

# Zoomark 2021, la novità di ritrovarsi in fiera

*Riaperto a più di due anni di distanza dall'ultima edizione, il salone è stato finalmente l'occasione per gli operatori del settore di tornare a incontrarsi in presenza. Sono state 450 le aziende espositrici, delle quali il 60% proveniente da 44 Paesi esteri. Anche fra i visitatori è emersa una significativa partecipazione straniera, nonostante i timori iniziali.*

a cura della **redazione**

**N**on c'è che dire: è stata un'ottima edizione. Zoomark International 2021 ha rispolverato i fasti dei tempi migliori, cioè dell'era pre-Covid. Una sola ombra: le numerose assenze di player di primissimo piano come Royal Canin, Purina, Hill's, Agras, Croci solo per citarne alcuni. Ma, a parte questo fatto, la tre giorni bolognese (10-12 novembre) ha raccolto la piena soddisfazione degli espositori per la folta presenza di pubblico di cui, al momento in cui scriviamo, non è ancora dato conoscere il numero.

Certamente la sensazione di spazi fieristici affollati è stata favorita anche dalla minor superficie occupata rispetto al solito: quest'anno i padiglioni utilizzati sono stati quattro, dove hanno trovato posto 450 aziende espositrici, un numero decisamente inferiore alle 757 dell'edizione 2019. Significativo però il fatto che il 60% degli espositori proveniva dall'estero, per la precisione da 44 Paesi. Due anni fa questa percentuale era più alta (68%), ma occorre considerare che la pandemia ha ridimensionato pesantemente gli spostamenti internazionali, soprattutto quelli con il sud-est asiatico e dalla Russia.

## VISITATORI /

Molto buona la presenza di visitatori nel primo giorno, folla delle grandi occasioni per il secondo, un po' più spento il terzo e ultimo giorno. Non è secondario ricordare che la manifestazione si è svolta nel pieno rispetto delle normative in materia anti-Covid così da consentire a espositori e operatori di muoversi in assoluta sicurezza. Tra il pubblico si sono notati molti operatori provenienti dall'estero, fatto apprezzato dai player presenti in fiera. In generale si è trattato per la maggior parte di visitatori professionali, mentre sono diminuiti i curiosi o il pubblico generico. Tanti espositori hanno confermato che si è fatto molto business grazie a contatti "di qualità". «Abbiamo lavorato intensamente



## Spazio Interattivo

### IL CONVEGNO "SEI TREND DEL PET FOOD RACCONTATI DAI CLAIM"



L'11 novembre è stata presentata la prima edizione dell'"Osservatorio Pet Food", volume da collezione realizzato da Pet B2B che mira a diventare un appuntamento annuale per tutti i lettori della testata, con l'obiettivo di monitorare i trend più interessanti del momento nel pet food. Hanno partecipato all'incontro in qualità di relatori Paola Cane, esperta in regolatori e conformità e ideatrice del progetto, Luciano Fassa, direttore generale di Monge, Elisabetta Bracci, brand & pet owner director di Royal Canin, e Luca Busolati, pet business unit director di Coop.

**Inquadra il QR Code per accedere al canale YouTube di PET B2B e guardare il video del convegno**



all'organizzazione di questa edizione della Fiera» ha dichiarato un soddisfatto Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere «perché ritenevamo fondamentale offrire al settore un'occasione di incontro dopo la lunga interruzione imposta dalla pandemia. Il successo di questa edizione è per noi stimolo a nuovi obiettivi e a nuove sfide internazionali».

## Le "nuove" proposte /

Passando all'analisi di ciò che gli espositori hanno portato in fiera, non si sono notate grandi novità o prodotti di rottura con il passato. La vera novità è stata proprio il ritorno in fiera, animato dal desiderio di incontrarsi e riallacciare contatti personali. Il fattore che ha caratterizzato Zoomark 2021 è stato proprio questo: una vera e propria ripartenza delle relazioni di business in presenza, l'unico aspetto che mancava a un mercato che, invece, per quanto riguarda le vendite non si è mai fermato. Non sono quindi emerse grandi novità nell'offerta di prodotto. I trend più importanti sono quelli che proseguono tendenze già in atto. Per l'alimentazione, si è confermata l'attenzione a diete e prodotti funzionali, al monoproteico, al grain free e human grade.

## MENZIONI PARTICOLARI /

Sarebbe però sbagliato dire che in assoluto non ci siano state novità o non si siano registrati trend emergenti, ma in generale si è trattato di fenomeni di nicchia. Nel food si è vista una maggiore presenza di formulazioni contenenti insetti. Si tratta però di un tentativo rispetto al quale occorrerà capire quale sarà l'accoglienza da parte dei consumatori finali e dei pet stessi. Stesso discorso vale per le diete vegane. Particolarmente originale lo stand di Farmina, dove non era presente nessun prodotto: l'azienda ha concentrato tutta la comunicazione sull'iniziativa Genius che mette i pet shop aderenti (già oltre 100) nelle condizioni di offrire una consulenza nutrizionale alla clientela per mettere a punto una dieta personalizzata per ogni animale. La scelta di Farmina fotografa il ruolo sempre più importante che l'area dei servizi riveste nel mondo del pet care. Interessante anche ritrovare alcuni stand con un'offerta di prodotti gourmet e piatti pronti ispirati a ricette a uso umano: una trasposizione nel mondo pet food del classico "Quattro salti in padella" con piatti surgelati in diverse ricette. Si tratta di soluzioni più adatte a entrare nell'offerta di aziende di dimensioni piccole e medie. Staremo a vedere se anche la grande industria mostrerà interesse per queste proposte. Naturalità e sostenibilità / Passando al fronte del no food, forse il trend di maggior rilievo è quello relativo alla diffusione di lettieri vegetali, cioè realizzate con prodotti compostabili e solubili. Non si tratta di una novità assoluta, ma sicuramente questa offerta ha acquisito maggior peso e visibilità. Tra i componenti più utilizzati l'or-

## Spazio Interattivo

### INQUADRA IL QR CODE PER GUARDARE IL VIDEO

**Zoomark 2021:  
un bilancio dei tre giorni  
di lavoro dal direttore  
di PET B2B Davide Bartesaghi**



Anche se non ci sono state grandissime novità di prodotto, tra gli stand di Zoomark si sono visti alcuni trend emergenti. Ecco tre esempi: le formulazioni contenenti insetti; i piatti pronti, gourmet e surgelati; le lettieri vegetali realizzate con prodotti compostabili e solubili



zo e il mais, ovvero quelle parti che rappresentano lo scarto nei processi di lavorazione per l'alimentazione, e che dopo essere stati utilizzati come lettieri possono diventare compost. Si tratta quindi di un perfetto esempio di economia circolare, capace di toccare la sensibilità green di molti pet owner e rispondere alla richiesta di prodotti sostenibili e amici della natura. Sotto questo aspetto va segnalata anche la presenza di alcuni produttori di packaging che hanno portato in fiera i loro prodotti maggiormente orientati verso riciclabilità e sostenibilità, un argomento decisivo nel futuro delle confezioni per pet food. Ma in fiera non si è parlato solo di prodotti e novità. A tenere banco nei dialoghi tra operatori del settore ci sono anche le difficoltà relative alle catene di approvvigionamento. Destano preoccupazioni ad esempio le disponibilità nelle forniture di alcune carni, una situazione che potrebbe danneggiare l'offerta di chi punta sul monoproteico, e potrebbe trovarsi in futuro a corto di materie prime per coprire tutta l'offerta in catalogo. Si è discusso molto anche di listini: l'aumento generalizzato dei prezzi e dei costi di trasporto, uniti alla minaccia di un'ondata inflattiva nell'economia, stanno portando all'ordine del giorno la possibilità di un rialzo dei listini. Al momento la maggior parte delle

aziende ha assorbito i maggiori costi, ma se non ci sarà una inversione di tendenza, si rischia di riversare questo problema sui prezzi al pubblico, con il timore di uno spostamento dalle fasce super premium a quelle inferiori.

## Spazio Interattivo

### GUARDA I VIDEO REPORTAGE

**L'articolo prosegue nelle prossime pagine con il reportage di alcune delle novità presentate in fiera.**

**Dove vedi il simbolo  puoi scannerizzare il QR code (o cliccare sul pulsante play nella versione digitale della rivista) per accedere a delle brevi clip pubblicate sui canali social di Pet B2B durante la fiera.**



### Farmina Pet Foods, un service... Geniale



**Francesco Russo, CIO di Farmina**

Farmina Genius Center è il nuovo servizio rivolto ai pet shop che l'azienda affianca alla sua offerta food. Il programma Genius dà la possibilità ai pet shop di specializzarsi ulteriormente grazie a training e tour informatici proposti dagli esperti di Farmina che permettono ai retailer di offrire un piano nutrizionale specifico e specializzato per gli animali, che sarà monitorato e aggiornato costantemente in modo che i punti vendita possano fornire ai clienti finali un servizio di maggiore qualità.

### Eagle, snack con insetti nell'offerta Brit



**Massimo Bardelli, amministratore delegato di Eagle**

La novità 2021 del marchio Brit, distribuito da Eagle, è la nuova linea Brit Premium gatto che è stata arricchita con formule e con ingredienti di maggior livello, eliminando il mais a beneficio dei piselli, favorendo così l'appetibilità. Altra novità è l'ampia offerta di snack per tutte le esigenze del gatto e del cane, con l'utilizzo di insetti come proteine unite a salmone, tonno e agnello per completare le ricette da un punto di vista nutrizionale. Con un occhio particolare alla sostenibilità, la linea Brit Care è dotata di un packaging realizzato con materiale ecologico e riciclabile; la ricetta prevede l'utilizzo di olio di cocco per motivi nutrizionali e di validità dell'ingrediente.

### Le proposte monoprotein e superfood di Monge



**Luciano Fassa, direttore generale di Monge**

In occasione di Zoomark, Monge ha presentato cinque nuove linee. Tanti i prodotti per il canale specializzato, con ricette mono-proteina dedicati a cani puppy e gatti kitten; dieci nuove referenze che rafforzano la proposta in quella gamma. In più presentata la novità di un nuovo monoprotein all bread tacchino. Seconda novità è il rafforzamento della proposta di prodotti per gatto di alta qualità; l'azienda, inoltre, ha presentato in anteprima i Monge Supreme, 25 referenze in buste e lattine monodosate con ricette arricchite da superfood. Si amplia anche l'offerta di Monge Fruit, paté con bocconcini in vaschetta da 100 grammi. Infine, un'altra proposta riguarda Excellence, il brand superpremium di Monge per la Gdo presentato con nuove referenze in busta per gatti con i nuovi maltagliati e paté. Monge si è presentata al mercato con una lettiera a base di orzo, naturale e vegetale in linea con il concept di azienda green. Presentata anche una nuova referenza di Monge Easy Green Mais, da nove chili.

### Prodotti extra small per Rebo



**Alessio Costa, general manager di Rebo**

Durante Zoomark, Rebo ha puntato sui prodotti extra small per cani di taglia piccola: Bali (con pollo e curcuma) e Japan (con trota e alghe). Si tratta di referenze uniche e ideali per cani con problematiche di salute. India, invece, è un alimento vegetale, per cani di taglia media e grossa. Novità anche nel campo degli snack, con un fuori pasto a forma di cuore, morbido e appetibile per i cani.

## Oasy nutre il gatto pensando all'età



**Monica Tamagnini e Francesco Ianora, marketing manager e general manager di Oasy**

Una delle più recenti novità presentate da Oasy a Zoomark 2021 è la linea Cat Lifestage. Fanno parte dell'offerta 11 referenze secche e 11 umide, suddivise per fasi di vita ed esigenze specifiche del gatto, e con carne fresca come primo ingrediente.

## Cerere amplia la linea Pars



**Lorenzo Zanichelli, responsabile vendite specialist di Pars**

La fiera è stata l'occasione per presentare l'ampliamento della linea Pars sulla quale Cerere punta in modo particolare perché porta alla personalizzazione dell'alimentazione specifica per ogni tipo di animale.

## Nuovo team per Pet360



A Zoomark Pet360 ha esordito con un nuovo team e management. L'azienda ha in programma diverse novità tra cui la rivisitazione completa della linea Essentia, composta da alimenti per gatti grain free ad altissima appetibilità.

**Massimo Parise, amministratore unico di Pet 360**

*Dove vedi il simbolo puoi scannerizzare il QR code (o cliccare sul pulsante play nella versione digitale della rivista) per accedere a delle brevi clip pubblicate sui canali social di Pet B2B durante la fiera.*

## Terra Felis, pasti gourmet per gatti



**Xavier Garcia, director of business and development Europa e Asia di Terra Canis**

Terra Felis è la principale novità lanciata nel 2021 da Terra Canis. La linea prevede 10 lattine di 80 grammi tutte grain free e 100% human grade. Due le novità per i cani. La prima è rappresentata dagli snack per esemplari di piccola taglia che completano la linea wet mini e che sarà lanciata a fine anno. La seconda novità, prevista per l'inizio del 2022, è la linea di bocconcini di carne Market Ragù.

## Vitakraft punta sulla sostenibilità



**David Cerboni, responsabile comunicazione di Vitakraft**

Le novità presentate da Vitakraft Italia sono all'insegna della sostenibilità. Nell'offerta anche linee di snack per cani prodotte con insetti, snack vegetariani e senza additivi. Tra i vari prodotti, troviamo dispenser con fibre naturali e sacchetti biodegradabili. In listino anche una nuova linea di giochi realizzata con plastica riciclata e prodotti per il comfort con accessori che favoriscono l'interazione uomo-animale.

## La strategia commerciale di Canagan



**Thomas Wastiaux, amministratore di Canagan Italia**

L'obiettivo di Canagan in fiera è stato quello di presentare la sua strategia commerciale a tutti quei retailer indipendenti che abbiano l'intenzione di investire e promuovere marchi di alta qualità come Canagan e Simply.

## Zoodiaco lancia la linea Together



**Mauro Vitali, socio di Consorzio di Zoodiaco**

Together – sempre insieme è il nuovo brand di Zoodiaco pensato per la fascia prodotto premium che comprende diverse referenze per il gatto e il cane. La linea contiene carne fresca e referenze grain free. Come plus, è stata dotata di un packaging ecologico in plastica riciclata.

## La linea vegetariana di Marpet



Marpet ha presentato a Bologna V.e.g., la linea vegetale per cane e gatto studiata per garantire un nutrimento completo agli animali e proposta sia in secco che in umido o come snack. Una gamma per rispondere anche a determinate esigenze alimentari o per soddisfare le esigenze dei pet parents che richiedono un prodotto vegetariano o vegano per il proprio animale.

**Valentina Ravagnan, technical department di Marpet**

## Zolux, Nutrimeal per uccelli e roditori



**Concetta Vanacore, marketing & comunicazione di Zolux**

La nuova gamma Nutrimeal per uccelli e roditori di Zolux, prevede nuove ricette di origine naturale studiate insieme ai veterinari e prodotta in Francia. Ogni formula corrisponde ai bisogni nutrizionali di ogni specie e per valutare i componenti analitici di base per fornire il meglio all'animale. Tutte le ricette sono senza conservanti, coloranti e additivi. Zolux ha sviluppato nuovi packaging ecosostenibili a base di carta, riciclabili nei comuni contenitori domestici.

## Josera Petfood punta sul superpremium ipoallergenico



**Sonja Di Pinto amministratore di Epic Pet distributore di Josera**

Le ultime novità per Josera Petfood partono dall'alimento superpremium ipoallergenico per cani con insetti come fonti di proteine animali. Senior plus, invece, è la gamma di prodotti dedicata in esclusiva ai negozianti e non distribuita da piattaforme online. Presentata a Zoomark anche l'ultima linea completa di alimenti umidi per cani con pura carne, sia monoproteici che con due fonti proteiche animali con aggiunta di frutta ed erbe.

## Si amplia la gamma play dog di **Msm Pet Food**



**Luca Mognetti, titolare di MSM Pet Food**

Due le nuove versioni della Crocchetta 3+ che ampliano così la gamma play dog, con play lamb e play duck per il mantenimento all'agnello e all'anatra. Due nuovi gusti per andare incontro alle richieste dei consumatori.

## **GM Distribuzione** cura il manto dei cani



**Moreno Grottini, titolare di GM Distribuzione**

Nature protection è la proposta di GM Distribuzione per una alimentazione funzionale che aiuta a risolvere alcune problematiche. Nature protection migliora l'aspetto del manto bianco degli animali, in particolare toglie le macchie da lacrimazione dal pelo dei cani.

## **Vema** presenta gli alimenti olistici Grandorf



Focus principale di Vema Petfood & Care è la nuova linea Grandorf, brand di proprietà di Absolute Petfood. Prodotta in Belgio, la gamma è composta da formule studiate secondo la tradizione olistica, ottenute con materie prime di qualità 100% naturali e l'impiego di erbe officinali. Questi alimenti contengono inoltre probiotici vivi, che aiutano a ripristinare e mantenere l'equilibrio della flora intestinale e del relativo PH, rimuovono le tossine e favoriscono l'assorbimento dei nutrienti che stimolano il sistema immunitario, prevenendo l'insorgere di intolleranze alimentari e allergie.

**Enrico Pellerino, amministratore di Vema Pet Food and Care (ultimo a destra), assieme a parte della forza vendita: da sinistra, Max Polifroni, Alessia Bellotti, Paolo Giraldo e Luca Massini**

## I biscotti grain free di **Doggyebag**



**Renato Favalli, direttore generale di Doggyebag**

I Canerecci sono la nuova gamma di prodotti di Doggyebag, tre linee di biscotti grain free. La prima con storione, salmone e zucchine; la seconda con manzo, zucca e bacche di Goji e la terza composta da cocco e banana. Sono ripieni e realizzati con un metodo che permette un utilizzo quotidiano. Sono proposti con un packaging innovativo 100% riciclabile nella carta.

## **Ga Pet Food**, private label e nuove ricette



**Vincenzo Bonfardino, head of field sales Italy di Ga Pet Food Partners**

Durante la fiera Ga Pet Food ha promosso le sue private label e le nuove ricette come il superfood della linea Mylabel con il 65% di carne, grain free, senza patate e piselli e che contiene come unica fonte di carboidrati le patate dolci. Sempre a marchio Mylabel, presentata anche la nuova linea per il gatto con il 70% di carne (salmone con pesce bianco), grain free, con alta appetibilità per gli animali.

## Le soluzioni nutrizionali di **Kemin Industries**



**Cora Mary Marguerite regional portfolio manager EMEA di Kemin Industries**

La novità nutrizionale presentata da Kemin Industries è Paramega IP RL, antiossidante per la presenza di olii di pesce e vegetali. Le soluzioni naturali si estendono però a tutto il portafoglio prodotti appetizzanti e antimicrobici per cani e gatti.

## Play Gnam è la novità di **Mugue**



**Giulio Musuruana, amministratore di Mugue**

La novità presentata quest'anno da Mugue si chiama Play Gnam, un uovo in cialda ricoperta di cereali con all'interno come sorpresa un biscotto in parmigiano reggiano dop; un prodotto che è anche un gioco per il cane. Modalità di vendita in espositore da banco da 30 pezzi.

## I mangimi di **Prodac**



Sette i nuovi mangimi di Prodac International presentati a Bologna. A iniziare da Pro Gruppy Pellet, arricchito con cantaxantina per il mantenimento dei colori dei pesci, omega 3 e omega 6. Altra novità è rappresentata da Color Granules, mangime arricchito con astaxantina e cantaxantina per la colorazione dei pesci tropicali, d'acqua dolce e marina. Biogran Micro, invece, è il mangime per tutti i pesci di piccolissima taglia, fino a 2 cm di lunghezza e con bocca molto piccola.

**Giovanni Zanon, executive managing director di Prodac**

## Nuove formulazioni per cani e gatti da **Forza10**

Forza10 ha presentato la nuova linea di mantenimento umidi con un restyling del packaging e delle formulazioni per i cani a base di proteine come selvaggina e salmone o con gusti più tradizionali come maiale o cavallo. Si tratta di paté grezzi con alta concentrazione di carne e basso contenuto di acqua e con la presenza di cereali in quantità limitata con caratteristiche nutrizionali particolari date dalla presenza della quinoa e dell'avena. Le formulazioni prevedono anche la presenza di sostanze botaniche, della curcuma, del tarassaco, del rosmarino e dell'origano che aiutano la digeribilità con l'inserimento anche di una sostanza detossificante. La gamma, sia per l'umido che per il secco, si estende anche ai prodotti per gatti diabetici. Per le patologie croniche dell'intestino di cane e gatto il prodotto di riferimento è Intestinal colon presentato nella versione sorgo e agnello, con fonti proteiche ai glucidi e con concentrazioni alte di idrolisati proteici e alghe che apportano una quantità alta di fibre.



**Gianandrea Guidetti, research development international di Forza10**



## No Food

### MyFamily, macchina per incidere e accessori



**Alessandro Borghese, Ceo di MyFamily**

Novità principale di MyFamily è la nuova macchina per incidere, soluzione creata e studiata per essere presente in tutti i negozi di qualsiasi metratura. L'azienda, inoltre, continua a puntare sui prodotti premium di collari, guinzagli e pettorine scommettendo sul fatto che nei prossimi dieci anni cresca la sensibilità verso gli accessori da parte dei pet parents.

### Ferplast, gabbie innovative e acquari



**Aldo Cappozzo, responsabile ricerca e sviluppo di Ferplast**

Ferplast ha portato in fiera la sua proposta per cane, gatto, volatili, roditori e pesci. Tra i prodotti di punta le gabbie per cani Superior brevettate e sviluppate da Ferplast; le Multipla, invece, sono gabbie per conigli pensate per poter prendere forme e dimensioni diverse. Sempre per conigli Ferplast ha realizzato il restyling della gabbia Crollic, con tetto apribile. Nell'offerta dell'azienda anche giochi made in Italy realizzati con utilizzo di materiali speciali per resistere al morso del cane e la linea di guinzagli retraibili e con moschettone matic che permette all'utente di avvicinarsi all'anello per un aggancio immediato. Tra le novità, i trasportini Jet con finiture antigraffio e porte infrangibili. Completata anche la gamma di modelli delle cucce per cani Dog Villa. Ferplast, inoltre, produce snack 100% vegetali, appetibili, salutari e made in Italy e collabora, per i cuscini, con la società svizzera Sanitized per la realizzazione di tessuti con materiali anti batterici e antivirali. L'azienda, dopo aver acquisito il marchio Hidor, si è lanciata nel mercato dell'acquariologia, spaziando dalle vasche fino all'accessoristica.

### Record, dispenser e ciotole in bambù



**Linda Franco, direttrice acquisti di Rinaldo Franco**

Rinaldo Franco ha investito molto sulla sostenibilità, presentandosi nello stand con lo slogan "Be Green Save the World". I prodotti lanciati coprono più categorie, da quelli di maggior rotazione come i sacchetti completamente compostabili nell'umido ai dispenser a fibre vegetali di bambù. Sempre in bambù è la linea di ciotole a più colori. Passando ai giochi, Ananas è costituito da gomma biodegradabile; proposta anche una linea realizzata interamente con materiale riciclato sia per cani e gatti. Un packaging innovativo riguarda anche la confezione per l'erba gatta dei felini. Sempre per il gatto, è stata studiata una linea di tiragraffi in legno e cartone riciclato e riciclabile.

### Packaging 100% riciclabile con Tyler



**Andrea Mosca, european business development manager di Tyler**

Tyler propone la versione riciclabile di sacchi preformati in plastica monopolimera base PE, che ha tutte le caratteristiche meccaniche degli imballi tradizionali non riciclabili e le riproduce su un imballo 100% riciclabile certificato. Anche le finiture sono equivalenti a quelle degli imballi non riciclabili; le buste, inoltre, hanno la possibilità di essere dotate della soluzione apri e chiudi zip. Questi imballi offrono anche caratteristiche di sostenibilità uniche, riassunte in sette fattori cruciali a partire dalla riduzione del consumo del combustibile fossile e delle emissioni del gas serra, fino alla riduzione del consumo e dell'inquinamento dell'acqua. Il claim di Tyler è "Un packaging più sostenibile che non costa alla terra".

## Nuova collezione di abbigliamento per **Camon**

A Zoomark Camon ha puntato in particolare sulla nuova collezione di abbigliamento, ideata e progettata internamente. Della linea fa parte il cappottino Toy, prodotto con materiale 100% riciclato; la linea di maglioncini Love prodotta direttamente negli stabilimenti Camon. Nell'offerta non mancano cucce e cuscini ma anche una scelta di materiali riciclati e tecnici, adeguati a ogni tipologia di cane o gatto. Il brand Orme naturali è caratterizzato dalla linea di protezione Protection, gamma di alimenti complementari naturali a supporto di diverse patologie dell'animale.

**Alice Canazza, marketing manager di Camon**



## **Bamapet** lancia il Trotto disk



**Rossella Baiocchi, direttrice marketing di Bamapet**

Bamapet si è focalizzata in particolare sul Trotto disk, gioco realizzato con tre materiali e tre colori; è dotato di una presa, denominata nasone, che serve per aiutare i cani a raccogliere il disco senza stress. Trotto disk è 100% made in Italy, atossico, morbido, leggero e rimbalza.

## Il guinzaglio control di **Tre Ponti**



**Silvia Ceconato, CEO di Tre Ponti**

Tre Ponti ha arricchito la sua linea di guinzagli inserendo il modello control, caratterizzato da una facile scorrevolezza che consente al polso di rimanere fermo senza distorsioni. È resistente e confortevole, impreziosito da un moschettone in ottone. Il guinzaglio è indicato in particolare per cani fobici, con tendenza a tirare.

## Collari ecosostenibili per **Collar Company**



**Daria Dormidontova, interprete di Collar Company**

Collar Company ha deciso di creare una collezione ecosostenibile di collari e guinzagli realizzati con cotone riciclato. L'azienda punta così sul futuro. Altro dettaglio da segnalare è la presenza di un qr code che permette di registrare il proprio cane, creando una sorta di passaporto attraverso cui è possibile rintracciare l'animale nel caso si perda.

## **Mps**, cucce e trasportini



**Pierluigi Fortuna, titolare di MPS 2**

Diverse le novità presentate da Mps 2 Italian Pet Products. Dog Kennel è la cuccia in plastica riciclabile, smontabile per essere spedita a bassi costi. Cat Travel, invece, è il trasportino per i gatti mentre Eighties è la toeletta con colori pastello, cassetto retraibile e palettina da setaccio.

## Pets Fitness, cuscini sostenibili e giochi aromatici



Ti riposo sono i nuovi cuscini di Pets Fitness, prodotti da bottiglie di plastica riciclabile e presentati da Pet Fitness a Bologna; Ti mangio, invece, è la proposta rivolta a conigli e roditori. Tutti i prodotti dell'azienda sono realizzati all'insegna dell'eco sostenibilità. Pet Fitness in fiera ha portato anche le sue gamme classiche come Tropiclean, per la cura del mantello del cane e del gatto e per l'igiene orale. Tasty Bon è il gioco caratterizzato da aromi particolari che attraggono e impegnano il cane mentre Ti raccolgo è la bustina prodotta in Italia da gettare nell'umido dopo il suo utilizzo. L'azienda, infine, è produttrice dell'olio grizzly con alta concentrazione di Omega 3.

**Ludovica Magistrelli, medico veterinario di Pets Fitness**



## Salute e Igiene

### Ceva, focus su Feliway e Vectra 3D



**Francesca Frigerio, marketing manager retail & linee otc, companion animals di Ceva**

Due le novità di Ceva. Feliway Optimum contiene una nuova generazione di feromoni felini frutto di anni di ricerche nell'interesse del benessere del gatto per fargli superare lo stress della vita moderna, evitando marcature urinarie o graffiature, e che permetta all'animale di relazionarsi in modo corretto con gli altri gatti. Per il cane, la novità è Vectra 3D, antiparassitario con effetto repellente; il suo carattere distintivo è la pipetta che si applica partendo dalla coda dell'animale fino alle scapole.

### Pet Village, soluzioni ecologiche per l'ambiente



**Angela Rambaldi, brand specialist di Pet Village**

Per Pet Village focus sulla linea Inodorina Green, prodotti ecologici che rispondono alle esigenze dell'ambiente con formule naturali, certificate e packaging riciclati; è composta da quattro salviette per il cane e due per il gatto, due shampoo, una lozione per occhi e una seconda per le orecchie, sacchetti in fibra di mais compostabile e la lettiera vegetale a base di legno.

### Ferriabella pensa alla bellezza del pet



La filosofia dell'azienda è quella di pensare al professionista a 360°. In fiera le novità principali hanno riguardato prodotti per bagno e tre shampoo specifici - cheratina, volume e reflection - un balsamo, una maschera e tre sieri pensati per pelo liscio, riccio e la secret potion. Questa linea ha come base di partenza l'idratazione; è stata studiata per rendere semplice e lineare il lavoro del toelettatore. Tutti i sieri possono essere combinati nelle varie fasi di lavorazione del pelo dell'animale, partendo dal pre bagno per arrivare allo shampoo, per ottenere il miglior risultato possibile. I tre shampoo sono rivolti anche al consumatore finale che così può trattare il pelo del suo animale a casa se non riesce a recarsi in un servizio di toelettatura. Ferriabella ha presentato anche tre shampoo con il claim "How do you feel today?" per pet parents con spiriti diversi: rock, wild o glam.

**Genny Avonto, principal creative director di Ferriabella**

## Laviosa lancia la lettiera in betonite bianca



**Massimo Raspanti, group product manager di Laviosa**

Nuova proposta di Laviosa è la lettiera a base di betonite bianca turca con carboni attivi e una speciale tecnologia antiodore sviluppata proprio per Laviosa che permette di avere sempre un prodotto pulito da tenere in casa e che non crea nessun problema ai gatti che lo utilizzano.

## Boehringer Ingelheim promuove il concetto di one health



**Filippo Valle, head of business unit pet di Boehringer Ingelheim**

Durante Zoomark, l'azienda ha promosso il principio di one health nella convinzione che quando gli animali sono più sani, anche gli uomini lo siano e lo ha fatto proponendo il concetto della protezione per dodici mesi perché le pulci sono presenti tutto l'anno e gli animali vanno protetti sempre.

## Veggiedent, lo stick per l'igiene dentale di Virbac



La principale novità Virbac è stata la presentazione di Veggiedent Fresh, lo stick per la pulizia dentale e la rimozione della placca e del tartaro; il prodotto ha ricevuto il riconoscimento dal Veterinary Oral Health Council per la sua efficacia. Grazie alle sue componenti permette di rinfrescare l'alito del cane, garantisce la pulizia del cavo orale e aiuta nella digestione.

**Marco Zuin, product manager companion di Virbac**

## Trebifarma favorisce il naturale rilassamento dell'animale



**Desirée Lenzi, general manager di Trebifarma**

Novità di punta di Trebifarma è Lactorelax, combinazione di lattobacillo LB ad azione psicobiotica con estratti di piante quali valeriana, passiflora e scolzia, biancospino e grifonia. Il prodotto si presenta sottoforma di gelatina, molto appetibile, e favorisce il naturale rilassamento dell'animale.

## Focus sulle lettiere naturali per Prolena



**Vincenzo Bonacini, Giorgio Bonacini, e Alberto Bertazzoli di Prolena**

Prolena ha presentato in fiera tutta la linea di lettiere naturali di produzione.

## Innovet Italia punta sul benessere del cane e del gatto



**Eleonora Marampon, responsabile comunicazione di Innovet Italia**

Innovet a Zoomark ha puntato sulla nuova linea di prodotti a base di aliamidi, sostanze originali brevettate dall'azienda la cui capostipite è la Pea (Palmiltoiletanolamide); sono molecole originali e fisiologiche che riproducono i naturali meccanismi di difesa degli animali. Due le novità uscite: Normalia fast per il benessere gastrointestinale del cane e del gatto e Semilife plus per il benessere del cane e del gatto che invecchiano.

# In copertina? Ci siete voi

Quest'anno lo stand di Pet B2B ha voluto fare un divertente regalo al pubblico di Zoomark: la possibilità di immortalarsi sulla copertina della rivista, grazie a una sagoma che riproduceva una prima pagina del magazine con una apertura per personalizzare l'immagine.

In tanti ne hanno approfittato per uno "scatto" unico. Ecco qui sotto qualche esempio dove è possibile riconoscere operatori di tutta la filiera: da chi opera nella produzione a chi si occupa di retail, dalle reti vendita fino ai fornitori di servizi e addirittura ai dog sitter. E nel gruppo ci siamo anche noi di Pet B2B.

