

Editoriale

« L'erba del vicino è...

Ma siamo proprio convinti che questo proverbio sia sempre attuale? Probabilmente sì anche se la nostra evoluzione culturale dovrebbe nel tempo avere emarginato molti modi di dire che trovavano terreno fertile in una società contadina e provinciale. L'edizione di quest'anno di Zoomark International ha espresso un verde sgarbiante con riflessi di luce che raramente, solo in giornate particolarmente limpide, si possono vedere, ma per ricordare un altro proverbio adeguandolo al caso, "non c'è peggior cieco di chi non vuole vedere" e quindi non tutti hanno notato il forte sviluppo che la fiera bolognese ha evidenziato in questa ultima edizione. In altre occasioni ho lamentato il fatto che alcune aziende italiane vadano a presentare i loro prodotti in fiere internazionali del settore realizzate all'estero, in particolare resta riferimento importante per molte Interzoo a Norimberga, e non vengano ad esporre a Zoomark che è la loro fiera internazionale essendo quella del Made in Italy. Certamente Interzoo ha una dimensione tale per numero di stand e di visitatori che la rende prima in Europa e capisco l'interesse verso questa manifestazione ma non può essere sostitutiva di Zoomark. Le due fiere, le due più importanti in Europa sia pure con numeri differenti, vengono proposte ad anni alterni proprio per dare la possibilità di essere presenti ad entrambe evitando sovrapposizioni che non sarebbero utili a nessuno. Andare a Norimberga e saltare poi un anno trascurando Zoomark a Bologna non ha molto senso, forse sarebbe più logico puntare decisamente sulla fiera italiana che per caratteristiche ed immagine legata al Made in Italy è più adeguata e specifica per le esigenze delle aziende italiane del settore. Sarebbe meglio, potendo farlo, essere presenti in entrambe le manifestazioni ma non vi è dubbio che quest'anno le poche aziende italiane che hanno "snobbato" Bologna, dopo avere partecipato a Interzoo dello scorso anno, vedendo i numeri di espositori e visitatori che ha raggiunto Zoomark International in questa ultima edizione hanno probabilmente rimpianto questa decisione. Infatti è vero che Interzoo nel 2016 ha mostrato di avere ancora significative possibilità di crescita,

per certi aspetti anche troppe, come abbiamo altre volte avuto modo di evidenziare, ma Bologna dimostra d'altra parte di avere forti potenzialità sia nel suo sviluppo internazionale sia nel sostenere il

Made in Italy che sempre più viene ricercato per la sua creatività e qualità produttive, rendendo questa Fiera l'occasione più importante e significativa per tutte le aziende italiane del settore. Ci dispiace, pertanto, che alcune abbiano deciso di fare scelte diverse, magari poi rimpiante dopo avere visitato la fiera, ma soprattutto per quelle che hanno tardato a prendere la decisione di partecipare a Zoomark restando escluse per mancanza di spazi disponibili. Già mesi prima, infatti, la Fiera di Bologna, nonostante abbia ampliato gli spazi disponibili aggiungendo un nuovo padiglione, ha dovuto chiudere le iscrizioni comunicando il sold out e lasciando fuori alcune decine di aziende interessate. Grande successo ha riscontrato anche l'Aqua Project, la nuova area dedicata all'acquariologia che è stata allestita nell'ambito di Zoomark International. Segno di un ritorno in Italia della passione per i pesci ornamentali e gli acquari? Il mondo degli acquari è sempre stato molto affascinante anche se il mercato in Italia negli ultimi anni ha perso quote importanti. Bisogna ammettere che le proposte presenti in numerosi stand specializzati nel settore erano di grande livello qualitativo e tecnologico ed hanno richiamato quindi molti visitatori. In particolare ha riscosso ampio successo il mega acquario da aquascaping che ha veramente emozionato gli appassionati di questa disciplina. Nei prossimi numeri della rivista vedremo di analizzare i dati derivanti dall'indagine sugli espositori e sui visitatori che saranno elaborati dalla Fiera di Bologna nei prossimi giorni. Ci sentiamo presto. ●

Antonio Manfredi

...sempre più verde >>>



X edizione del Rapporto Assalco - Zoomark 2017



Il mercato del pet food in Italia ha chiuso positivamente il 2016, con un giro d'affari di **1.971 milioni di euro**¹ - in crescita del 2,7% rispetto allo scorso anno - e **559.200 tonnellate commercializzate (+1,3%) di prodotti per l'alimentazione per cani e gatti**, segmento principale della categoria.

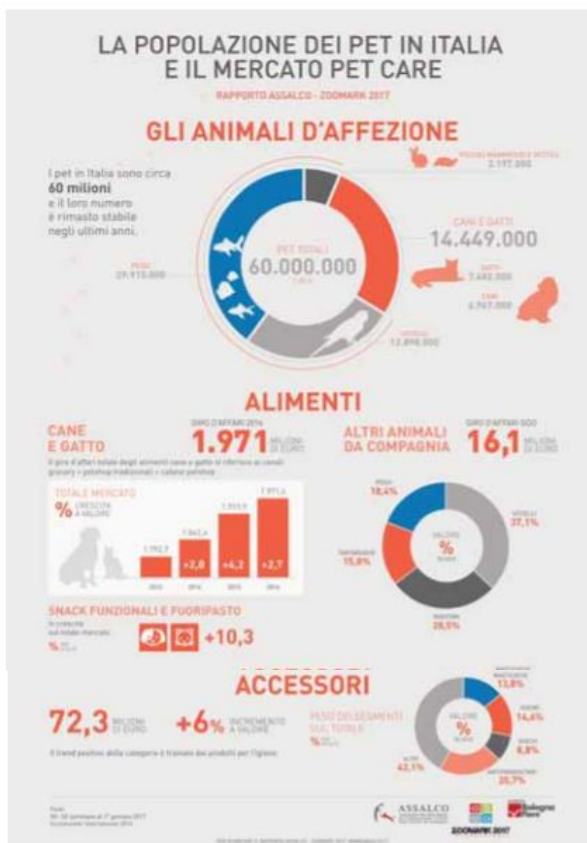
Un mercato che fa riferimento a una popolazione di pet significativa. I cani si stima siano circa 7 milioni, mentre i gatti raggiungono approssimativamente quota 7,5 milioni. Conteggiando anche i quasi 30 milioni di pesci, i 12,9 milioni di uccellini, 1,8 milioni di piccoli mammiferi - tra cui roditori e conigli - e 1,3 milioni di rettili, gli animali di affezione in Italia risultano essere oltre 60 milioni². I dati sono contenuti nella **X edizione del Rapporto Assalco - Zoomark**, compendio annuale sul mondo dei pet, che è stato presentato in occasione di Zoomark International 2017, il Salone internazionale b2b sui prodotti e le attrezzature per gli animali da compagnia, organizzato da BolognaFiere e giunto alla 17ª edizione, che si è svolto dall'11 al 14 maggio presso il Quartiere fieristico di Bologna.

Il Rapporto - curato da Assalco (Associazione Nazionale tra le Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia) e da Zoomark International, con il contributo di IRI Information Resources e dell'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (ANMVI) - evidenzia come il mercato dell'alimentazione per cani e gatti continui

¹ Dati IRI - 52 settimane al 1° gennaio 2017. Il fatturato del mercato dei prodotti per l'alimentazione di Cane e Gatto è sviluppato da tre piattaforme distributive - Grocery, Petshop Tradizionali e Catene.
² Dati Euromonitor International from official statistics, Passport maggio 2016.

MERCATO ITALIANO DEL PET FOOD:
VERSO I 2 MILIARDI DI EURO

Alimentazione cani e gatti: fatturato Italia 2016 a +2,7%; volumi a +1,3%



X edizione del Rapporto Assalco - Zoomark 2017

a dimostrare la propria vivacità, registrando un tasso di crescita a valore superiore a quello del Largo Consumo Confezionato.

Nel periodo 2013-2016, il mercato si è sviluppato con un tasso di crescita annuo composto pari a +3,2% a valore.

CRESCITA IN TUTTI I SEGMENTI DELL'ALIMENTAZIONE PER CANI E GATTI. SNACK FUNZIONALI A DOPPIA CIFRA

Il mercato degli alimenti per gatto rappresenta il 53,2% del totale mercato (Grocery + Petshop Tradizionale + Catene) in termini di fatturato, sviluppando 1.048 milioni di euro con un volume di 250.306 tonnellate. Gli alimenti per cane rappresentano, invece, il 46,8% a valore del totale mercato, pari a quasi 923 milioni di euro.

Nel 2016, hanno registrato una variazione a valore positiva tutti i principali sotto segmenti sia dell'alimentazione cane, sia gatto (umido, secco, snack & treat). In particolare, gli snack funzionali e fuoripasto hanno registrato dinamiche di crescita a due cifre (+10,3% a valore), confermandosi il segmento più dinamico.

ALIMENTI PER ALTRI ANIMALI DA COMPAGNIA: 16,1 MILIONI DI EURO IN GDO

Vengono registrati separatamente gli alimenti per altri animali da compagnia, che realizzano un fatturato in GDO di poco più di 16,1 milioni di euro, confermando il trend di flessione già registrato lo scorso anno (-6,4%).

ACCESSORI: L'IGIENE TRAINA UNA CRESCITA SOSTENUTA

Per quanto riguarda gli accessori (prodotti per l'igiene, giochi, guinzagli, cucce, ciotole, gabbie, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia), continua anche nel 2016 la crescita in GDO³ (+6% a valore e +7% a volume) con un volume d'affari totale pari a 72,3 milioni di euro. Il trend positivo della categoria è trainato in particolar modo dai prodotti per l'igiene degli animali (shampoo, spazzole, deodoranti e tutto ciò che

³ Ricordiamo che anche per quanto concerne la categoria degli accessori il canale di rilevazione è costituito da Ipermercati, Supermercati e Libero Servizio Piccolo (da 100 a 399 mq).



Foto di Lattes, Sun e Schreyer

ha a che fare con la cura e la bellezza) che crescono del +27,4% a valore rispetto al 2015. Seguono i giochi (+10,1%) e gli antiparassitari (+3,5%). In crescita anche le lettiere: +3,7% a valore, per un volume d'affari di 67,4 milioni di euro in GDO.

Gianmarco Ferrari, Presidente di Assalco, così ha commentato: "I dati che abbiamo presentato nel Rapporto Assalco-Zoomark 2017 e che registrano una costante crescita di questo mercato premiano l'impegno dell'industria che ha saputo investire in ricerca e innovazione per rispondere in modo sempre più mirato alle esigenze degli animali da compagnia. Gli alimenti industriali - sicuri, formulati da nutrizionisti esperti e differenziati in base a età, razza e stile di vita dell'animale d'affezione - giocano oggi un ruolo fondamentale per il benessere e la salute dei nostri pet".

"Il decimo Rapporto Assalco-Zoomark", ha dichiarato Antonio Bruzzone, Direttore Generale BolognaFiere, "mette ulteriormente in evidenza l'importanza e le potenzialità del settore pet, come dimostra anche il trend della manifestazione che, ad ogni edizione, ha visto crescere il numero degli espositori e degli operatori professionali, con un alto indice di internazionalizzazione per entrambe le categorie. Zoomark International è un momento fondamentale per questo settore, in cui presentare e conoscere le ultime novità e i prodotti più innovativi di un comparto industriale con

una forte attenzione alla ricerca". Per un approfondimento su queste e altre informazioni e tutti i dettagli sui dati di mercato, il Rapporto Assalco - Zoomark 2017 completo è disponibile su www.zoomark.it e www.assalco.it

ASSALCO - Associazione Nazionale tra le Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia riunisce le principali aziende dei settori pet food & care che operano in Italia. Le aziende che ne fanno parte rappresentano oggi la quasi totalità del mercato nazionale degli alimenti per animali da compagnia. A livello europeo, ASSALCO aderisce a FEDIAF, the European Pet Food Industry Federation.

Zoomark International è la fiera professionale più importante in Europa negli anni dispari ed è organizzata da BolognaFiere. L'ultima edizione del 2015 ha fatto registrare la presenza di 615 espositori, di cui 394 esteri provenienti da 35 Paesi, con 22.299 visitatori, di cui 15.526 buyer italiani e 6.773 esteri (+15% rispetto all'edizione precedente del 2013) provenienti da 85 Paesi. Ulteriori informazioni su www.zoomark.it.

Speciale
ZOOMARK 2017
INTERNATIONAL



LA MIGLIORE ANNATA PER
ZOOMARK INTERNATIONAL,
DALL'ORGANIZZAZIONE DELLA LOGISTICA
A QUELLA DEGLI EVENTI TUTTO È STATO
IMPECCABILE E PERFETTO

Nuovi prodotti e tendenze al salone della qualità



Maria Luisa Quattrina
Medico veterinario, pubblicista

L'edizione 2017 di Zoomark International ha superato le più rosee aspettative, in termini di afflusso e professionalità dei visitatori specializzati, e ha soddisfatto gli intervenuti come confermato dalle molte persone con cui abbiamo avuto modo di parlare. In materia di prodotti, la convinzione di tutti è che siano stati caratterizzati dalla elevata qualità: un termine che accorpa la precisa attenzione al benessere animale, alla eco-compatibilità, alla scelta dei materiali a minor impatto ambientale e di materie prime e ingredienti in linea con le necessità di ogni singola specie e razza.

Ricerca e sviluppo

Le particolarità emerse in tutte le categorie merceologiche evidenziano l'accuratezza degli studi di preproduzione, dei materiali utilizzati, delle tecniche produttive, delle scelte di marketing: dal packaging al contenuto descrittivo del prodotto fino ai razionali di vendita. L'orientamento alla qualità senza dubbio nasce dalla consapevolezza dei produttori di quanto sia esigente il customer del nuovo millennio, in particolare quello italiano, della sua attenzione e orientamento verso uno stile di vita sano e sup-

portato da strumenti tecnologici che facilitano il vivere quotidiano.

L'Italia insegna

Si può affermare che questa edizione di Zoomark ha soddisfatto pienamente le esigenze degli espositori, dei buyer e del pet shopper, orientato a una sempre più completa e consapevole specializzazione professionale.

La forte presenza di stranieri, impegnati nel proporre prodotti interessanti, ha confermato la loro attenzione verso il nostro mercato, perché è chiaro: "ciò che si vende in Italia fa tendenza nel mondo". Soprattutto le aziende italiane hanno riaffermato con orgoglio quanto il *made in Italy* sia sinonimo di eccellenza (Fig. 1). Analizzando nel dettaglio i macro settori



relativi alle referenze che si espongono in un petshop tipo, cercheremo di dare delle indicazioni di massima su ciò che è stato proposto a Zoomark e in particolare sulle novità. Come nostra politica non metteremo in risalto nessuna azienda. Offriremo degli spunti su cui riflettere e un aiuto per chi purtroppo non ha potuto partecipare a Zoomark.

Il colore è verde

I prodotti per l'alimentazione di tutti i giorni sono in perfetto accordo col comune sentimento dell'attuale esistenza umana verso tutto ciò che è naturale, olistico, salubre e a basso impatto ambientale (Fig. 2).

Molti produttori hanno puntato sulla ipoallergenicità, formulando diete per animali con problematiche legate alla presenza di specifici componenti. All'esatto opposto, in altri prodotti, sono stati enfatizzati tutti quegli ingredienti, dai micro elementi alle proteine, alle erbe, che sono indicati per coadiuvare nella gestione di problemi quali difficoltà digestive o di altra natura, dipendenti dall'ambiente e dal tipo di vita di cani e gatti di quest'epoca. In quest'ottica si muovono tutti gli alimenti definiti mono proteici, la cui somministrazione è valida qualora sia stata accertata dal veterinario una allergia a determinate proteine animali o in caso di diagnosi per esclusione, ovvero *ex adiuvantibus*. Grande abbondanza della dicitura *grain free*, ad indicare l'utilizzo di fonti di carboidrati alternative al grano e che non contengono glutine come riso, patate ecc... Molti i prodotti *gluten free, ogm free*. Compare sempre più spesso l'indicazione dell'ingrediente "carne fresca" a

Speciale
ZOOMARK 2017
INTERNATIONAL



sono apparsi quelli che potrebbero essere i prodotti del futuro; parliamo sia di alimenti completi sia di alimenti complementari, che contengono sostanze pre/probiotiche che favoriscono, attraverso l'incremento della flora batterica intestinale "positiva", la migliore digestione e biodisponibilità alimentare. Li troviamo diversamente formulati, sia addizionati all'alimento sia in compresse o capsule che bypassano l'acidità dell'intestino. Il ritorno alle erbe officinali e all'erboristeria segue le esigenze "naturopate" dei proprietari.

Snack

In merito agli snack (Fig. 5), i cosiddetti bocconi premio, mille e una novità; per il fuori pasto l'attenzione è focalizzata

indicare l'utilizzo esclusivo come materia prima di carne che non è stata sottoposta ad alcun processo di trasformazione. Pertanto si sviluppano metodi di preparazione dell'alimento, umido e secco, che assecondino le nuove richieste da parte degli acquirenti e le nuove filosofie alimentari.

Stimolanti i prodotti che inseriscono le proteine di provenienza da insetti (animali più diffusi in natura e fonte di proteine affatto costose), una nuova frontiera dell'alimentazione che offre spunti rivolti anche al futuro umano.

Questi alimenti sono penalizzati dallo yuck-factor, ovvero l'istintivo rifiuto degli occidentali verso l'ingestione degli insetti (ma il mondo, si sa, sta diventando sempre più piccolo) (Fig. 3).

Pre e probiotici

Gli alimenti complementari (Fig. 4), ovvero con contenuto elevato di talune sostanze e che, per la loro composizione, sono sufficienti per una razione giornaliera se utilizzati in associazione con altri pet food (es. umido e secco), si muovono stando al passo con le nuove conoscenze scientifiche.

Come è nel sentimento comune umano



Speciale
ZOOMARK 2017
INTERNATIONAL

alle forme accattivanti e al gusto che deve essere il più palatabile possibile. Per il packaging un occhio alle confezioni, eco sostenibili. Il business dei treat, sempre in continua crescita, è la dimostrazione della qualità indubbia dei prodotti con razionali di vendita accattivanti chiaramente percepiti da consumatori e venditori e soprattutto apprezzati da cani e gatti.

Igiene dentale (Fig. 6)

In accordo con l'intervento di Mirko Radice, relatore al seminario dedicato ai toelettatori e di cui potete leggere un'intervista in questo numero della rivista, ecco che l'igiene dentale diventa un *must* sin da cuccioli. Emerge la volontà di instillare una nuova cultura della pulizia orale: bocca sana in corpo sano. Spazzolino, dentifricio, snack per l'igiene orale, spray e anche *gum*. Il kit per la pulizia dentale e le regole per insegnare al cane e anche al gatto ad accettare questa pratica quotidiana accompagneranno il primo acquisto di chi ha un cucciolo. Essi sono affiancati da giochi e altri prodotti masticabili della corretta consistenza (anche qui molti i prodotti naturali).



Igiene e cura (Fig. 7)

Continua la ricerca nella cosmesi per il mantello di cani e gatti con prodotti perfettamente accettati dalla cute degli animali ma differenti per ciascun tipo di pelo. Anche in questo caso ampia scelta di prodotti a base di erbe e sostanze provenienti dalla natura. Analogamente al mercato umano, ora siamo sempre di più sul piano della cosmesi più raffinata. Il proprietario di un pet desidera un prodotto che rispetti la cute del cane e il suo pelo, il proprio animale da compagnia deve essere bello come il sole. Per questo le confezioni e il *layout* diventano anche per gli animali da compagnia sempre più simili ai prodotti di profumeria.



Preparazione di uno shampoo

Per i proprietari ci è sembrato interessante l'incremento degli accessori intercambiabili nei prodotti per spazzolare con manico fisso e testina intercambiabile, per portare al massimo splendore mantelli differenti e diverse tipologie di pelo o di sottopelo e per pulire dai peli l'ambiente. In tal senso abbiamo visto anche teli raccogli pelo della dimensione di una seduta di divano e spugne "gomose" per eliminare il pelo morto dal-



l'animale e dai tessuti di casa.

Negli accessori per le toelettature, ferma restando la qualità di ogni strumento utile, si gioca molto su nuovi abbinamenti di colore e nei disegni. Gli strumenti di lavoro, nelle mani dell'esperto groomer, appaiono come simpatici (Fig. 8) gioielli riccamente corredati di disegni colorati, raffinati e glamour se bruniti e o dorati.

Cani e gatti e antiparassitari

Una sezione sempre più specializzata riguarda i prodotti antiparassitari rivolti ai fastidiosi ectoparassiti che infestano gli animali da compagnia e trasmettono malattie. Le categorie anche qui sono due: naturali e chimici. I primi più indirizzati verso l'essere dei repellenti, i secondi verso la neutralizzazione dei parassiti e delle loro forme giovanili, uovo o larva che sia. Due i metodi di somministrazione, "spot on" e il collare, più o meno tradizionale.



Speciale
ZOOMARK 2017
 INTERNATIONAL



Accessori cani

I giochi per cani all'aperto hanno caratteristiche apprezzate dal pet owner e dal cane: da un lato ne abbiamo visti di colori vistosi per essere ritrovati facilmente, materiali indistruttibili, peso giusto per ogni taglia, galleggianti e infine facile prensione sia per il cane sia per l'umano, dall'altro ne abbiamo visti altrettanti nei colori naturali delle fibre grezze. Deliziosi quelli stagionali per l'estate, quelli per i regali d'impulso nel periodo Natalizio e quelli dalle forme stravaganti che farebbero allungare la mano a qualsiasi bambino o adulto. Ingegnerosi i giochi a forma di legno, essi abbinano la piacevolezza della forma a ipson, classica di un ramo spezzato, all'assoluta innocuità del materiale (Fig. 9-10). Nessuna novità di rilievo nei giochi intellettuali (o *problem solving*), quelli esposti sono però stati apprezzati opinione dai comportamentalisti. Di fatto il *pet owner* impara a interagire col proprio cane indirizzando correttamente l'animale verso la soluzione. Infatti questi giochi hanno un significato e sono di successo solo se dall'animale non vengono vissuti come stress. Più interessanti e innovativi i giochi per l'allenamento della muscolatura del cane che fa sport e quelli per il fisioterapista. Moltissime versioni rivisitate del classico gioco in gomma dura elicoidale cavo all'interno che rilascia la crocchetta premio (Fig. 11). Accattivante per il design e per il materiale riciclabile è la cuccia da esterno senza spigoli a bordi tutti stondati.

Questo materiale è innocuo se ingerito. In genere l'evoluzione dei ricoveri esterni per cani ha subito un buon sviluppo in termini di materiali leggeri ma robusti, lavabili e isolanti dal caldo come dal freddo, uniti al design tradizionale o d'arredo.

Pettorine, collari e guinzagli seguono i tre filoni sport, glamour, quotidianità. E per ciascun filone la ricerca va in direzioni differenti. Lo sport è caratterizzato dalla maneggevolezza, duttilità, visibilità in lontananza, resistenza in ragione della specialità per cui si usano: sono cioè differenti per il walking, il trekking, il nuoto e così via. I materiali tecnici sono

gli stessi utilizzati in umana: robusti, traspiranti e impermeabili accessoriati di tasche, strisce catarifrangenti, il gancio aggancio del guinzaglio veloce. Per il glamour si seguono i colori di moda con molto stile e senza eccessi. Per la quotidianità (Fig. 12), cioè le sgambate giornaliere il *must* è, per il cane che indossa le pettorine, la vestibilità e la leggerezza mentre per il proprietario la facilità di tenuta in mano del guinzaglio, la leggerezza, il materiale e la realizzazione a garanzia della durata nel tempo. Per i cani di grande mole, nei guinzagli, è imperativo il sistema anti strapupo durevole nel tempo con diverse so-



Speciale
ZOOMARK 2017
INTERNATIONAL

luzioni per materiali e realizzazione. Interessante il guinzaglio riavvolgibile che per lo sblocco e il blocco del nastro non utilizza la pressione del pollice ma dell'intera mano; è utile per chi ha dolori da tunnel carpale o artrosi (Fig. 13).

Gatti: accessori, lettiere e giochi

Per i gatti, in tema di lettiere, accanto ai materiali più tradizionali (Fig. 14) agglomeranti e adsorbenti si nota una vera esplosione di materiali di origine vegetale. Prerogative: essere leggeri per il trasporto e con smaltimento facile attraverso le acque nere. In tema di cassette igieniche contenenti le lettiere per feci e urine compaiono strutture dal design più raffinato e i nuovi concept con l'entrata che avviene dall'alto (Fig. 15). Questo tipo di lettiera ha il vantaggio di non disperdere il prodotto granulare sul pavimento: il gatto, nell'uscire, trova un appoggio forato che permette di recuperare anche i frustoli rimasti nei piedi. È adatta per gattini e gatti curiosi, che imparano subito come entrare e uscire, quando ben coadiuvati dal proprietario. Se i giochi per cani sono molti, quelli per gatti sono di più e soprattutto indirizzati alla fase ludica relativa alle arrampicate, ai salti, al farsi le unghie, all'osservare dall'alto (Peffrend aprile 2017 pag 88), per non parlare dei piccoli e leg-



gerissimi giochi meccanici a misura e leggerezza di zampa di gatto e dei giochi realizzati con *catnip* pressato (Fig. 16). Molti i giochi per gatti, leggeri e dotati di pile, che permettono un movimento così naturale da essere percepiti come vere prede (Fig. 17). Anche i tiragraffi



**QUALITÀ CHIAMA A GRAN VOCE
SPECIALIZZAZIONE**

In termini di conoscenza appare chiaro che una così vasta offerta di mercato impone una formazione più specifica e approfondita delle conoscenze del venditore e del toelettatore. Molte delle referenze richiedono una comprensione e padronanza dei singoli etogrammi animali, delle singole capacità digestive a seconda dei prodotti contenuti nella ciotola o nella mangiatoia. Il petshopper o il groomer del nuovo millennio devono essere a conoscenza del mercato e di come saper sfruttare le opportunità che esso offre, sapendo le esigenze di ciascuna specie animale, delle tecniche di produzione dei componenti di una formulazione, siano essi ingredienti di un alimento oppure materiali per un collare/pettorina/guinzaglio o un device tecnologico. Ma è anche importante saper bilanciare tra tutte le proposte quali referenze inserire nel pet shop e in quali proporzioni, quale ricarica applicare per avere alla fine il giusto guadagno. Ciò ci rende ancora più convinti di quanto sia importante lo sforzo che la rivista sta facendo nel creare la **Pet Care Academy** con i corsi per toelettatori (4 giornate nel 2015 e in futuro gli aggiornamenti) e per i negozianti (a fine 2017 inizio 2018). La conoscenza alla fine ci rende liberi e consapevoli nell'effettuare le scelte.



diventano delle vere e proprie case nelle case sviluppate in altezza e larghezza.

Tecnologia

In ambito tecnologico siamo alla generazione 2.0. Dalla semplice vendita del device con successivo acquisto delle varie app e degli aggiornamenti, si è pas-

Speciale
ZOOMARK 2017
INTERNATIONAL



sati al pacchetto completo con applicazioni multifunzionali e aggiornamenti inclusi. Se prima l'oggetto per monitorare con gps il cane era a basso raggio, ora si amplia e si estende a più soggetti. Ieri le possibilità erano limitate, ora i servizi offerti sono molto ampi con un adeguamento dei costi sull'utente finale tale da rendere la tecnologia accessibile

a una più ampia sfera di utenti (Fig. 18). Il vero salto in avanti per i maniaci del controllo da remoto gli animali di casa registrandone le abitudini. Questi oggetti si traducono in telecamere rotanti a 360 gradi, altoparlanti con la possibilità di parlare agli animali, schermi per farsi vedere. Le applicazioni sono in grado di



attivare dei giochi, di far partire dispensatori di acqua e alimento con controllo delle volte in cui avviene l'abbeverata... e altre applicazioni smart (Fig. 19).

Altri mammiferi (Figg. 20-21)

Nel settore alimentare c'è una svolta significativa verso prodotti specie/specifici e per le esigenze alimentari. Per i roditori si è ulteriormente ampliata l'offerta di pellettati, di estrusi e di fieni arricchiti di erbe officinali, fiori e legumi disidratati. Chi si interessa di benessere animale ha potuto comprendere come l'offerta fosse in questo caso ben bilanciata e fortemente rivolta a soddisfare le esigenze alimentari delle differenti specie. Compaiono i primi prodotti adatti alle differenti fasi di vita. È evidente lo studio approfondito delle esigenze animali in grado di dispensare benessere anche negli accessori per il contenimento degli animali, nei giochi o negli oggetti anti noia. Un'idea arredo per criceti è costituita da tanti cubi come piccole camere ripro-



Speciale
ZOOMARK 2017
 INTERNATIONAL



ducenti ciò che accade in natura; ogni singola camera è da appendere, esse sono collegabili le une all'altra alcune a vetro permettono la visibilità dell'animale all'interno altre, oscurate, consentono la dovuta privacy.

Uccelli

Per l'alimentazione vale lo stesso concetto dei piccoli mammiferi. Specie/specificità, digeribilità, attenzione alle esigenze dell'apparato digerente degli uccelli e al loro etogramma. Analogamente a tutti i giochi, anche gli alimenti anti noia hanno una loro precisa collocazione e studio in linea con la volontà di evitare patologie di tipo comportamentale conseguenti la solitudine, la noia nei periodi in cui gli umani sono assenti. Parallelamente è presente e apprezzabile la ricerca di soluzioni che permettano, in presenza del proprietario, un'interazione ludico sociale di soddisfazione per entrambi.

Acquari

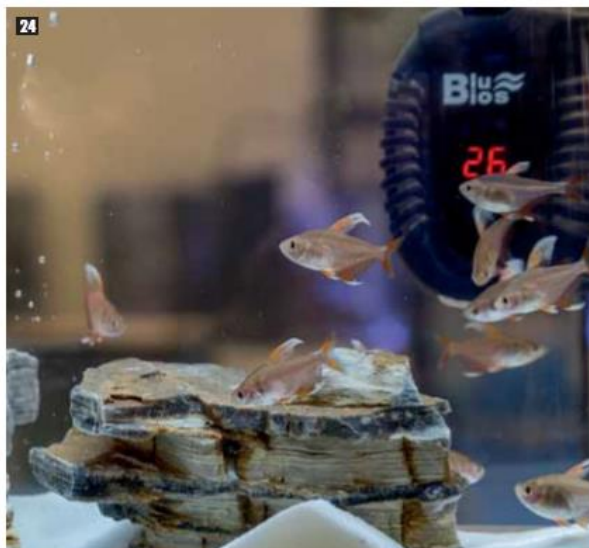
Al fianco dell'evento Aquaproject (Fig. 22), le novità acquaristiche confermano la tendenza della moderna coscienza acquariofila, che unisce una sempre maggiore attenzione verso il benessere animale con la tecnologia d'avanguar-



dia sempre più *smart* ma volta, nel contempo, al rispetto dell'ambiente e al risparmio energetico. Alimenti creati sui risultati delle ultime ricerche scientifiche,

arricchiti con composti vitaminici, naturali ed estratti immunizzanti. Nel caso dei pesci da laghetto esterno rispettano persino le singole esigenze specifiche nutrizionali stagionali delle carpe Koi variabili in base alla temperatura dell'acqua, alla taglia, all'età dell'animale. Per i palati marini più fini non mancano nuove specifiche formulazioni di alimento congelato a base di materie prime specifiche, come spugne e zooplankton. La nuova componentistica presentata in fiera bilancia sapientemente le nuove tecnologie con il risparmio energetico e la funzionalità. L'illuminazione LED con barre a basso consumo (fino al 50% di risparmio). Filtri che consumano pochissimo pur garantendo alte performance filtranti (Fig. 23).

Rappresentano un notevole miglioramento della performance in vasca i nuovi sistemi a sacchetto per l'acquario con pompe dalla portata regolabile e una struttura che obbliga l'acqua a passare attraverso tutti i materiali filtranti. Molti i *device* intelligenti in grado di essere controllati attraverso lo smartphone per garantire agli appassionati un controllo a 360° sul sistema vasca mediante il controllo a distanza tramite specifiche applicazioni per Android e IOS (Fig. 24). ●



Speciale
ZOOMARK 2017
INTERNATIONAL



LE AZIENDE PRODUTTRICI
DI ABBIGLIAMENTO
PER PET CONCENTRANO
LA LORO ATTENZIONE
SOPRATTUTTO SUI MATERIALI PER OFFRIRE
AI CLIENTI PRODOTTI DI QUALITÀ



Tutte le novità in abbigliamento



Capi in lana e cachemire



Lorena Bassis
Esperta in economia e diritto

Dall'11 al 14 maggio Bologna ha ospitato Zoomark, la più importante fiera italiana di settore giunta alla sua 17ª edizione. Su 50mila metri quadrati di superficie espositiva, le aziende italiane e straniere hanno presentato le loro novità tra cui anche i capi di abbigliamento. Tra mantelline, cappottini e impermeabili gli espositori hanno potuto far conoscere i risultati delle loro ricer-

che che hanno portato all'impiego di materiali nuovi perché la moda possa sempre di più puntare su comodità e praticità. In generale nessun eccesso ed esagerazione. Premiato lo stile italiano e il buon gusto anche tra gli espositori esteri.

Il processo creativo

Ricerca, fantasia, cura nei particolari. La moda è fatta di step. Un passo dopo l'altro perché si possa arrivare a presentare una linea di abbigliamento nuova che vada incontro alle esigenze del cliente finale.

Le aziende nel realizzare la loro collezione per i pet si ispirano ai look del momento, ai colori e alle fantasie che andranno di moda. Non mancano infatti fashion designer che mettono su carta i

modelli solo dopo aver visto sfilare le passerelle di uomo-donna e bambino. Ma le esigenze di vestibilità dell'essere umano e dell'animale sono diverse e per questo è fondamentale una ricerca accurata dei materiali da lavorare perché, alla fine, che sia la mantellina o il cappottino di tendenza la cosa più importante è che l'animale possa sentirsi a suo agio e non infastidito da quel che indossa. I capi che vengono realizzati e presentati in fiera sono il risultato di quattro/cinque mesi di lavoro frenetico fatto di ricerca, studio e prove.

Le novità di questa edizione

Dai cappottini di lana - con diverse percentuali di cachemire - lavorati a trecce di tutti i colori dell'arcobaleno alle mantelline fantasia ripiegabili in una co-

Speciale
ZOOMARK 2017
INTERNATIONAL



Impermeabile

moda pochette abbinata da tenere nella borsetta oppure realizzate con nuove *spalmature* per rendere il tessuto sempre più impermeabile. Non mancano le felpe in teflon (sì, proprio quello del rivestimento antiaderente applicato sui tegami!) perché si è scoperto che le fibre di tessuto impregnate di questo polimero lo rendono completamente impermeabile, resistente all'usura e alle macchie. Tra i tessuti nuovi anche il piumino ecologico (al posto della vera piuma) morbissimo, confortevole e di grande vestibilità così come i capi realizzati in similpelle con borchie e zip tanto da ricordare il chiodo indossato dai *biker*. Tanti anche i capi basici, soprattutto double-face (impermeabili all'esterno e felpa all'interno oppure in felpa di due colori o fantasie diverse) per cambiare stile tutti i giorni. Tra le novità tecniche più di un body in tessuto ipoallergenico ed ecosostenibile, 100% cotone biologico, ideale dopo interventi chirurgici, in caso di infezione di ferite e in generale allergie e prurito. Leggero e comodo perché non limita i movimenti, può essere indossato anche sotto il piumino oppure, per i cuccioli molto freddolosi, anche per stare in casa. Interessanti le diverse soluzioni per i cani di tutte le taglie che non hanno eccessiva confidenza con l'acqua, giubbotti in tessuto idrorepellente imbottiti di materiale galleggiante con maniglia dorsale per la presa dall'alto. Utili per avvicinarsi all'acqua o per la gita in traghetto.



Indumenti per cuccioli

L'eleganza medio-grande

Se fino a ieri ci si poteva sbizzarrire solo nella scelta di capi per cani di piccola taglia, oggi anche quelli un po' più grandi possono contare su modelli originali ma senza eccessi. Un bracco, un pastore tedesco o un setter può vivere tranquillamente in un appartamento e abituarsi al clima di casa tanto da rendere necessario durante l'inverno o le giornate di pioggia l'uso di una mantellina.

Per i cani di taglia medio-grande si possono trovare impermeabili dal design sportivo e molto raffinato, dai colori sobri (molto diffuso il blu, per esempio) e dalle fantasie discrete (come il classico *camouflage*). I capi per gli animali che indossano dalla taglia 40 in su sono solitamente realizzati con materiali tecnici

del tutto sovrapponibili a quelli usati da chi fa sport o lavori di salvataggio e per questo adatti a essere utilizzati anche in condizioni climatiche estreme (per esempio, durante le escursioni in alta quota). La maggior parte delle aziende che confezionano questi capi sono tradizionalmente in nazioni del nord Europa o Canada.

Richieste di mercato

Le aziende produttrici e distributrici di capi di abbigliamento per animali vogliono sempre di più rispondere alle richieste di un cliente finale che pretende un prodotto che faccia sentire il cane non più solo bello ma soprattutto comodo. Vestibilità e comodità sono infatti i requisiti più importanti che il cappottino o l'impermeabile devono soddisfare.



Giubbotti salvataggio-salvagente

Speciale
ZOOMARK 2017
 INTERNATIONAL



Mantellina idrorepellente

Non solo. Oggi il compratore è molto attento ai dettagli che possono fare la differenza. Come, per esempio, la cerniera waterproof che non faccia passare l'acqua, il foro per la clip del guinzaglio, la garanzia di un materiale capace di resistere nel tempo così come le cuciture antistrappo. Infine va assicurata la funzionalità.

Un modello si deve adattare all'anatomia del cane grazie alla possibilità di regolarlo su pancia e torace per avere la massima vestibilità, un dettaglio importante per il compratore che le aziende non possono sottovalutare. La maggior parte delle aziende diversifica anche le linee prodotti per essere presenti nella GDO o nelle catene di petshop piuttosto

che nei più piccoli negozi del centro città o addirittura negli store specializzati in articoli di settore.

Il mercato di oggi e quello di domani

Collezioni belle e non esasperate nei dettagli fashion quelle che si sono viste quest'anno a Zoomark. Si punta molto di più sull'essenzialità e sulla praticità che però deve essere accompagnata dalla qualità dei materiali impiegati. Un marchio presente da anni nel settore è garanzia di qualità ma da solo non basta. Ci sono aziende che organizzano corsi di formazione per i rivenditori perché possano essere in grado di spiegare al cliente tutte le caratteristiche del capo che andranno a proporre. Saper trasmettere le giuste informazioni sulla composizione del materiale, sulla lavorazione e garantire la qualità è quello che mancava ma che l'acquirente oggi vuole.

E domani? Per qualcuno c'è ancora molto da fare, per altri invece ci si potrebbe trovare in una *empasse*. Una cosa è certa, il consumatore di domani sarà sempre più preparato e attento a cosa andrà ad acquistare per il suo cane al fine di garantirgli il meglio. Per scoprirlo a noi non resta che attendere Zoomark 2019! ●



Indumento tecnico per cane di grossa taglia



Vestitini glamour

Speciale
ZOOMARK 2017
INTERNATIONAL



LA FIERA DEI SEMINARI
AD ALTO PROFILO



Formazione e conoscenza per diventare una grande comunità



a cura della redazione

Zoomark International ha confermato, con il cambio di rotta della precedente edizione, la forte vocazione alla formazione. In questa edizione si sono potuti seguire corpi seminari, dedicati ai petshopper, ai toielettatori, agli allevatori di cani e di gatti realizzati con la collaborazione della nostra rivista.

Mentre BolognaFiere ha presentato nell'area di Aquaprojet delle interessanti conferenze, tenute da nomi molto noti, con tematiche di forte interesse sul mondo dell'acquariologia e presentazioni di



Dimostrazione di Aquescaping



L'equipe di PetTrend

Analogamente le aziende hanno improntato le loro conferenze sulle informazioni di mercato e le performance agli stand sono state sui prodotti e sulla loro realizzazione piuttosto che soli show ludici.

Inaugurazione e Rapporto Assalco

La fiera si è aperta con la presentazione del presidente Franco Boni, davanti ad una sala gremita, della decima edizione del Rapporto Assalco-Zoomark 2017, curato da ASSALCO (Associazione Nazionale tra le Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia) e da Zoomark Inter-

national, con il contributo di IRI Information Resources e di ANMVI (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani).

Il Rapporto, ormai considerato documento di riferimento e compendio di fonti accreditate sull'andamento del mercato dei prodotti per gli animali da compagnia e sul rapporto uomo-pet, ha fotografato il trend in crescita del settore degli animali da compagnia in Italia: il giro d'affari del pet food per cani e gatti, il segmento principale del più vasto mercato dei prodotti per gli animali da compagnia, nel nostro Paese ha sfiorato nel 2016 i 2 miliardi di euro (+2,7% rispetto al 2015), con circa 560mila tonnellate

Speciale
ZOOMARK 2017
INTERNATIONAL



Conferenza stampa inaugurazione Zoomark 2017 e presentazione dell'atteso Rapporto Assako Zoomark 2017. Da sinistra destra Paolo Garro, Istituto di Ricerca IRI Information Resources; Antonio Manfredi, Direttore di ANMVI (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani); Gianmarco Ferrari, Presidente di Assako; Franco Boni, Presidente di BolognaFiore spa.



Seminario toelettatori dal titolo: La certificazione delle competenze e la qualità in toelettatura. Maurizio Albano, Francesco Albanese, Mirko Radice.



Il pubblico formato da giornalisti della carta stampata e della televisione, da uomini d'azienda e operatori del settore.

commercializzate (+1,3%). Oltre 60 milioni sono i pet presenti nelle case italiane, in particolare quasi 30 milioni di pesci, 12,9 milioni di uccellini, 7,5 milioni di gatti, 7 milioni di cani, 1,8 milioni di piccoli mammiferi (tra cui roditori e conigli) e 1,3 milioni di rettili.

Seminari promossi da PetTrend
Il grado di soddisfazione degli intervistati è stato pari, se non superiore, al 2015. Per lo staff di PetTrend è stato un piacere vedere i numerosi specialisti del settore seguire con attenzione e dare vita a dibattiti interessanti a conclusione dei quattro seminari. Le giornate di informazione e studio si sono rivolte ai toelettatori (venerdì 12), agli allevatori di razze canine (sabato 13), a quelli di razze feline (domenica 14) e sempre domenica quello dedica-

to ai petshopper. Unico dispiacere la scarsa presenza di petshopper alla presentazione e analisi approfondita della ricerca fatta sul territorio italiano a fotografia del mondo del negozio specializzato.

L'indagine, che potete leggere sulle nostre pagine e scaricare dal sito di PetTrend, è un valido strumento per comprendere i repentini cambiamenti del mercato, soprattutto se paragonata a quella fatta nel 2013 sempre dalla nostra testata. Il pubblico presente, sostanzialmente formato da uomini d'azienda, ha potuto rendersi conto che, anche se la Gdo avanza (con negozi solo per i pet), il petshop non ne soffre: a patto che offra la miglior consulenza al cliente, lavori in sinergia con i medici veterinari e sappia attuare strategie di mercato lavorando sull'assortimento e sui prezzi secondo le logiche del marketing e non dettate dall'improvvisazione o dalle emozioni. Vale una riflessione: perché il petshopper ha disertato l'evento?



Seminario allevatori cinofili dal titolo: Malattie dermatologiche a predisposizione razziale nel cane. Relatori: Stefano Paolo Marelli, Maria Carmela Pisa, Ugo Lotti, Francesco Albanese.

Speciale
ZOOMARK 2017
INTERNATIONAL



Seminario allevatori gatti dal titolo: Obiettivi e strumenti di selezione nell'allevamento felino. Daniele Zambelli (nella foto), Roberta Caccamo, Francesco Dondi, Stefano Paolo Marelli.



I petshop in Italia. I relatori: Fabrizio Vallari e Antonio Manfredi

Premiazioni a favore di Onlus e dei terremotati

Tre le premiazioni di rilievo. Venerdì 12 maggio è stato consegnato il contributo «Dai una mano alle popolazioni terremotate delle Marche». Una iniziativa di Pets Fitness, che ha donato € 0,50 per ogni confezione venduta. Il contributo, pari ad € 6.054,50, è stato raccolto nel periodo dal primo gennaio al 30 aprile 2017 ed è stato consegnato a un funzionario della protezione civile delle Marche direttamente da Franco Magistrelli: servirà a sostenere il canile di Camerino (MC) che ospita cani di famiglie che hanno perso la casa.

Sabato 13 è stata invece la volta della consegna del contributo alla associazione Effetto Palla Onlus da parte di Ceva Salute Animale. A ricevere il pre-



Contributo a Effetto Palla Onlus

mio pari ad € 500,00 in prodotti dell'azienda erano presenti la Presidente Monica Pais e la cagnolina da lei salvata Palla, divenuta tristemente famosa a causa dei maltrattamenti subiti.

Aqua Project, la premiazione

Infine, domenica 14 sono stati premia-

ti gli esercizi vincitori dell'Aqua Project Award. Primo classificato Booty Bay (Cura Carpignano - Pavia) che ha realizzato una vasca marina tropicale in vetro extrachiaro, con una fauna costituita da coralli duri a polipo piccolo e grande prevalentemente di origine australiana e alcuni pesci e gamberi. Secondo classificato il negozio ragusano L'Arca di Noè, autore di un acquario con all'interno una varietà di pesci, piante e invertebrati che, con il passare del tempo, vanno a costituire una vera e propria comunità. Terzo classificato, infine, il negozio livornese Habitat Acquari, che ha allestito una vasca che simula un vero ecosistema marino composto da varie specie di coralli, sia duri che molli, e diverse varietà di pesci di barriera corallina. ●



Contributo dai una mano alle popolazioni terremotate.



Negozi vincitori premio miglior acquario 2017. In seconda fila Marco Momoli Direttore commerciale di BolognaFiere.