

ACCESSORI, SNACK, SPRAY ANTI STRESS, E PRODOTTI
PER LA CURA DEGLI ANIMALI: ECCO LE NUOVE TENDENZE
ALL'INSEGNA DELLA CREATIVITÀ E DELL'ECOLOGIA

GREEN, FASHION SOSTENIBILI, E TECNOLOGICI, UN MONDO A MISURA DI PET

UN PERCORSO IN SETTE TAPPE

Zoomark propone allestimenti e ambientazioni multimediali per accompagnare i visitatori lungo i nuovi percorsi nel mondo degli animali da compagnia

SE VOLESSIMO citare solo alcuni degli esempi più accattivanti, potremmo iniziare parlando di preparazioni culinarie che, se non sapessimo destinate agli animali, dalla descrizione degli ingredienti farebbero gola pure a noi. Oppure, come se stessimo parlando di una fiera-mercato dedicata agli esseri umani, da capi di abbigliamento e accessori per le attività quotidiane che puntano forte sulla praticità, sulle potenzialità dell'Internet of things e sui materiali sostenibili. Del resto, l'idea alla base di ognuna delle oltre 400 novità di prodotto che saranno presentate a Zoomark International è proprio stupire la folta ed esigente platea degli addetti ai lavori, ampliando attraverso la creatività, la ricerca e l'attenzione all'ecologia lo spettro di gingilli, snack e dispositivi tecnologici ai quali potranno presto aspirare i nostri piccoli amici di casa.

Largo, quindi, a un mondo a misura di 'pet' dove nelle ciotole finiranno bocconcini maltagliati in salsa, drink al brodo di carne, stuzzichini ricercati alle bacche di goji e alghe, torte con tanto di kit per dediche personalizzate e merende dietetiche, vegetariane e sugar-free. Mentre le nuove proposte per la quotidianità, tra le altre, parlano di spray anti-stress, guinzagli e pettorine fatti con materiali riciclati, abitudini modaioli in lana con gonna in organza impreziositi da fiocchetti e perle e pure di lettieri ecologici alla soia. Ma, novità fra le novità, anche l'area dell'expo di BolognaFiere tradizio-

nalmente dedicata al nuovo si rifarà il trucco, evolvendo nello spazio 'Pet Vision', che offrirà ai visitatori una gustosa anteprima a tutto campo di quanto scopriranno, poi, all'interno dei padiglioni. E questo antipasto, per dare conto in maniera coerente delle ultime tendenze di settore, sarà suddiviso proprio per trend di prodotto, anziché per comparti merceologici, interpretando attraverso sette diverse chiavi quanto, negli ultimi 18 mesi, è riuscito a fare breccia nelle scelte dei consumatori. Procedendo, anche in questo caso, dal food agli accessori e dai prodotti per la toelettatura ai cosmetici, ma anche dai progetti che puntano su creatività e design alle soluzioni dal cuore hi-tech, fra packaging ad alta sostenibilità e articoli per la salute, fino alle proposte per quei padroni pronti a vivere all'aria aperta con il proprio animale.

Il tutto sullo sfondo di allestimenti e ambientazioni accattivanti e multimediali, per un viaggio in sette tappe che inizierà dal concetto di 'New, extraordinary normal' e dall'esplorazione dei modi in cui le abitudini degli animali domestici si stanno progressivamente 'umanizzando'. Poi, ci sarà il tema intitolato 'Living la vida lockdown', con la sicurezza dei pet declinata attraverso igienizzanti e disinfettanti, cibi che alzano le barriere immunitarie, kit per cucinare loro cibi freschi e molto altro, mentre 'Pet motic' si dedicherà all'universo degli



accessori e delle app digitali. Il percorso 'Go green', invece, ci guiderà fra prodotti ecologici, compostabili e biodegradabili, fra soluzioni di packaging sostenibili e idee che tengono in conto il risparmio energetico e il contenimento degli sprechi, prima di approdare a un'area 'Health&Care' che, ovviamente, racchiuderà i più recenti ritrovati farmaceutici e parafarmaceutici, tra antiparassitari e disinfettanti, integratori alimentari, biocondizionatori, shampoo e prodotti per la cura di cute e pelo e l'igiene orale. Infine, le ultime due vie per approcciare le novità della tre giorni espositiva bolognese saranno 'Just nature' e 'The roaring twenties', incentrate, l'una, sui giocattoli e le attrezzature per la vita fuori casa, il trasporto degli animali, le cucce, i guinzagli e tutto il necessario per gli sport cinofili e, l'altra, sul design degli oggetti e sull'espressione della vena artistica che può emergere dal rapporto, sempre più stretto, fra uomo e pet. Perché, accanto a ciò che è nuovo in tutto e per tutto, la vetrina del 19esimo 'Salone internazionale dei prodotti e delle attrezzature per gli animali da compagnia' sarà perfetta anche per quegli oggetti e servizi già esistenti che, però, hanno affrontato di recente un processo di restyling, rebranding e redesign.

Lorenzo Pedrini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA SCHEDA

PICCOLI AMICI IN LOCKDOWN

Il concetto chiave è 'New, extra-ordinary normal'. Una nuova normalità che, per

esempio, porta Zoomark ad affrontare il tema intitolato 'Living la vida lockdown' per mettere al centro la sicurezza dei pet declinata attraverso igienizzanti e disinfettanti, cibi che alzano le barriere immunitarie.