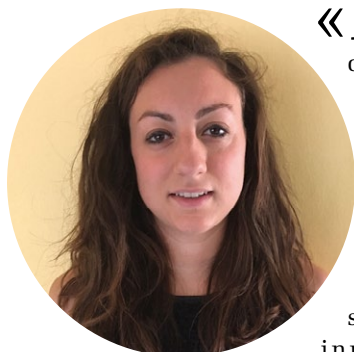


MARS: un cuore morbido



CI HA RISPOSTO

Carmen Salvatore,
Portfolio Manager
Mars South Europe

«Il segmento snack gatto continua a crescere a doppia cifra, Mars leader con una quota di mercato del 52% e crescita del +23%, prende quota grazie ai suoi brand Catisfactions® con i suoi

innumerevoli gusti

e Sheba® liquid snack a seguito di un aumento di spesa media dei consumatori, impegnati con grande attenzione a non rinunciare alle spese per il benessere e l'interazione con i propri animali.

I consumatori richiedono sempre più prodotti naturali, di qualità, a basso contenuto di grassi e calorie e con pochi processi di lavorazione. Non è semplice soddisfare un gatto, ma Catisfactions e Sheba offrono spuntini perfetti da utilizzare come premio o come semplice coccola per i nostri gatti.

Il fattore chiave del successo di Mars Petcare nel segmento degli snack gatto è da individuare nella forza dei brand che riescono sempre ad attrarre i nostri amici a quattro zampe con prodotti innovativi».

Per info: ita.mars.com

SNACK PER TUTTI

Catisfactions, croccantini dal morbido cuore disponibili in molteplici formati e gusti: pollo, manzo, salmone, formaggio e nel nuovo gusto erba gatta di cui i gatti vanno matti!



OPPORTUNITÀ PER IL PETFOOD

I trend raccolti fra gli stakeholder del mercato a Zoomark 2023

Punto di riferimento del mercato è sempre la fiera specializzata di Bologna, Zoomark, alla quale nell'ultima edizione ha partecipato naturalmente anche la nostra redazione. Fra i tanti personaggi incontrati e intervistati per capire quale sia lo sviluppo futuro del petfood in Italia abbiamo raccolto alcune testimonianze interessanti, non solo da parte dei produttori ma anche da chi è in prima linea nel rapporto con i proprietari dei pet, ovvero i gestori di pet-shop.

«La relazione e il dialogo con il consumatore – afferma Marco

Tombolesi (Category Manager di Animali Che Passione (Gruppo Selex) – così come la misurazione del suo gradimento, sono essenziali anche nei punti vendita Animali che Passione.

Proponiamo innovazione a pet owner che chiedono il meglio per il proprio animale, sia per il pet food che per il non-food. Nella



relazione con il cliente, assortimento e competenza sono i driver per ingaggiare i proprietari di gatti che chiedono e si aspettano suggerimenti e consigli sui prodotti da acquistare».

Le aziende pet sono attente alla domanda di innovazione, come dimostra il grande successo dei superfood e degli snack specifici per i nostri felini o dei tanti accessori sostenibili e realizzati con materiale di riciclo. Anche Dan Franco, presidente di Rinaldo Franco, evidenzia che: «La crescente attenzione in spazi di

mercato nuovi (ad esempio i supermercati della GDO) offre una maggiore possibilità di proporre novità anche nella direzione dell'umanizzazione. Si pensi agli accessori realizzati con materie prime second life e sostenibili, trend molto forti per quanto riguarda le scelte d'acquisto per gli animali d'affezione».