

Il petfood made in Italy alla conquista degli Stati Uniti @GlobalPetExpo

26 aprile 2016 Guido Minciotti



Il Made in Italy all'estero è apprezzato non solo sulla tavola ma anche nella ciotola. Fuori dai nostri confini, infatti, vanno forte crocchette e biscotti per cani e gatti, purché rigorosamente italiani. Una decina di aziende italiane di prodotti per gli amici animali sta avendo ottimi riscontri al Global Pet Expo, la più grande fiera annuale sulla pet industry. La manifestazione, che si è svolta nei giorni scorsi a Orlando, in Florida, Usa, ha fatto registrare risultati da record: vi hanno partecipato 1.087 espositori, che hanno presentato oltre tremila nuovi prodotti a 15.478 visitatori, di cui 6.710 buyer internazionali. Per la prima volta, questo evento ha visto

anche la presenza di Zoomark International, la fiera biennale sui prodotti e le attrezzature per gli animali da compagnia leader in Europa negli anni dispari, organizzata da BolognaFiere in collaborazione con Promopet. In vista della prossima edizione, prevista a Bologna dall'11 al 14 maggio 2017, Zoomark ha partecipato con la realizzazione del "Padiglione del Made in Italy", una collettiva di dieci aziende italiane che ha suscitato un grande interesse da parte di buyer e visitatori da tutto il mondo, favorendo l'avvio di contatti con nuovi potenziali clienti e partner. Soddisfatte dei contatti e del riscontro per la qualità dei prodotti italiani le aziende presenti a Orlando: Agras Delic, IV San Bernard, Mugue, PetitAmis, Chemi-Vit, Dorado, Officinalis, 2G Pet Food, Imac e Oceanlife. Alcuni buyer hanno dichiarato che all'estero "mancano prodotti con la peculiarità e unicità italiana in termini di design e qualità" e di "non riuscire a trovare alternative di pari pregio all'interno dei loro mercati". "La soddisfazione delle dieci aziende italiane che hanno partecipato al Global Pet Expo è anche la nostra", sottolinea Marco Momoli, direttore Business Unit Italia di BolognaFiere. "La presenza con collettive italiane nei maggiori eventi mondiali dedicati alla pet industry – spiega – è una strategia che intendiamo confermare e anzi ampliare, in vista del prossimo appuntamento di Zoomark International 2017 a Bologna".