

Moda per cani e ciotole di design Zoomark sempre più grande Più di mille espositori dal mondo

L'expo in programma fino a domani. Il business del pet è internazionale

Tagli glam e di precisione dalle zampe alla punta delle orecchie, oli profumati per fare splendere il pelo scegliendo tra olio di jojoba ed estratti di agrumi, vasche idromassaggio e lettini da spa di lusso. Siamo a Zoomark, precisamente tra gli stand dedicati alla toelettatura, ma sembra di stare al Cosmoprof. Il trattamento per cani e gatti, in questa fiera che alimenta uno dei business più fruttuosi del decennio, non si discosta da quello riservato agli umani. Nemmeno se si tratta di estetica e benessere.

La più importante fiera in Europa «del pet food e del pet care» che si è inaugurata ieri in piazza della Costituzione (aperta fino a domani) è la più grande di sempre. A cadenza biennale, ha già superato di circa il 30% i numeri pre-Covid tanto che nei mesi precedenti all'apertura si è dovuto aggiungere un padiglione. Oggi la superficie espositiva si estende su 68.000 metri quadrati, distribuiti in 7 padiglioni per ospitare 1.060 espositori, il 75% dei quali dall'estero (57 i Paesi di provenienza) per rappresentare le diverse categorie merceologiche dell'intera filiera dell'industria per gli animali da compagnia. È anche una delle manifestazioni che, nella sua progressiva crescita, favorisce l'internazionalizzazione di Bologna-Fiere e la conquista, in particolare, del mercato asiatico. «Zoomark — ha detto il direttore generale della Fiera An-

tonio Bruzzone al taglio del nastro — è un punto di partenza per un ulteriore sviluppo che ci verrà presto protagonisti a livello internazionale, con delle presenze in Sud America e in Asia e anche in Cina e in India. Quindi per noi quest'anno un'edizione di consolidamento ma anche di rilancio». Lo sviluppo internazionale dell'expo è testimoniata anche dalla partecipazione di nove collettive da Usa, Cina, Canada, Brasile, UK, Grecia, Repubblica Ceca, India e Thailandia.

Secondo il rapporto Assalco-Zoomark, presentato ieri le famiglie italiane hanno con sé 9 milioni di cani, 11 di gatti, 30 di pesci, 13 di volatili e un altro milione e mezzo di piccoli animali. Sommati, raggiungono la cifra di 65 milioni e il 40% delle famiglie ne possiede almeno uno. Ma soprattutto per loro si spende sempre di più. Cocolati come figli — a dispetto di chi, supportato dalle parole di Papa Francesco, non accetta il paragone — si produce (e si acquista) per loro cibo di qualità, prodotti per il corpo ed accessori di moda. Solo il mercato dell'alimentazione è cresciuto dell'11,4% nel 2022. E così in fiera ci si perde tra distese di superfood, piatti pronti, crocchette e impasti per rendere il proprio amico peloso più potente, dinamico, leggero o rilassato. Il punto sulla salute, naturalmente, è un imperativo. Curioso — e invitante — il cibo con la stes-

sa forma e gli stessi colori di alimenti per umani come pagnotte, brezel, lecca lecca, involtini. Calzini e abitini per i cuccioli più piccoli non hanno nulla da invidiare a quelli per neonati e pure la filiera della moda crea collari di lusso dalle tinte più in voga e intarsi preziosi o comode poltrone in velluto e broccato, sempre per cani e gatti, che arricchiscono di eleganza il salotto di casa. La ciotola è un oggetto di design, in ceramica finemente decorata o acciaio minimalista. Cappottini e cuffiette — dal raso ai tessuti green — ricalcano le tendenze delle passerelle. Fino a un centinaio di euro per articolo non è nemmeno un prezzo alto. Il marchio Liu Jo, per esempio, presenta una linea pet: l'impermeabile coordinato con quello del «padrone» a stampa animalier è il loro pezzo forte. E sui social si affacciano «dog fashion blogger» pronte a recensire le ultime novità. Tecnologia e innovazione, ancora, trovano le migliori applicazioni nel comparto della sicurezza, con trasportini per auto che superano i più rigorosi crash test o guinzagli con il gps per ritrovare il proprio amico o collari led per non perdersi al buio. Giochi interattivi, infine, sono espressamente pensati per stimolare l'attività fisica e la relazione intellettuale fra il pet e il proprietario.

Luciana Cavina
luciana.cavina@rcs.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



