

# La seconda volta di Pet Vision



*All'interno dell'area dedicata all'innovazione saranno presentati i prodotti degli espositori capaci di meglio interpretare le tendenze che si affacciano sul mercato e che sono destinate a imporsi nei prossimi anni. Il progetto si completa quest'anno con la novità degli Awards, premiando le referenze più rappresentative dei macrotrend del futuro.*

di **Paola Cane**

**P**et Vision per la seconda volta sarà l'area dedicata alle innovazioni di Zoomark. Dopo aver individuato i principali trend nel mercato del pet food e del pet care, il salone presenterà i nuovi prodotti degli espositori, raggruppandoli in funzione della loro capacità di interpretare al meglio le tendenze che si affacciano sul mercato e che sono destinate a dominare i prossimi anni. L'idea di Pet Vision nasce dalla consapevolezza

che, oggi più che mai, una delle certezze su cui aziende e pet shop possono fare affidamento è il cambiamento: il mercato del pet food e del pet care è in continua evoluzione, caratterizzato da un elevato grado di ricerca e innovazione, tanto che operatori e titolari dei pet shop sono chiamati a investire ingenti risorse per identificare le tendenze che avranno un impatto positivo sulla loro attività e a individuare i giusti prodotti, capaci di accontentare consumatori

sempre più consapevoli ed esigenti. Non è, infatti, un segreto che il successo commerciale di un brand o di un'insegna sia sempre più legato alla capacità di cogliere, o addirittura anticipare, i trend del mercato e, quindi, di plasmare le proprie scelte assortimentali in funzione delle nuove preferenze dei consumatori e dei nuovi bisogni emergenti, che spesso riflettono più ampi cambiamenti economici e sociali.

## DISTRIBUZIONE E INDUSTRIA /

Da un lato i pet shop e i buyer di catene possono essere in difficoltà nell'identificare da soli i nuovi trend di mercato, dall'altro lato l'industria ha la necessità di avere a disposizione strumenti in grado di valorizzare l'impegno profuso in ricerca e sviluppo, soprattutto negli ultimi anni di grandi difficoltà.

Proprio per venire incontro a queste due esigenze nasce Pet Vision: un'area dedicata all'esposizione ragionata delle novità fieristiche che meglio interpretano le nuove tendenze.

Pet Vision fornisce, quindi, uno strumento di lettura del mercato ed è pensato per aiutare i titolari di pet shop, i buyer e i responsabili acquisti a comprendere i nuovi trend in ascesa e a effettuare scelte coerenti con i cambiamenti dei bisogni dei consumatori. Allo stesso tempo il progetto è rivolto all'industria e ai brand, perché possano valorizzare gli investimenti in innovazione e sviluppo, dando uno spazio di qualità ai prodotti novità e presentandoli attraverso la chiave di lettura dei cinque trend più significativi.

## VALUE FOR MONEY /

Una delle tendenze nelle quali sarà suddivisa l'area innovazione è stata nominata 'Value for money'. Il settore pet ha mostrato ottime prestazioni negli ultimi anni: una crescita guidata da una popolazione di animali da compagnia in crescita e da una domanda resiliente, ma anche da cambiamenti epocali nell'atteggiamento dei consumatori nei confronti degli animali da compagnia, sempre più considerati membri effettivi della famiglia. Tuttavia, i recenti sviluppi economici e geopolitici rischiano di causare spinte inflazionistiche e un indebolimento del potere di acquisto dei pet owner.

Tra gli strumenti concreti per superare le sfide e continuare a offrire ai consumatori prodotti di qualità al giusto prezzo, molte aziende si sono concentrate sullo sviluppo di linee accessibili, con un elevato rapporto qualità-prezzo, senza penalizzare la brand experience. La categoria Value for money include i prodotti alimentari e non food, pensati per dare risposta alla contingenza economica, senza sacrificare qualità e innovazione, valorizzando le proposte dei brand che, vista l'attuale contingenza economica, hanno sviluppato prodotti e servizi che garantiscono un lusso e una qualità accessibili.

## SOSTENIBILITÀ E SALUTE /

'Green transition' raccoglie tutte le innovazioni nate con un'attenzione alla sostenibilità e all'ambiente: prodotti e imballaggi green, riutilizzabili, riciclabili o prodotti con un uso ridotto di risorse



energetiche. 'Healthy & Functional' è lo spazio dedicato al benessere. L'attenzione dei consumatori a prodotti non solo belli e buoni, ma anche utili, funzionali e studiati per soddisfare specifici bisogni e funzionalità non è una novità. Da anni, il trend interessa innumerevoli segmenti, da quello farmaceutico a quello dell'alimentazione destinata a fini particolari, fino ai prodotti dedicati alla diagnostica e addirittura alle polizze a copertura delle spese sanitarie, ma comprende anche alimenti realizzati con superfood, prodotti cosmetici che coprono una vasta gamma di funzioni, giochi studiati per promuovere le capacità cognitive o la corretta masticazione. Si tratta di un trend che raggruppa tutte le novità pensate per soddisfare specifici bisogni legati alla salute e al benessere dei nostri pet: che si tratti di alimenti dietetici, di strumenti diagnostici, di giochi interattivi per stimolare le capacità cognitive dei nostri animali, ci aspettiamo tante novità nel grande ambito dei prodotti funzionali, legati alla salute dei piccoli amici a quattro zampe.

## SARTORIALITÀ /

Sempre di più, anche nell'ambito di pet food e pet care le aziende offrono prodotti e servizi pensati su misura, contraddistinti da un'elevata specializzazione e personalizzazione, per soddisfare le esigenze particolari dei pet e delle loro famiglie. Per ogni animale amato dal pet parent, esistono innumerevoli nicchie di mercato da esplorare. Ecco perché nasce l'idea di dare visibilità ai prodotti 'Tailor-made' in una apposita area. Non solo esigenze specifiche di cani e gatti, alimentazione raw, surgelata, a domicilio, personalizzata, prodotti segmentati per razze, fasce di età e stili di vita, ma anche prodotti per animali esotici, pesci tropicali, rettilari e piccoli roditori di ogni genere. Un'offerta altamente spe-

cializzata, pensata per soddisfare i bisogni di un pubblico con esigenze incredibilmente specifiche, fornendo prodotti su misura per i loro amici animali.

## VIZI E STRAVIZI /

Sarà l'anno degli snack, ma non solo: l'area 'Spoil me more' raccoglierà le novità connotate da un elevato contenuto voluttuario, pensate per coccolare i pet con speciali attenzioni. Basti pensare che, se il mercato degli snack fino a qualche tempo fa era caratterizzato dalla prevalenza di prodotti in fase di maturità avanzata, oggi è uno dei più dinamici e innovativi. Le aziende mangimistiche hanno profuso investimenti di vasta portata, per realizzare prodotti caratterizzati da formule, processi produttivi o ingredienti innovativi. Dalle barrette agli snack funzionali, dai nuovi masticativi a base di collagene agli snack cotti al vapore, fino al recupero delle materie prime più semplici e meno processate, rilanciate come spezza-fame. Il mercato ci parla di una voglia di umanizzazione, non solo dell'alimentazione, ma anche nella cosmetica, nel gioco, nell'abbigliamento, e del desiderio dei pet parent di estendere ai loro animali vizi e coccole, dimostrazione di attenzione e di amore.

## I PREMI /

L'attenzione per l'innovazione e i macro-trend del settore, costante per la manifestazione, quest'anno si completa con un'ulteriore novità: i Pet Vision Awards, un inedito premio che, attraverso una giuria di qualità, costituita da personalità indipendenti del giornalismo, della distribuzione, del mondo veterinario, premierà i prodotti più innovativi, appartenenti alle cinque categorie e quindi più rappresentativi dei macro-trend, con l'obiettivo di valorizzare i prodotti e i servizi sviluppati dalla filiera che presentano il più elevato contenuto di innovazione, tecnologia, creatività, funzionalità, sostenibilità.

