

Ferribiella rinnova con stile cappottini e giochi



«Con i cappottini Sauvage abbiamo voluto proporre una collezione cosmopolita e fresca» ha dichiarato Genny Avonto, creative director di Ferribiella

Uno dei tratti distintivi di Ferribiella è senza dubbio la costante attenzione allo stile e all'estetica, che caratterizzano anche i prodotti più tecnici. E a Interzoo se ne è avuta un'ulteriore conferma, sia nelle linee dei prodotti sia nei curatissimi packaging. In particolare in occasione del salone di Norimberga l'azienda ha puntato i riflettori sulla collezione di cappottini Sauvage. «Attraverso una combinazione di materiali e virtuosismi tecnici abbiamo voluto realizzare una gamma cosmopolita e fresca» ha spiegato Genny Avonto, creative director. «Fra i modelli in evidenza si trovano impermeabili con taglio maschile e pettorina integrata, maglioni in punto aperto, paillettes, pon pon e un impermeabile con cocktail Cosmopolitan, il nuovo morbido collo e un'elegante pashmina». Molte sono state anche le novità fra i giochi, con la linea Poly in Foam Tpr al profumo di bacon, la gamma Baby Dudù che riproduce il battito cardiaco della mamma e infine i Matatabi, che rilassano e stimolano l'istinto felino. Infine per il comparto toelettatura Ferribiella ha presentato i nuovi profumi Essenza e le salviette Mela e zenzero, Acqua di rose e Herbal.

Charme, la nuova linea di Rinaldo Franco per l'igiene di fascia alta



Dan Franco, presidente della società Rinaldo Franco, con la nuovissima linea di prodotti per l'igiene Charme

La linea Charme nasce da una intensa attività di ricerca e sviluppo su cui l'azienda Rinaldo Franco ha voluto investire per realizzare prodotti da collocare nella fascia più alta del mercato. Con questo lancio si completa un'offerta che già comprendeva altre tre linee di prodotto per l'igiene posizionate nelle fasce medie. I prodotti della linea Charme si avvalgono di una formulazione sviluppata con il supporto di specialisti e testata direttamente con i toelettatori. L'assortimento comprende circa trenta referenze suddivise in tre tipologie: pre-bagno, bagno e post-bagno. I prodotti si rivolgono sia ai toelettatori sia al consumatore finale. Per meglio rispondere alle esigenze di ciascun target, questi articoli sono stati realizzati con dimensioni e formati differenti e sono quindi disponibili nelle versioni da 5 litri, 1 litro, 250 ml e 100 ml. Tra le altre numerose novità presentate allo stand di Rinaldo Franco, un posto particolare era dedicato alla linea di biscotti naturali Bisco Dog con formati da 400 g e 1 kg e con una dozzina di tipologie e gusti.

Trixie: una pioggia di novità e di colori

Davvero tantissime le novità di Trixie in uno degli stand più grandi (e più colorati) di tutta la fiera: complessivamente l'azienda ha presentato circa un migliaio di nuovi codici referenze (concentrati soprattutto nel modo dei guinzagli) tanto da riempire un catalogo di ben 80 pagine. Da segnalare in



Silvia Castegnaro, di Trixie Italia, in posa accanto a una coloratissima offerta di giochi

particolare il nuovo packaging per i prodotti salute, realizzato per creare una più chiara distinzione con gli articoli per l'igiene. Molto ampia anche l'offerta di prodotti della linea Sporting per giochi all'aperto, realizzati in giallo e blu ovvero due colori che i cani vedono più facilmente a distanza. Non mancano prodotti innovativi come la bandana rinfrescante in PVA che si raffredda per evaporazione, e il cuscino per l'equilibrio Dog Activity, per la ginnastica del cane, adatto per trattamenti fisioterapici ad esempio in caso di problemi alle articolazioni.

Camon veste il cane con stile

Nella ricchissima offerta di Camon, uno spazio di riguardo spetta alla linea di cappottini. Sono 35 i modelli che oggi fanno parte della collezione, fra cui maglioni, tutine, cappottini, giacche a vento, impermeabili e una sciarpina. «La selezione di tessuti e delle fantasie è stata compiuta dal nostro team di designer che



Alice Canazza, responsabile marketing, davanti all'esposizione di cappottini Camon

ha lavorato direttamente sui modelli per migliorare vestibilità e qualità, con un'attenzione particolare alla realizzazione di grafiche originali e alla moda» ha spiegato Alice Canazza, responsabile marketing. Ulteriore plus di questi capi sono inoltre funzionalità, vestibilità e una ricca selezione di tessuti morbidi, protettivi e leggeri. All'interno della gamma, si trovano anche tre maglioni frutto di una lavorazione Made in Italy, come suggerisce il nome ispirato ad alcune grandi città italiane: Verona, Genova e Firenze.