## Mangimifici

## Le strategie GIUNTINI per un 2016 di conferme ed un 2017 di novità

Primaria azienda italiana produttrice di petfood completo e di fuoripasto, anche nel 2016 Giuntini si è confermata quale realtà di spicco del settore e modello di organizzazione, grazie alla visione imprenditoriale a 360 gradi, che crede e investe nei talenti di tutta la filiera: dalla selezione delle materie prime, alla produzione fino alla distribuzione, con l'obiettivo di offrire la migliore qualità.

Nel 2016 sono numerose le ricette a marchio Giuntini che hanno conquistato da un lato il palato degli animali, sempre nel rispetto della loro salute e del loro benessere, dall'altro la fiducia dei proprietari, grazie all'ottimo rapporto qualità/prezzo. Le linee di alimenti secchi lanciate nel corso dell'anno rispondono ai principali trend del mercato per quanto riguarda gli ingredienti: materie prime fresche e disidratate, nonché senza glutine, grano, ogm e coloranti artificiali. Ogni referenza è stata formulata in modo preciso secondo taglia, età, stile di vita e anche eventuali intolleranze dell'animale, proponendo diverse formule "grain free" o "gluten free", novità dell'ultimo anno. La messa a punto di ogni ricetta viene effettuata nel pieno rispetto degli animali, senza provocare maltrattamenti di alcun genere né sperimentazioni in vivisezione e l'azienda si fregia quindi anche del claim "cruelty free".

Anche le linee dei fuori pasto a marchio Crancy I love dog e I love Cat, Puffy Dog e Puffy Cat hanno conquistato gli scaffali dei rivenditori sia in Italia che all'estero: nel 2016 Giuntini ha lanciato nuovi snack funzionali e biscotti per i cani di taglia mini, che risultano essere i più numerosi nelle case degli italiani e più esigenti per quanto riguarda l'igiene orale. L'ultima novità di fine 2016 è Puffy Cat Sterilizzato, uno snack gustoso, nutriente ed equilibrato che coniuga sapore, benessere e vantaggi specifici, perché formulato su misura per i gatti sterilizzati.

Nuove proposte di snack e biscotti, anche per gatti, si attendono anche nel 2017, ma la novità principale di quest'anno è la nuova linea superpremium ItalianWay, nata dalla collaborazione con la Facoltà di Medicina Veterinaria dell'Università degli Studi di Perugia. Il valore comu-



ne a tutti gli alimenti per cani e gatti della linea ItalianWay è la Ricetta della Vita, una formula che abbina i principi antiossidanti, antisettici e digestivi degli oli (rosmarino, oliva, origano) ai vantaggi del pomodoro (alleato contro i radicali liberi) e dell'aglio in polvere (supporto naturale del sistema circolatorio ed efficace vermifugo). Senza dimenticare la freschezza della carne (al 40%) e del pesce (al 30%).

Prendendo invece in esame le strategie di comunicazione dell'azienda, nel 2016 Giuntini ha investito in maniera consistente in comunicazione e pubblicità, in particolare sulle principali riviste specializzate pet B2B e B2C. Le attività di comunicazione e marketing comprendono ogni anno numerose iniziative, come la presenza a fiere B2B internazionali quali Marca e PLMA e ad anni alterni Interzoo e Zoomark International. Includono anche altri eventi in-store rivolti al consumatore; sponsorizzazione di iniziative benefiche o di progetti inerenti il mondo dei pet; manifestazioni o gare; conferenze e dibattiti per sensibilizzare sull'attenzione e la cura degli animali.

Infine, Guntini punta anche sui moderni canali di comunicazione digitale: il sito internet e la pagina Facebook permettono a ciascun utente di interagire direttamente con l'azienda e trovare in tempo reale news, consigli, risposte ai quesiti principali sulla nutrizione dei quattrozampe.

