

26/04/2016 12:30

 Tweet 0  0  0

 G+1  Consiglia  Mi piace

Apprezzato da Fido, ora il pet food italiano conquista Usa

Alla Global Pet Expo in Florida successo per imprese di cibo e attrezzature per animali

Roma, 26 apr. (Labitalia) - Non solo tavole imbandite per 'umani' con prodotti enogastronomici made in Italy, ma all'estero vanno forte crocchette e biscotti per cani e gatti, purché rigorosamente italiani. A decretare il successo dei prodotti nostrani anche per gli amici animali è stata la Global Pet Expo, la più grande fiera annuale sulla pet industry. La manifestazione, che si è svolta nei giorni scorsi a Orlando (Florida, Usa), ha fatto registrare risultati da record: vi hanno partecipato 1.087 espositori, che hanno presentato oltre 3.000 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. "Un'esperienza certamente da ripetere, siamo soddisfatti dei risultati", sottolineano i rappresentanti di Agras Delic. "Molte sono le aziende che hanno richiesto entusiaste l'inizio di una collaborazione commerciale", spiega la IV San Bernard, a cui fanno eco Mugue, che si dice "soddisfatta dei contatti, che si prospettano molto interessanti", e PetitAmis, che sottolinea la "buona organizzazione e la buona qualità dei contatti". La partecipazione italiana al Global Pet Expo ha anche rappresentato l'occasione, come spiegano alla Chemi-Vit, per "verificare e valutare il mercato americano e internazionale", oltre che per "comprendere la mentalità nei confronti dei prodotti europei", secondo Dorado, e dunque per "ampliare enormemente i nostri orizzonti", sottolinea Officinalis. Molto buona è stata la risposta ai prodotti italiani. "Hanno riscosso un buon successo", confermano alla 2G Pet Food, perché nel mercato americano, spiegano all'Imac, "mancano prodotti con la peculiarità e unicità italiana in termini di design e qualità" e anche perché, secondo Oceanlife, i buyer presenti "hanno dichiarato 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".

Altri articoli che parlano di...

Categorie (1)

ADN Kronos

