Pet Trend

Marzo 2017

Editoriale

Made in Italy... ... non basta

Sinceramente non me lo aspettavo. Non avrei mai immaginato che l'editoriale uscito sul numero 10 con il titolo ZOOMARK: MADE IN ITALY potesse creare così tanto interesse. Mi sembrava un tema piuttosto scontato ed invece sono stati numerosi i nostri lettori che si sono espressi sulle mie considerazioni, alcuni condividendole altri (ad essere sincero dovrei dire la maggioranza) contestandole. Questi ultimi più che titolari di petshop erano rappresentanti di aziende italiane che hanno visto nelle mie riflessioni critiche dirette alle loro politiche aziendali di marketing che le hanno portate ad essere presenti ad Interzoo rinunciando magari alla loro presenza a Zoomark a Bologna. Se le mie considerazioni sono state interpretate così, devo ammettere che sono state intese correttamente. Resto convinto che per un'azienda italiana che si pone obiettivi di diffusione all'estero prima di qualsiasi altra fiera internazionale sia assolutamente necessario essere presente a Zoomark International non solo perché, come abbiamo evidenziato più volte, esprime un indice di visibilità ottimo e migliore delle altre fiere del settore ma anche perché è la fiera del Made in Italy, la fiera che raccoglie il meglio della produzione italiana. Per rispondere ad alcune critiche ricevute credo giusto ribadire che non ho mai scritto che Interzoo sia inutile e non serva andarci (anzi!) ma che prima devo essere presente a Bologna e se devo fare una scelta è certamente meglio, per gli evidenti vantaggi che esprime, essere presente a Zoomark e magari poi anche ad Interzoo. Spero questa volta di essere riuscito ad esprimere chiaramente il mio pensiero. D'altra parte come potrei sostenere che è inutile essere presente ad altre fiere internazionali quando PetTrend collabora con Zoomark per organizzare collettive di aziende Made in Italy nelle più importanti fiere del nostro settore, iniziativa che ha portato la creatività e qualità italiana negli ultimi mesi al Global Pet Expo di Orlando in Florida e al CIPS (China International Pet Show) di Guangzhou. Altre critiche mi sono arrivate da alcuni che sostengono che non basti il Made in Italy per poter essere vincente sui mercati esteri. Non ho certamente mai sostenuto il contrario e non vi è dubbio che l'immagine del Made in Italy non è ovviamente sufficiente per essere vincenti su un piano internazionale. Made in Italy significa per l'acquirente creatività e qualità e queste devono esserci veramente. A Zoomark International, che si terrà quest'anno alla Fiera di Bologna dall' 11 al 14 maggio, si potrà vedere tutto questo negli stand delle aziende italiane e saranno decine di migliaia gli operatori del settore che arriveranno da tutto il mondo soprattutto per visitare le aziende del Made in Italy. Mi permetto pertanto di risollecitare le aziende italiane che non hanno ancora aderito a Zoomark International a farlo al più presto anche perché la richiesta di spazi per questa edizione del 2017 è decisamente aumentata e, nonostante siano state aggiunte altre aree espositive rispetto alla planimetria originale, si rischia veramente di restare esclusi dalla fiera. Aggiungiamo a proposito alcune considerazioni. In Italia i dati riferiti al 2016 dimostrano che il settore è in continua crescita, più o meno unici fra i paesi occidentali dell'Europa. Inoltre, essendo in arretrato nello sviluppo di questo mercato rispetto ai maggiori paesi europei, l'Italia ha ancora possibilità di espansione veramente importanti e che potrebbero essere espresse se soltanto la crisi economica che ci sta penalizzando da quasi dieci anni incominciasse a risolversi facendo riprendere i consumi. Le previsioni per il 2017 sono piuttosto ottimiste. I consumi dovrebbero aumentare dell'1% ed i prezzi dell'1,1% innescando probabilmente un trend inflazionistico necessario per la ripresa economica dopo alcuni mesi di stallo e a fine 2016 di deflazione, sia pure minima. Zoomark International potrebbe essere un volano per il nostro settore portando sul mercato numerose novità che svilupperanno l'attenzione dei media e quindi dei proprietari di animali da compagnia sollecitandoli ad un incremento degli acquisti, almeno così speriamo.

Ci vediamo a Bologna, ovviamente.

Antonio Manfredi