che coniughino qualità e convenienza, in termini di prezzo e di offerta -commenta Francesco Ianora, direttore commerciale food di Pet Village-. Happety intende interpretare questi trend: i suoi prodotti dry si caratterizzano per funzionalità, digeribilità, grande appetibilità e ambiscono a diventare la “smart choice” per i proprietari di cani e gatti. Per lo sviluppo del brand uno degli obiettivi strategici principali è la gestione ottimale del processo distributivo; lavoreremo per rendere reperibile e visibile il prodotto sul territorio, comunicare i suoi valori, evidenziarne i principali benefici e sviluppare la brand awareness”.

LO SNACK GOURMET

Quello degli snack è il seg-

mento più piccolo del mercato e mostra trend positivi solo a valore (+4,2%). Gli snack per cane, di solito scelti come premio o per obiettivi funzionali come l'igiene orale, hanno un'incidenza superiore rispetto a quelli per gatto (7,1% contro 3,3% a valore), ma le performance sono superiori per gli snack gatto: +10,2% a valore e +11,5% a volume contro +1,7% a valore e -3,3% a volume degli snack cane.

Per i pet owners anche gli snack devono essere in linea con lo stile di vita dell'animale, appetibili e gratificanti ma anche funzionali per la salute, realizzati con ricette clean composte da pochi ingredienti selezionati e di alta qualità. Vita-kraft, per esempio, che presenta oltre 100 novità ogni anno, investe nello sviluppo di ricette di qualità, con pochi ingredienti e sempre più sostenibili, una filiera etica certificata e pack riciclabili.

Un esempio di questa filosofia sono i nuovi snack Drink: una bevanda-snack che promuove l'idratazione nei gatti, che sono poco inclini a bere. Un'altra novità sono i Vita Hearts, piccoli snack per gatto a forma di cuore che uniscono gusto e benessere e sono disponibili in tre varianti con benefici funzionali mirati (Immunity, Digestion, Skin & Coat).

“Nei prossimi anni puntiamo a rafforzare la nostra leadership negli snack, oltre che nei giochi e nei prodotti per l'igiene di cani e gatti, consolidando al contempo la crescita nel segmento alimentare per uccelli e roditori, dove già deteniamo





MARKUP 341
 QUADERNI

MIGLIORE DIGERIBILITÀ DEI SINGOLI PRODOTTI

Nel segmento cane, Wonderfood (proprietaria di Oasy) rileva un forte interesse verso prodotti grain free e mono-proteici, ideali per garantire digeribilità e ridurre il rischio di intolleranze, in tutti i segmenti dry, wet e snack. Per il gatto, aumenta la richiesta di alimenti naturali, semplici e gustosi, soprattutto nell'umido, con una crescente attenzione alla qualità e alla composizione dell'alimento. Avanza anche il segmento snack gatto, soprattutto con le gamme liquid snack. "A Bologna abbiamo presentato il rebranding di Oasy e molti nuovi prodotti nelle gamme dry, wet e snack, sia cane sia gatto -spiega Marzio Bernasconi, direttore commerciale di Wonderfood-. Per il cane, stiamo espandendo la gamma mono-proteica e grain free, con ricette migliorate e nuovi formati per offrire varietà, rispondere a esigenze specifiche e mantenere un rapporto qualità prezzo competitivo. Per il gatto, le novità sono due linee dry, altamente digeribili e ricche di benefici nutrizionali, e due gamme di umidi, Naturity Soft Jelly e Naturity Cooking Broth, improntate su qualità e semplicità degli ingredienti. La proposta di Oasy è costruita sui valori di benessere animale, naturalità e affidabilità e vogliamo confermarci come brand di riferimento nel mercato del petfood, soprattutto nella distribuzione specializzata".



una quota rilevante di mercato -fa sapere Claudio Scurpa, amministratore delegato di Vitakraft Italia-. Vediamo importanti opportunità nei prodotti sostenibili e funzionali, come lettiera naturale e snack con benefici specifici. Come dimostrano le nuove linee presentate a Zoomark, le nostre priorità restano qualità, innovazione e sostenibilità, principi che guidano lo sviluppo del nostro catalogo".

A scommettere sul segmento snack è anche Rinaldo Franco, che con il nuovo catalogo ha lanciato 64 nuove referenze snack a marchio Best Friend pensate per soddisfare gusti, taglie ed esigenze specifiche dei pet.

"L'innovazione è al centro della nostra strategia e si traduce in un'offerta sempre più distintiva dal punto di vista qualitativo ed emozionale -illustra il presidente Dan Franco-. Un esempio è la nuova linea di pasticceria per cane Baukery, che unisce l'appello visivo al gusto: plumcake, muffin, croissant, barrette e biscotti, tutti confezionati in un packaging accattivante, perfetto anche per il canale regalo.

Per il mondo gatto abbiamo introdotto due linee che stanno riscuotendo grande interesse: Moussy Cat, snack in crema da leccare, e Fagotti, croccantini con ripieno cre-



Carlo Manicardi
 amministratore delegato
 di Spectrum Brands Italia

moso". La competitività dell'azienda si basa sui tre pilastri di visibilità, promozione e vicinanza al consumatore. "Investiamo molto in espositori personalizzati, che valorizzano il prodotto in store e ne facilitano la rotazione, in attività promozionali mirate e una costante presenza nei volantini della gdo -sottolinea Franco-. Lavoriamo in sinergia con i nostri partner distributivi per offrire soluzioni efficaci, di forte impatto commerciale e facilmente implementabili grazie anche al supporto della nostra rete commerciale di merchandising".

Per Purina l'innovazione è un pilastro della strategia di sviluppo, come dimostra l'ampliamento della gamma Gourmet Revelations con Bocconcini in Gelée in tre varianti, caratterizzati da una gelatina trasparente dalla forma piramidale.

Per il cane, la gamma Purina Adventuros Filetto si è ampliata con una nuova referenza all'anatra che va ad arricchire il segmento degli snack ad alto contenuto di carne, che mostra una forte crescita nel mondo dei treats.

"Nel canale grocery Purina ha registrato la migliore crescita a valore tra i principali player con un incremento del +6,5% -commenta Luca Cavallero, head of grocery business Purina-. L'azienda ha superato per la



MARKUP 341
 QUADERNI



I prodotti per gatto realizzano ben oltre la metà del valore complessivo intercettato dalla gdo e dagli specializzati, pari a 1.758 mln di euro di fatturato

prima volta la soglia del mezzo miliardo di sell-out (531 mln di euro), rafforzando la propria quota di mercato a valore con un aumento di 90 bps (fonte Circana full year 2024).

Questa performance si basa su una strategia articolata, che parte dall'ampiezza del portafoglio e si completa con un presidio costante dei principali canali: gdo, eCommer- ce e specializzato. Inoltre, attraverso programmi come Unleashed by Purina, l'azienda continua a investire in soluzioni in-

novative, integrando anche tecnologie come l'intelligenza artificiale".

SALUTE E FUNZIONALITÀ

Le nuove ricette pensate per il benessere dei pet si fanno via via più specializzate e prevedono ingredienti di qualità e naturali, free from e proteici.

Con i marchi Eukanuba e Iams, Spectrum Brands sviluppa prodotti sempre più composti da fonti di provenienza naturale, con attenzione agli aspetti funzionali, grain free e monoproteici. L'obiettivo è creare miscele studiate di fibre e prebiotici per una sana digestione, senza grano, senza riempitivi, ogm, aromatizzanti o coloranti artificiali, con Omega 3 e 6 per una pelle sana e un pelo lucente e vitamina E per rafforzare il sistema immunitario.

"A fine agosto è previsto il rilancio completo di Eukanuba Life Care, la gamma di cibo secco mantenimento cane, e della nuova linea Eukanuba Wet mantenimento umido cane -anticipa Carlo Manicardi, amministratore delegato di Spectrum Brands Italia-. A questo seguirà il rilancio delle gamme Eukanuba Grain Free nell'ultimo trimestre 2025 e Eukanuba Special Care secco e umido nel primo trimestre 2026. Il 2024

FOCUS SUGLI SPECIALIZZATI

Morando intende focalizzarsi nel 2025 e negli anni a venire sullo sviluppo e la fidelizzazione del canale specializzato con l'ambizione di diventare sempre più un partner di riferimento per i clienti, soprattutto in petshop, garden e catene. Di recente è uscita la linea premium dedicata ai negozi specializzati Morando Le Tradizioni Italiane: 35 referenze di secco e umido per cani e gatti ispirate alla dieta mediterranea, che si rivolgono a un target medio/alto spendente e alla ricerca di un prodotto di elevata qualità a un prezzo accessibile. "Tutti i marchi dedicati al canale specializzato saranno a breve caratterizzati dal family name Morando -anticipa Edoardo Lano, direttore commerciale Morando-. Nuovi prodotti arricchiranno la storica linea Morando Professional, soprattutto nel segmento mono proteico, e la linea Morando Superfood, anche negli alimenti secchi, oltre al rilancio della gamma umido già sul mercato. Sempre nel segmento superpremium è in corso il rebranding della gamma Miocane e Miogatto, che diventerà Morando Miocane e Morando Miogatto e vedrà nuove referenze per Morando Miogatto Sensitive".

La produzione è distribuita tra lo stabilimento di Molfetta (Ba) per l'umido e quello di Andezeno (To) per il secco; in quest'ultimo sono stati inseriti una nuova linea di confezionamento per i formati da 3-20 kg e nuovi silos e linee di alimentazione alle confezionatrici. Inoltre, è in corso il potenziamento di una delle linee di produzione delle vaschette e, nel medio periodo, sarà disponibile una nuova linea di confezionamento buste che garantirà nuovi formati di vendita e il raddoppio della capacità produttiva.






di lams ha visto invece il lancio della gamma secco e umido gatto lams Advanced Nutrition, declinata per fasi della vita (kitten, adulto e senior), con un'elevatissima percentuale di proteine animali e elementi funzionali. Numerosi gusti e consistenze caratterizzano la gamma umido gatto, disponibile anche nei pack convenienza da 12 o 24 pezzi". L'azienda è presente nei negozi specializzati, nel canale eCommerce e in gdo, dove in particolare ci sarà un focus nei prossimi anni, soprattutto su nuove gamme di snack cane e gatto (il marchio Good Boy di nuova acquisizione, con snack di vera carne a un prezzo appetibile) e sulla proposta del food cane e gatto a marchio lams. Qualità, naturalità e sostenibilità sono le strade dell'innovazione per Mars: "Ci impegniamo per un'evoluzione continua delle ricette, sempre più orientate a ingredienti semplici, riconoscibili e funzionali e stiamo rivisitando formati e proposte in base ai nuovi stili di vita e alle e-



Serena Traverso
trade marketing manager Emea
di Schesir & CO

signenze di consumo personalizzato -spiega Cosimo Laserra, sales director Italy di Mars Pet Nutrition Europe-. Questo approccio si accompagna a un lavoro strutturale sull'intera filiera, con l'obiettivo di ridurre l'impatto

ambientale e di offrire un'esperienza d'acquisto coerente con le aspettative di un consumatore più consapevole". La novità principale del 2025 è la linea premium di alimenti naturali e completi Cesar Fresh Bowls: ricette che hanno come primo ingrediente la carne tenera e sono arricchite con verdure fresche e altri ingredienti naturali, nel formato monoporzione da 85 g ideale per cani di piccola taglia o per chi cerca praticità e freschezza. Il segmento umido si rafforza poi con il rilancio delle Pedigree Buste, che offrono un'alimentazione completa in un formato versatile e comodo da utilizzare. "Puntiamo sull'innovazione dell'offerta, con una particolare attenzione al segmento premium e naturale, e a rafforzare la nostra presenza nei canali in crescita, come il digitale, i drugstore e i discount -fa sapere Laserra-. Proseguiremo inoltre il nostro percorso per rendere tutti i nostri packaging più sostenibili e ridurre l'impatto ambientale della filiera produttiva". 



Classifica globale del pet food 2025: Purina guida il podio, in forte crescita il Made in Italy

25 Luglio 2025

La **classifica 2025** delle principali aziende produttrici di pet food a livello mondiale, stilata dalla testata americana **Petfood Industry**, si conferma stabile ai vertici, con **Purina** che mantiene la leadership conquistata lo scorso anno. La società del gruppo Nestlé ha chiuso il 2024 con un fatturato di **22,4 miliardi di dollari**, consolidando la sua posizione di leader globale del settore.



I leader globali e le dinamiche nella Top 10

Il podio della classifica si conferma invariato: dietro a Purina si piazzano **Mars (22 miliardi di dollari)** e **Hill's Pet Nutrition (4,4 miliardi)**. Le prime dieci posizioni del ranking restano quasi del tutto immutate rispetto a dodici mesi fa, con l'unica eccezione dello scambio di posizione tra **J.M. Smucker** e **Diamond Pet Food**, che si attestano rispettivamente al quinto e al sesto posto. La presenza americana si conferma dominante, con otto imprese su dieci, affiancate dal gruppo belga **United Petfood** (anch'esso al sesto posto con Diamond Pet Food) e dalla compagine giapponese **Unicharm Corp.**

I protagonisti del Made in Italy

Per quanto riguarda le società protagoniste nel mercato italiano non presenti in Top 10, si segnala la conferma di **Monge** come primo produttore Made in Italy, grazie a un fatturato di **538 milioni** (posizione 26). **Farmina** continua la propria salita in classifica e raggiunge il 28° piazzamento con un turnover di **440 milioni**.

Tra gli altri protagonisti, **Morando** fa un importante balzo in avanti, passando dal 52° al 40° posto e chiudendo il 2024 con un fatturato di **239 milioni di dollari**. **Almo Nature** si posiziona al 58° posto con **130,4 milioni**, mentre **Dorado** guadagna due posizioni, arrivando al 74° piazzamento con **73 milioni di dollari**. La classifica delle imprese Made in Italy è chiusa da **Sanypet**, che si attesta alla 101a posizione con vendite pari a **28,8 milioni di euro**.

Da segnalare anche la performance di **Whitebridge Pet Brands**: il fatturato indicato nella classifica di Petfood Industry comprende anche quello della divisione italiana, che da quest'anno ha cambiato ragione sociale in Schesir & Co (e il cui dato preso singolarmente è pari a **108,6 milioni di dollari**). Occorre ricordare infatti che nel 2024 la società genovese costituiva un gruppo unico con l'americana Whitebridge, prima della cessione di quest'ultima da parte del fondo NXMH a General Mills. Infine, **Landini Giuntini** ha riportato un fatturato di **94 milioni di dollari** ed è presente nel ranking di Petfood Industry alla 14esima posizione in quanto parte del gruppo Partner In Pet Food.



> 1 agosto 2025 alle ore 0:00

MORANDO

LA NUOVA GAMMA MORANDO

La nuova gamma **Morando** – Le Tradizioni Italiane, è caratterizzata da ingredienti tipici italiani - come pomodoro, che apporta potassio per la vitalità e funzionalità muscolare e olio d'oliva per la salute di pelo e cute - arricchiti con erbe aromatiche della tradizione italiana come rosmarino, salvia e origano dalla proprietà antiossidante e antimicrobica, per supportare la corretta digestione. Gli alimenti secchi sono ricchi in carni accuratamente selezionate accompagnate da verdure e cereali integrali, per offrire a cani e gatti il corretto apporto nutritivo con ingredienti di qualità e amminoacidi essenziali altamente biodisponibili. Gli alimenti umidi - proposti in paté, bocconi e bocconcini in salsa - sono invece formulati con carni fresche cotte al vapore per preservare i nutrienti e apportare maggiore appetibilità. Tutte le ricette sono inoltre impreziosite da verdure idonee all'uso umano come pomodori, fagiolini, patate e carote.

