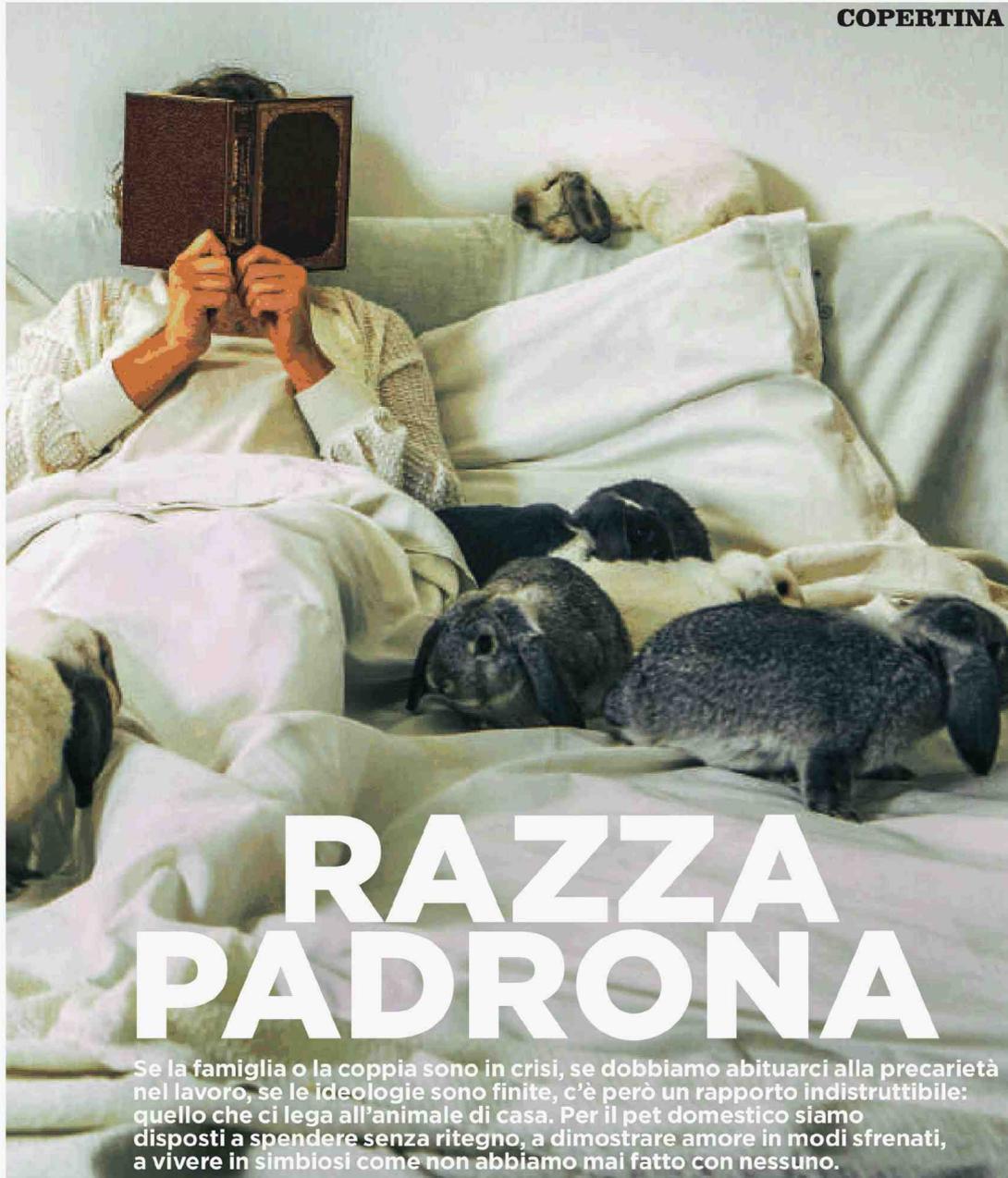




38 Panorama | 17 agosto 2017



RAZZA PADRONA

Se la famiglia o la coppia sono in crisi, se dobbiamo abituarci alla precarietà nel lavoro, se le ideologie sono finite, c'è però un rapporto indistruttibile: quello che ci lega all'animale di casa. Per il pet domestico siamo disposti a spendere senza ritegno, a dimostrare amore in modi sfrenati, a vivere in simbiosi come non abbiamo mai fatto con nessuno.

17 agosto 2017 | Panorama 39



di Stefania Vitulli
 foto di Diana Bagnoli

La crisi colpisce i sentimenti, le unioni, il portafogli. Siamo pronti a risparmiare su tutto. A dire «no» al partner, ai figli, ai genitori. Ma c'è un legame che resiste, ci scioglie sempre il cuore, ci apre le tasche, ci leva ogni vergogna. E cui riservare il meglio: cristalli Swarovski, cappottino di cachemire, cardiofrequenzimetro hi-tech, massaggio ayurvedico due volte a settimana. Tutto, per Dandy, Romeo, Golia: che siano un chihuahua o un British Shorthair, gli animali sono diventati la nuova famiglia. E la miscela animalismo-consumismo si è fatta esplosiva al punto che non c'è limite agli eccessi. Economici e sentimentali. Inutile stupirsi se ormai, il 26 agosto, si celebra tutti gli anni la Giornata Mondiale del Cane.

Partiamo dai numeri: il mercato mondiale del pet ha raggiunto la vetta dei 160 miliardi di euro e solo in Italia ne vale circa 3,5 (più o meno la stessa dimensione del mercato per la prima infanzia), con una spesa annua per ognuno dei 35 milioni di italiani proprietari di animali di circa 100 euro. Di questa cifra, la metà è destinata al pet food, in crescita del 4 per cento rispetto al 2016, e l'altra al pet care. Pet care che, visto che sei italiani su dieci ammettono nel letto cani e gatti (posto negato ormai anche ai figli), non significa più solo antiparassitari, ma beni e servizi «mutuati» dal mondo umano.

Come le assicurazioni, da 50 a 150 euro l'anno, o le scuole Puppy class (400 solo in Lombardia, 2 mila in tutta Italia) con percorsi educativi personalizzati e rette simili a quelle dei nidi. Ma anche prodotti e servizi per abbigliamento, intrattenimento, viaggi, bellezza. Ed è qui che scopriamo i trend in ascesa: pedicure, nail care e nail art, badanti per la sera, coccolatori professionisti per canili e gattili (se non si abituano da cuccioli a essere accarezzati



QUESTE FOTO

Il servizio della fotografa Diana Bagnoli illustra, in modo poetico ma anche con palese ironia, l'affetto e il lato un po' ridicolo della convivenza tra esseri umani e «persone bestiali». Tutte le immagini, scattate in Italia, ritraggono animali di vario tipo (conigli, maiali, pappagalli, caprette, oche...) con i loro adoranti proprietari.

Il mercato che ruota intorno ai pet vale, solo in Italia, oltre 3,5 miliardi di euro. E ogni proprietario (35 milioni di italiani) spende circa 100 euro l'anno.



► 17 agosto 2017



17 agosto 2017 | Panorama 41



si inselvaticiscono ed è poi impossibile darli in adozione), ipnotizzatori, personal shopper e corsi di «doga», yoga per cani nato in Giappone dieci anni fa e importato poi a Manhattan e ora in Europa.

Potremmo continuare, ma prima è meglio chiedersi se queste tendenze sono il sintomo di una novità nel nostro rapporto con gli animali o l'ennesima moda destinata a esaurirsi dopo aver svuotato il portafogli dei «pet owner». «Negli ultimi 15 anni il nostro rapporto con gli animali è profondamente cambiato», spiega Guido Guerzoni, docente in Bocconi e autore di *Pets. Come gli animali domestici hanno invaso le nostre case e i nostri cuori* (Feltrinelli). «Negli anni Novanta si parlava di "umanizzazione" dei pet, oggi si parla di "parentizzazione", ossia un rapporto con gli animali che è diventato di carattere genitoriale. Negli ultimi cinque anni oltre il 90 per cento dei proprietari si comporta come se si considerasse non più "padrone", ma padre, madre o come minimo fratello o sorella del proprio animale. Le cause sono tante: ho effettuato una analisi dei profili socio-demografici dei pet owner e i due segmenti che crescono di più sono i single di ogni età, compresi gli ultra 65enni, e le coppie senza figli o che non li hanno più in casa. I primi sanno che l'animale è impegnativo, ma lo usano come "terminale relazionale" che li costringe a uscire tre volte al giorno e ad avere relazioni con altri proprietari. I secondi riversano sull'animale i sentimenti genitoriali, con tutta l'intensità, la responsabilità, i sensi di colpa che sentirebbero per il figlio». E tra un anno è previsto il sorpasso: per la prima volta i pet saranno più numerosi degli under 14.

Di qui lo scalmanarsi: se ha le gengive arrossate, sembra depresso o ha freddo, scattano le misure d'emergenza, dalla chiamata notturna al direttore sanitario della clinica veterinaria al piumone d'oca quando lo si porta nel carrello del supermercato. La ragione per cui la percezione dell'animale come estensione del sé o membro della famiglia è aumentata a livello esponenziale è dovuta anche al fatto che la loro vita è in media raddoppiata. Vivere 15 o 20 anni con un cane o un gatto significa andare in vacanza, al ristorante, al cinema, in treno, sempre insieme: il rapporto diventa intenso al punto che si spende per i «figli unici pelosi» come per un bipede, arrivando ad acquistare scarponcini da zampa e GoPro per documentare la prima escursione in montagna con Fido.

Ma i comportamenti di consumo mostrano che molti oggi acquistano un pet anche per status sociale. Un animale raro o costoso acquisisce lo stesso ruolo di un Rolex o di una borsa Birkin, segno visibile di un rango da ostentare. Prima avvisaglia della «ricchezza a quattro zampe» sono stati foto e video online (@richdogsofig oppure @dogswithmoremoneythanyou, tanto per dare un'occhiata) di pets che mordicchiano mocassini di Gucci, stappano magnum di Dom Perignon a bordo piscina e annusano pappe cucinate da cuochi stellati. I follower non mancano: la shih tzu MarnieTheDog ne ha oltre due milioni e il chihuahua TunaMeltsMyHeart si difende con il suo milione e 800 mila. E se l'ostentazione diventa virale il mercato reale sale in doppia cifra, perché il cucciolo va mantenuto allo stesso livello del suo pedigree: «Aumenta l'acquisto di cani di piccola taglia, con alimentazione limitata ma costosa perché di altissima qualità e personalizzazione» precisa Franco Morando.



Quali «pazzie» hai fatto per il tuo animale di casa? Di' la tua sulla pagina Facebook di Panorama.



ultima generazione della famiglia leader italiana del pet food. E così la scatoletta del proprio animale può pesare anche 85 grammi contro i 1.650 del formato tradizionale, ma deve costituire una vera fonte di benessere. Un prodotto all'apparenza di nicchia, venduto nei pet shop luxury o in farmacia, ricco di Omega3 o magari di krill, il gamberetto antartico antinvecchiamento.

In un articolo sul *Journal of Consumer Studies*, ricercatori finlandesi sostengono addirittura che gli animali agiscono da intermediari nelle abitudini di consumo dei proprietari, anche quando le decisioni non riguardano direttamente il pet: «I miei cani hanno influenzato tutto: la scelta del coniuge, la professione, l'appartamento, l'auto» ha detto uno degli intervistati. Così, il mondo parallelo che abbiamo creato per i pet li ha trasformati in «nuovi cittadini»: dalla mobilitazione tre anni fa per salvare dalla macellazione il toro galese Benjy, si è arrivati a una discussione sui diritti

Un animale raro o costoso diventa alla fine uno status symbol, come un Rolex o una borsa Birkin: segno visibile di un rango da ostentare.

politici della «cittadinanza animale». «Il dibattito per capire come farli votare è serissimo» prosegue Guerzoni. «Cani e gatti vivono in case che hanno diritto a godersi. Abbiamo già modificato i regolamenti condominiali e negli Stati Uniti si può fare testamento per gli animali e creare trust a loro favore».

L'ultima tendenza in fatto di investimenti sembrano essere le cliniche: niente a che vedere con gli studi tradizionali dove il veterinario somigliava al medico di base. Oggi i vantaggi competitivi sono specializzazione e servizio: «Ci sono dermatologi, internisti, chirurghi. L'offerta è a 360 gradi» racconta Giampiero Di Martino, fondatore e amministratore delegato di Mypetclinic. «Auto medica per assistenza domiciliare, servizio post-operatorio, sistemi gestionali innovativi, come la app che ti permette di consultare in qualsiasi momento la cartella clinica completa dell'animale».

Nulla è lasciato al caso, insomma. Compresse le pillole antidepressive, che al momento sembra siano il farmaco più venduto per i cani: a stare da soli in casa tutto il giorno si annoiano a morte e vanno tirati su. E se i farmaci non funzionano, si può sempre provare con Hot Doll, il più noto sex toys per pets: poco meno di 200 euro e l'animale torna se stesso. ■