Pet food e snack in ciotola: la scelta competitiva di Giuntini

GIUNTINI
Ricette italiane tutte da mordere

Dal 1956 Conagit produce mangimi per animali con il brand Giuntini. Dagli anni 80 l'azienda si è però specializzata nella produzione di pet food secco per cani e gatti ed è stata una delle prime realtà produttive nel mercato italiano a credere in questo settore così particolare

Gli snack per conquistare il mercato pet

Giuntini ha sede a Città di Castello, in Umbria. Lo stabilimento per la produzione di pet food è il più grande in Italia e risulta essere uno dei più capienti in Europa. Negli ultimi anni le attività di implementazione agli impianti sono state consistenti, hanno previsto importanti investimenti che oggi permettono all'azienda di essere sempre più competitiva.

Il nuovo reparto per la produzione di snack è stato inaugurato nel 2011 ed è stato successivamente completato con il biscottificio, attivo dal 2013 e ulteriormente ingrandito per inserire nuovi estrusori per la produzione di snack e, successivamente, fagottini ripieni.

La linea crancy I love Dog e I love Cat, e Puffy Dog e Puffy Cat hanno così conquistato gli scaffali dei rivenditori italiani ed esteri. Nel 2016 sono stati lanciati nuovi snack funzionali e i 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.

Innovazione e sviluppo

Giuntini si è sempre distinta per il costante impegno nelle attività di Ricerca e Sviluppo, intese in senso rigorosamente scientifico e orientate all'impostazione di formule nutrizionali corrette e bilanciate rispetto alle esigenze nutritive dei pet.

Uno dei principali fattori di successo dell'azienda è l'incessante interesse per l'innovazione tecnologica che ha portato all'adozione di linee produttive all'avanguardia, di linee di confezionamento moderne e di sistemi di controllo fra i più evoluti. La possibilità di utilizzare attrezzature automatizzate o di svolgere interi cicli produttivi in maniera meccanizzata assicura benefici in termini di efficienza e risparmio di tempo.

Da sempre Giuntini sostiene che innovazione e convenienza debbano andare di pari passo. Una strategia di marketing vincente dipende dall'innovazione nella produzione e dalla qualità degli ingredienti e delle materie prime.

Welcome Quality!
Giuntini ha ottenuto le principali certificazioni Europee per la regolazione della sicurezza degli alimenti: la 178/02 sulla tracciabilità dei prodotti; la ISO 9001:2000; il certificato IFS e la 14001 NO OGM.
Ogni giorno nei laboratori Giuntini si eseguono numerosi test su materie prime e semilavorati e sono previsti severi e rigorosi controlli durante tutte le fasi di produzione del pet food e degli snack.

Export Marketing
Per quanto concerne l'export ogni anno vengono programmate una serie di attività commerciali e di marketing che includono la partecipazione ad eventi esteri e internazionali (come il Salone Interzoo a Norimberga, ad esempio) e consistenti investimenti pubblicitari.
Giuntini produce alimenti per cani e gatti di differenti categorie e per diversi canali distributivi, ma è ora maggiormente concentrata nel posizionamento, nella comunicazione e nell'incremento delle vendite di tutti gli snack e del pet food superpremium ItalianWay, linea nata dalla collaborazione con la Facoltà di Medicina Veterinaria dell'Università degli Studi di Perugia, marchi distribuiti anche all'estero.
Consolidare la presenza nel mercato pet italiano e incrementare le quote nei mercati esteri sono gli obiettivi Giuntini per il 2017.

ItalianWay, la risposta mediterranea
Sapori mediterranei e garantiti, gluten o grain free, con oltre il 40% di carne e più del 30% di pesce: parliamo di ItalianWay, la nuova linea di alimenti secchi per cane e gatto a firma Giuntini. Una proposta di eccellenza, pensata per portare nella ciotola il valore della dieta mediterranea, con materie prime freschissime e disidratate per il benessere dei nostri compagni di vita.

La Ricetta della Vita
Il punto di forza è negli ingredienti, selezionati con cura in base alle proprietà benefiche per l'organismo: dall'olio di rosmarino (antiossidante naturale) all'olio di oliva (ricco di acidi grassi insaturi); dal pomodoro (utile a combattere i radicali liberi) all'olio di origano (con proprietà antisettiche); fino all'aglio in polvere, tra i più validi alleati del sistema circolatorio. Questo connubio di gusto e genuinità ha un nome: La Ricetta della Vita, un'esclusiva dell'azienda italiana del petfood frutto della collaborazione con il Dipartimento di Medicina Veterinaria dell'Università degli Studi di Perugia.
Ma ItalianWay è molto di più, e per capirlo basta osservare la ricchezza e la varietà delle proposte: pollo e riso, salmone e aringhe, anatra, tacchino e tante altre delizie, rigorosamente senza coloranti artificiali e OGM. Ciascuna referenza è suddivisa in base alla taglia, allo stile di vita e a eventuali intolleranze (grain free, gluten free).
Il risultato è una gamma completa in tutti i sensi, perché fornisce agli animali un'alimentazione gustosa, varia ed equilibrata, tratta direttamente dai principi della tradizione mediterranea, indispensabili per mantenere sempre alto il loro livello di benessere. Inoltre, ItalianWay tiene conto delle nuove tendenze di mercato, che guardano a un'attenzione crescente, da parte dei proprietari e degli operatori, verso la ricerca e la selezione di alimenti sempre più specifici e ricchi di proprietà naturali.
In questo, Giuntini si caratterizza per un processo produttivo che rispetta gli amici animali in ogni singola fase. Perché la salute dei nostri compagni di vita viene prima di tutto, e la loro soddisfazione è alla base della nostra.

Packaging elegante e prestigioso
ItalianWay non vanta solo sapori eccellenti, ma anche un ottimo impatto visivo, grazie al packaging

elegante e prestigioso e a una comunicazione che non tralascia nulla, a partire dalle informazioni nutrizionali utili a garantire una scelta corretta, completa, consapevole.
Ricerca scrupolosa, dedizione, esperienza: tutto questo fa di ItalianWay un progetto su larga scala che mira a coinvolgere veterinari, nutrizionisti e professionisti del settore per offrire assistenza e consulenza, e per diffondere nel circuito del pet food le "regole d'oro" della dieta mediterranea. Una novità, certo, ma anche una conferma: il nome Giuntini, il modo migliore di essere italiani.

Fatti principali:
- azienda fondata nel 1956
- fatturato 2015: € 68 milioni
- export: Europa/Nord Africa
- private label: 50% della produzione

Tecnologia:
- 6 estrusori: 23 ton/ora
- oltre 120K tonnellate prodotte nel 2015
- 18 linee di confezionamento computerizzate
- estrusore snack
- biscottificio

Italian **pet food and snacks** in the bowl: **Giuntini's** choice to be competitive

Conagit is an Italian pet food company that has been manufacturing animal feed since 1956, under the Giuntini brand. In the 80s Giuntini was one of the first Italian brands specialized in dry pet food and to believe in this rather particular sector

Snacks to conquer the pet markets

Giuntini pet food plant is the biggest in Italy and one of the largest in Europe, seated in Città di Castello, Umbria, where the company has both headquarters and offices. In recent years, the company has considerably implemented its plants through relevant investments, which enable the company to be increasingly competitive in today's market.

In 2013 a new biscuits industrial unit was inaugurated. A special oven designed for the production of biscuits for human consumption was adapted for snacks production. Two years later, the factory was enlarged with a new plant for other snacks manufacture: extruded snacks (I love Dog and I Love cat) and dumplings snacks like PuffyDog and Puffy Cat, with cheese inside.

Product development and innovation

Giuntini has always stood out in the market for its constant Research & Development activity, rigorously scientific and oriented to well-balanced nutrition to meet pets' nutritional requirements.

The need for technological innovation led Giuntini to adopt modern and completely computerised production lines, which has allowed them to rapidly increase production both of pet food and snacks over the last 5 years and, as result, to improve export activities in 2015.

Giuntini's philosophy is that convenience and innovation must always go together. A good marketing strategy also depends on innovation in manufacturing and quality of the raw materials.

Welcome Quality!

Giuntini applies the European food safety regulation 178/02 regarding product traceability, and carries out rigid and rigorous controls during all of stages of production both of pet food and snacks. During the production process, Giuntini carries out several tests on both raw materials and also on semi-processed pet food and the final products.

Specific prophylaxis and control in every stage of pet food production and investments into the health of pets are the company's policies that allowed them to obtain and maintain the important ISO 9001:2000 and IFS certification. Giuntini also obtained the certification 14001 and NO GMO.

Export Marketing

The export department has structured a full plan of marketing activities which includes taking part in local and international pet shows, Interzoo first of all, and a strong international advertising campaign during the 2017.

Although Giuntini manufactures different ranges of pet food, the company has been focusing on a more prominent positioning of the brand ItalianWay and Pro (for dogs and cats) for export activities and especially in terms of advertising and communication efforts.

In general, the company objective for 2017 is to consolidate its presence in the pet industry and to increase its share on international markets.

Italian way, the Mediterranean answer

Mediterranean taste, guaranteed, gluten free and grain free, with more than 40% meat and 30% fish; this is ItalianWay, Giuntini new line of dry dog and cat food. Excellent food that brings the value of Mediterranean Diet to the bowl, with fresh and dehydrated raw materials for our pet friends.

La Ricetta della Vita

The strength lays on the ingredients that are selected accurately: from oil to rosemary (natural antioxidant) to olive oil (rich of unsaturated fat acids), from tomatoes to fight free radicals to oregano oil with antiseptic properties; right to garlic powder which is one of the best ingredients to help the circulatory system. This combination of taste and genuineness has a name: La Ricetta della Vita (the Recipe of Life), a pet food company that results from a cooperation with the department of Veterinary Medicine of the University of Perugia.

To understand that ItalianWay is much more than that we have to take a look at its extensive range of products: chicken and rice, salmon and herring, duck, turkey and many other tasty flavours, all

of which are without artificial colouring or GMPs. Each reference is divided according to the size, lifestyle and possible intolerance of the pet (grain free and gluten free).

The result is a comprehensive line of products that grant tasty, varied and well-balanced diet, essential to maintain pets' wellbeing and health. In addition, ItalianWay takes into high account the new market trends that look at pet owners' and operators' ever greater attention to reseach and specific food with natural properties.

To this regard, Giuntini stands out for its production process that respects pets, because their health comes first and their satisfaction is also ours.

Elegant and prestigious packaging

ItalianWay boasts not only fine taste but also nice packaging, elegant and with all nutritional information that helps us make the best choice.

Accurate research, commitment and experience. All that combines to make ItalianWay, a broad-range project that aims to involve veterinaries, nutrition experts and pet experts as to help and advice, and get the "golden rules" of the Mediterranean diet spread across the pet food sector.

That is news, but also a confirmation: Giuntini, the best way to be Italians.

Main facts at a glance:

- company established in 1956
- turnover 2015: € 68 million
- export target: Europe/North Africa
- private label: 50% of production

Technology:

6 extruders: 23 tons/hour

- more than 120K tons produced in 2015
- 18 computerized packaging lines
- snack extruder
- biscuit factory

TecnAlimentaria.it INTERNATIONAL MAGAZINES