

Magia rosa y ciencia canina: EUKANUBA celebra en Barcelona su revolución MagicPink

EUKANUBA CELEBRA EN LA CIUDAD CONDAL EL EVENTO MÁS 'PINK' DEL AÑO PARA PRESENTAR SU NUEVA IMAGEN Y LA NOVEDAD EUKANUBA ALIMENTOS HÚMEDOS PARA PERROS.



EUKANUBA elabora alimentación *premium* basada en la ciencia, formulada para responder a los requerimientos nutricionales de los perros en las distintas etapas vitales. Todas sus gamas están desarrolladas para acompañar a los perros durante su vida: desde cachorros hasta su vida adulta, cada fórmula satisface sus cambiantes necesidades nutricionales.

- Combinando ciencia y experiencia para el cuidado de las mascotas **desde 1969**.
- Desarrollada por **expertos en nutrición**, aprobada por los veterinarios y recomendada por los criadores.

- Exclusiva tecnología **DentaDefense** para contribuir a dientes fuertes y sanos.

- Una selección completa y personalizada de sabores y recetas ricas en nutrientes para brindar a las mascotas todo lo que necesitan y quieren.

Hasta aquí, todo reconocible, porque EUKANUBA se mantiene fiel a su filosofía nutricional; sin embargo, siempre hay espacio para la mejora.

Novedades en EUKANUBA

Para responder a los cambiantes gustos de los consumidores, y en respuesta a los resultados de las encuestas realizadas en distintos países europeos, algunas de las novedades de EUKANUBA son:

- Se ha relanzado el diseño, mejorando la navegación del pack para que la información mostrada sea más clara y visible. Cada saco presenta un

panel de información recientemente estructurado y codificado por colores, lo que garantiza una orientación rápida y sencilla. Colores, símbolos e iconos están adaptados para cada etapa vital y tamaño de los perros, conceptos fundamentales de la marca. Dos lemas y beneficios representados por los nuevos iconos siempre presencian la parte delantera del envase, mientras que, en la parte posterior, se indican beneficios adicionales y las pautas de administración de los alimentos.

- Además, teniendo en cuenta que “**reciclabile**” es uno de los *claims* de producto más apreciados entre los “Compradores Preocupados por el Medio Ambiente”*, con más de un 76 % declarando confiar en él, EUKANUBA ha empezado el proceso de cambio de material de sus *packs*, ahora reciclables “al contenedor amarillo”. Se trata de monomaterial (LDPE: Low-Density-Polyethylene) muy flexible y estirable, pero también resistente al desgarro y repelente al agua.
- Se han realizado ligeros ajustes en las recetas de acuerdo con las cambiantes regulaciones y guías nutricionales.

Para comunicar los cambios realizados, los nuevos proyectos en marcha y la novedad de mercado -**los alimentos húmedos EUKANUBA para perros**-, el equipo Spectrum Brands Pet Iberia invitó a sus distribuidores de España y Portugal a participar en un día formativo. Para que la formación tuviera un significado todavía más profundo, desde la central alemana, **Casey Sims, Vice President Marketing & Innovation; Jan Stefan Janßen, Senior Sales & Trade Marketing Pet Care Director, Continental EU; Dra. Diane Kleinschmi-**



dt, R&D Global Aquatics & DCF Director; Natascha Malec, EUKANUBA Specialist Manager, y Linda Hoppe, EUKANUBA Product Marketing Manager, se unieron al equipo local para explicar las razones detrás del Grupo Spectrum Brands y el relanzamiento **EUKANUBA #MagicPink**. Por otro lado, los distribuidores **Neftys Farma Iberia y Bio2** acudieron con sus directivos, área manager y delegados comerciales altamente motivados y entusiasmados. En palabras de **Marisol Herrada, MD & Sales & Marketing Lead, Spectrum Pet Iberia**, “la clave del éxito de EUKANUBA a lo largo de estos 56 años es su superioridad nutricional. EUKANUBA ha sido pionera en la formulación de alimentación premium, desarrollando e introduciendo en sus dietas los más relevantes cambios e innovaciones nutricionales con un único objetivo, conseguir aumentar la esperanza y calidad de vida de nuestras mascotas”

Momentos EUKANUBA #MagicPink

Para completar el intenso día de presentaciones, intercambio de opiniones, principios nutricionales, plan de marketing, el equipo local EUKANUBA organizó una competición culinaria en el pleno corazón de Barcelona. El grupo, dividido en cinco equipos, cuyos nombres ya nos cuentan una historia de conocimiento y cuidado animal -**DHA, Omega 6:3, Croqueta hexagonal, Hexametafosfato, Proteína Animal**- se entretenió preparando cinco platos distintos en un entorno mágico a lado de la catedral, caracterizado por el icónico color rosa, protagonista en todo momento.

“Nuestro objetivo era comunicar el proyecto **EUKANUBA #MagicPink** a nuestros distribuidores, transmitirles nuestro conocimiento de marca, reiterar la pasión y el cuidado profundos que tenemos por las mascotas. Nuestra idea era formar, entusiasmar e intercambiar buenos momentos... Momentos **EUKANUBA #MagicPink!**”, detalla **Maria Rosa**, la responsable del Marketing para Iberia, que añade: “Teniendo en cuenta el nivel de atención que nos han prestado nuestros distinguidos huéspedes, ¡creemos haberlo conseguido!”. 🐾 #StayPink #StayEUKANUBA #MagicPink



Acerca de Spectrum Brands Inc.
Spectrum Brands Holdings es una empresa de artículos esenciales para el hogar con la misión de mejorar la vida en el mismo. Nos enfocamos en ofrecer productos y soluciones innovadoras a los consumidores para su uso dentro y alrededor del hogar a través de nuestras marcas de confianza. Somos un proveedor líder de suministros especializados para mascotas, productos para el control de plagas del hogar, el césped y el jardín, repelentes de insectos personales, productos de afeitado y aseo, productos de cuidado personal y pequeños electrodomésticos. Para ayudar a satisfacer las necesidades de los consumidores de todo el mundo, Spectrum Brands ofrece una amplia cartera de marcas líderes en el mercado, reconocidas y ampliamente confiables, como, en Europa, Remington, Russell Hobbs, George Foreman, PowerXL, Tetra, 8in1, FURminator, IAMS, EUKANUBA, SmartBones, Nature's Miracle, así como Good Boy, Meowee! y Wildbird. Para obtener más información, visite www.spectrumbrands.com.

*Euromonitor International Voice of the Consumer: Sustainability Survey, fielded January-February 2024 (n=40,236)