

# Amici dell'uomo e dello spirito d'impresa

Esplodono attività e nuovi mestieri

**La popolazione degli animali domestici in Italia, durante la pandemia, ha superato il numero degli italiani. Sono più di 60 milioni.**

I gatti, e soprattutto i cani, vengono ormai considerati a pieno titolo membri della famiglia, come ci dimostra la campagna di Petco in cui prende forma il pensiero di un cane che dopo il *lockdown* manifesta la paura di dover vivere il tempo della solitudine. È come se il costante calo delle nascite che ha subito negli ultimi due anni in Italia una ulteriore conferma, fosse compensata da quelli che un tempo venivano definiti "animali da compagnia" e che oggi diventano, insieme alle piante e all'intero mondo vegetale, supporti psicologici attraverso cui esprimere il proprio "prendersi cura". Un nuovo nato è troppo costoso e impegnativo in questi tempi difficili, ma una creatura del mondo animale da far crescere insieme al suo padrone, molto meno: senza diventare un palliativo, permette la gratificante esperienza di ricevere e dispensare affetto, in modo felice e gratificante. A questa dinamica corrispondono **una serie di attività e di nuovi mestieri che esplodono insieme a quello dei relativi consumi**: il commercio e i servizi legati al cibo per cani e per gatti con ricette sempre più ricercate, la progettazione di accessori e attrezzature tra le più originali e raffinate, apprezzate in particolare da Millennial spesso single, la creazione di eventi e ritualità collettive per i padroni (dai concorsi di bellezza alle prove di abilità fino alle manifestazioni più squisitamente ludiche e di relazione), l'uso dei social per il lancio di influencer appartenenti a diverse razze e specie animali, il concepimento di servizi di assistenza nel quotidiano, nel mondo veterinario, dell'ospitalità, dell'intrattenimento. **Un'intera galassia professionale che si riconosce nella dimensione degli "animali amici dell'uomo"** che peraltro



il personale di vendita e di avere un'esperienza diretta in store dalle proprie case. Chris Holyland, Group Digital Director di Pets at Home spiega: «I nostri colleghi esperti sono il cuore di Pets at Home e assicurano quotidianamente ai nostri clienti indicazioni per prendersi cura dei loro animali domestici e siamo davvero felici che questa nuova tecnologia renda

possibile trasferire anche online la loro passione e la loro expertise. Attraverso

## IL CASO

### Video ad alta risoluzione per consulenze esperte

L'attenzione crescente per gli animali domestici ha condotto Pets at Home a utilizzare chiamate video immersive ad alta definizione per fornire ai loro clienti la stessa consulenza "esperta" a cui erano abituati nel punto vendita. Utilizzando il sistema Go Instore, Pets at Home fornisce ai propri clienti l'opportunità di parlare con

la partnership con Go Instore, siamo in grado di garantire lo stesso livello di competenza e guida a tutti i clienti che lo richiedono, interagendo con noi. Non potremmo essere più orgogliosi del nostro personale in store che ci permette di offrire questa soluzione di cura e ascolto nei confronti dei nostri clienti e dei loro compagni di vita».

sempre più vengono raccontati nei film, nelle serie televisive, perfino nei talent. L'indicazione finale può essere una sola: se **l'attenzione al "mondo della natura" ha oggi raggiunto il massimo storico** canalizzandosi nel paradigma della sostenibilità, non c'è dubbio che l'attenzione e la curiosità per gli animali domestici costituisce oggi il primo anello di questa catena.



**\* IL NOSTRO ESPERTO, UN GRANDE SOCIOLOGO FIRMA MILLIONAIRE** Francesco Morace, sociologo, presidente di Future Concept Lab, è docente alla Domus Academy, al Politecnico di Milano. I suoi ultimi libri si intitolano *Il bello del mondo, Un futuro + umano* e *La rinascita dell'Italia* (Egea). È l'ideatore del Festival della Crescita, un tour in 10 città sulla crescita felice. INFO: [www.futureconceptlab.com](http://www.futureconceptlab.com)