



ZOOMARK 2019

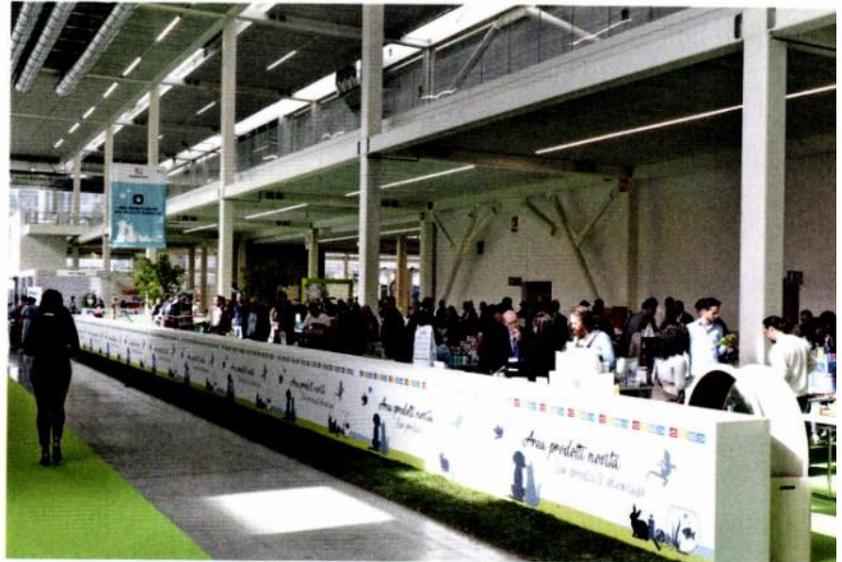
I N T E R N A T I O N A L

Presenze record E PRODOTTI DI PUNTA

Ingredienti superpremium, prodotti naturali, grain free... il pet-owner è sempre più esigente e il mercato risponde con prodotti di eccellenza



Qual è il vostro prodotto di punta presentato a Zoomark? Lo abbiamo chiesto ad alcune aziende tra gli oltre 700 espositori presenti alla diciottesima edizione della fiera internazionale sul mondo degli animali domestici. Tra le centinaia di nuovi prodotti presentati, i riflettori si sono accesi su quelli alimentari, con formule sempre più calibrate sulle esigenze nutrizionali degli animali, che propongono ingredienti superselezionati e naturali. Anche la tecnologia applicata allo sviluppo dei prodotti si mette al servizio dei pet, tra cuce costruite in materiali isolanti, brandine e cuscini ortopedici e in 'memoryfoam', giochi interattivi e collari dotati di Gps. L'attenzione è sempre più focalizzata su prodotti e materie prime biologiche, cicli produttivi sostenibili e imballaggi riciclabili. L'importante è che i nostri amici abbiano il meglio sul mercato.



Luciano Fassa, direttore generale di Monge
Abbiamo tante novità sui marchi Monge per i negozi specializzati esulla linea Excellence per la Gdo, per i mercati e supermercati. La nostra linea più rappresentativa è la grain free, come **Monge Bwild Grain Free**, che si declina in prodotti *grain free* o *low grain*, legati al concetto dell'alimentazione ancestrale, in natura, ricette con tanta carne fresca, basso contenuto di cereali, o totalmente senza cereali. È un trend già molto diffuso negli Usa, in forte crescita in Europa e in Italia. A casa ho due gatti, Piccolina, di tre anni, e Minù di quattro, sono un gattofilo. Ad accudirli siamo un po' io e la mia compagna e, a volte, mia figlia e mia madre. Sono molto legate a me, ma si affezionano a chiunque si sieda sul divano. Mangiano il nostro secco monoproteico trota e salmone, perché sono ghiotte di pesce, e anche il Monge natural bustine monodose. Chi assaggia i prodotti? Io lo faccio, il secco è il più

facile, è come assaggiare un biscottino, un po' più difficile farlo con l'umido, ma basta vedere come lo prepariamo e cosa contiene per superare l'iniziale imbarazzo: quando hai a che fare con pezzi di tonno e pollo cotti al vapore, con materie prime a uso umano, i problemi non esistono". www.monge.it

Assalco-Zoomark: pet membri della famiglia per oltre l'80% degli italiani

Per l'81,8% degli italiani gli animali da compagnia sono membri della famiglia, con punte fino al 95% circa tra chi effettivamente vive con un pet.



Rossella Baiocchi, responsabile marketing (nella foto è con Elisa Guidarelli di *Wedding Dog Sitter*, a sinistra) Cosa lanciamo a Zoomark? **Qublo**, un cubo per i gatti, il nuovo gioco-cuccia componibile ed elegante, studiato per gli amici a quattro zampe. È perfetto per nascondersi, esplorare, arrampicarsi, giocare con altri gatti. Un divertimento con stile! È

SPECIALE ZOOMARK

anche elemento di arredo dal decoro simil-paglia, col quale si possono fare diverse composizioni, magari con libri o vasetti, il gatto entra, esce, ci può dormire, è molto divertente. In più è trasparente, quindi il micio, dalle trame della finta paglia può anche spiare il proprietario o altri gatti. Mentre per i cani abbiamo lanciato un nuovo formato di **Orma**, il mini, la nuova zampetta per cani di piccola taglia. È un gioco in materiale atossico che aumenta la capacità e l'agilità fisica e mentale, migliora la coordinazione del cane. Anche questa, come il gioco "Tuttomio", galleggia, rimbalza e, nella misura più grande, si può usare come portauzagli multiplo per portare a spasso più cani in contemporanea. E poi la zampa ricorda il logo di Bama Pet, è infatti nata da qui l'idea".

www.bamagroup.com/it/pet/bama-pet/



Marta Maria Salice, divisione marketing e ufficio stampa

Lanciamo la linea **Prolife** che si rinnova e che si arricchisce di tante nuove referenze, con tanti contenuti scientifici e tecnici. Uno dei più importanti è la nutrigenomica, una scienza sviluppata in campo umano, e noi per primi l'abbiamo declinata nel settore del pet food per il benessere dei cani e dei gatti. Studia come i nutrienti contribuiscono ad accendere e spegnere i geni preposti alle varie funzioni vitali. Cani e gatti hanno determinate esigenze in ogni fase biologica, per ognuna delle quali abbiamo creato un blend. Un esempio: per il cane anziano con problemi intestinali e carenza di difese immunitarie questa scienza favorisce l'accensione dei geni preposti alla buona funzionalità dell'intestino. www.prolife-pet.it



AGRAS PET FOODS

Costanza Levera, responsabile marketing e comunicazione (nella foto è con Veronica Tarantino digital marketing, a sinistra)

Abbiamo presentato diverse novità sia nel secco sia nell'umido, ma il clou della nostra presenza a Zoomark è il festeggiamento del **ventesimo anniversario di Schesir**, lanciato sul mercato nel 1999 da Agras Pet Foods. Il brand che ha segnato l'esordio del pet food naturale in Europa oggi è leader nel segmento di mercato degli alimenti umidi naturali "single serve", grazie ad una gamma amplissima e ad una incessante innovazione, anche nel secco, fino ad arrivare alla linea bio e alle "Specialità del mare". Tutte le attività promozionali e di engagement del consumatore quest'anno hanno come leit motiv il numero 20. Per esempio, si è appena conclusa l'iniziativa "20 anni di solidarietà con Schesir", per sostenere i progetti delle associazioni volti al miglioramento del benessere dei pet meno fortunati. Ricordiamo che Schesir rifiuta da sempre l'uso di test invasivi e cruenti e per questo è incluso nella lista dei marchi "cruelty free" ed

PROLIFE. PERCHÉ... ABBIAMO SCRITTO UN LIBRO!

Mi piace ricordare il momento esatto in cui ci siamo resi conto che per raccontare questa nuova linea Prolife sarebbe stato necessario...un libro! Eravamo nel pieno dei lavori, cromaline, pantonari e prove colore, adrenalina altissima perché si sa, non è possibile commettere errori in fase di stampa. Ci siamo resi conto di quanto questa linea fosse ampia, tecnologica, ricca e come per veicolarla fosse necessario proprio un libro. Non un'opera di carattere puramente scientifico perché ci saremmo voluti rivolgere a più persone e spiegarne non solo i contenuti quanto la filosofia, quella filosofia che abbiamo tessuto, giorno dopo giorno, a misura dei nostri desideri e dei nostri sogni pensando sempre ai nostri amici a quattro zampe, che erano a casa ad aspettarci. Il frutto di questo lavoro è il libro "Prolife Perché", che oggi mettiamo a disposizione di tutti i nostri interlocutori, per condividere, trasmettere e sensibilizzare. Sono stati i nostri amici pet la nostra vera musa ispiratrice ed è a loro che lo dedichiamo. **Marta Maria Salice**



è sempre più impegnato nella difesa dell'ambiente e dell'eco-sostenibilità, soprattutto marina.
www.schesir.it



Mauro Landini, amministratore delegato
La novità di quest'anno è **ItalianWay Ideal Weight trota e mirtillo**, soluzione formulata per aiutare i nostri amici pelosi a mantenere il peso ideale. Bontà grain free con oltre il 30% di pesce, la referenza 'Hypoallergenica' è disponibile per cani di taglia piccola, media e grande e per gatti sterilizzati. Salta agli occhi l'accostamento da gourmet della trota ai mirtillo un'intesa nutrizionale tra un pesce di acqua dolce, estremamente digeribile e ricco di proteine, e i mirtillo, vero e proprio superfood in grado di combattere lo stress ossidativo, favorire il recupero post attività fisica e proteggere i muscoli dall'invecchiamento. I nuovi ingredienti si abbinano perfettamente alla 'Ricetta della Vita', esclusivo brevetto Giuntini che porta nella ciotola i benefici di pomodoro, aglio, olio di oliva, origano e rosmarino che favoriscono la digestione, combattono i radicali liberi e svolgono azione antisettica naturale. www.italianwaypet.it



Ekaterina Shefer, responsabile marketing
La più grande novità è sicuramente quella dedicata al canale specializzato **Morando Superpetfood**, quindi un brand con ingredienti naturali di superfood, famosi per essere dei veri e propri concentrati di benessere, come bacche di goji, di mirtillo o di ananas. Abbiamo voluto dedicare un'attenzione particolare ai nostri amici a quattro zampe e sfruttare anche un trend molto forte nel food, proprio per cavalcare l'umanizzazione di questo settore, secondo il concetto che se fa bene a noi sicuramente fa bene anche a loro. La nuova linea superfood è una gamma superpremium, con proprietà diverse per ogni target. C'è una grande specializzazione, prodotti per gatti sterilizzati, per gatti adulti, anziani, gattini... secco e umido, sia cane che gatto. Ognuno ha la sua formula specifica che combina superfood insieme alla carne fresca e selezionata, come anatra, salmone, manzo, tacchino e agnello.
www.morando.it



Aldo Rossi, sales and marketing manager
Abbiamo presentato il **restyling della linea Exclusion Monoprotein Vet Diet**, ossia la nostra linea dietetica per cani con patologie, caratterizzata da un'unica fonte proteica animale e da ingredienti completamente naturali e innovativi, senza conservanti, né coloranti. Ci auguriamo che possa piacere ai veterinari. Premesso che una società straniera con circa 70 cani e gatti certifica in modo scientifico l'appetibilità e la somministrazione dei nostri prodotti, in casa, in comunione con mio padre e mia sorella, ho quattro cani che ci divertiamo a far diventare tester: è una prova casareccia per vedere cosa preferiscono, una sorta di test "a naso". Cosa mangiano i nostri cani, nello specifico? Uno prende l'Urinary perché ha un problema di salute, gli altri "Exclusion Mediterraneo Superpremium" gusto pollo, e qualcun altro "Exclusion Ancestral Low Grain". www.exclusion.it

SPECIALE ZOOMARK



FARM COMPANY
Federica Gabasio, responsabile acquisti

La nostra è un'azienda giovane, con poco più di dieci anni. Da tempo abbiamo intrapreso il percorso 'Green' per portare il consumatore a una scelta nell'acquisto più consapevole e sostenibile. A Zoomark, tra i nostri tanti prodotti è molto piaciuta la **Pasta, uno snack pronto all'uso a forma di pasta** a base di amido di piselli, fecola di patata dolce, tapioca, glicerina vegetale, senza glutine, "vegan ok" ed è un prodotto molto morbido e profumato. Abbiamo ricette con cardo mariano e ortica, per la funzionalità intestinale e digestiva, mentre le ricette mix con alga kelp e alga marina migliorano il pelo e la protezione osteoarticolare. A casa ho un meticcio di nome Kira, di tre anni, è molto affezionata a mia figlia Aurora di due anni e mezzo. È un cane che mangia di tutto, fa anche l'aspirabriciole, è molto "ruspante", per questo non assaggia i nostri prodotti, non fa testo, non farebbe differenza. I test, che sono una cosa seria, li facciamo con altri cani molto più affidabili.
www.farmcompany.it

GIMBORN ITALIA



Jordi Queralt, chief marketing officer di H. von Gimborn GmbH, e Rita Giglioli, direttrice marketing Gimborn Italia

Q58

La cosa più interessante lanciata a Zoomark è la **pasta antistress di GimCat**, uno snack cremoso, consigliato dai medici dietetici, per il trattamento dei disagi da stress, acuti o cronici, e per la salute e il benessere dell'animale. Sarà molto utile in vista dell'estate, andando in vacanza spesso si lascia il gatto da solo in casa, sarà accaduto da un estraneo, magari sarà un po' triste. Grazie all'escolzia, ad esempio, ha un'azione calmante, mentre l'iperico è antidepressivo, lenitivo e anche antinfiammatorio. Altra caratteristica importante è l'appetibilità: il gatto può assumere la pasta direttamente dal tubetto, oppure la si può mettere sulla zampina o sulla spalla, e lui la leccerà con piacere. Va somministrata due o tre giorni prima dell'evento che può causare stress, fino a qualche giorno dopo.
www.gimcat.info/it



In questa foto

Federico Santaiti, influencer e videomaker, brand ambassador per i brand GimCat e Biokat's. Thorin è il suo bellissimo miccio nero.



TRIXIE ITALIA
Silvia Castegnaro, responsabile commerciale

Abbiamo lanciato la **linea "Save the Ocean"** composta da imbottiti raffiguranti animali del mare, sia cane che gatto, anche giochi, cuccie, ciotole. È la linea di punta e parte dell'importo delle vendite sarà devoluto per pulire il mare con progetti concreti. Le nostre novità? Beh... ce ne sono circa 700. Al di là degli snack, tutti i prodotti rispettano gli stimoli naturali, come la necessità del gatto di arrampicarsi e del cane di fare passeggiate. Animali in casa? Ho due pappagalli cenerini, Ginger e Fred, e un gatto Certosino di nome Nemo che quando torno a casa impazzisce dalla gioia, mi segue come cagnolino e mangia prodotti Monge. E poi è felice perché libero, vive nel bosco, gli ho fatto una porticina col microchip che lo riconosce e si apre ogni volta che ci passa davanti. Sennò chissà quali altri animali potrebbero entrare...
www.trixie.de/heimtierbedarf/it/

