



Abbigliamento: un mercato in crescita oltre l'inverno

Nell'accessoristica il segmento abbigliamento si conferma tra i settori più virtuosi, nonostante il rialzo dei costi delle materie prime e l'inflazione. Fascia medio alta e prodotti fashion trainano le vendite. Il vestiario per pet è sempre più richiesto non solo in inverno ma anche in primavera-estate. Inoltre, i pet owners ricercano sempre più accessori o capi di abbigliamento particolari come completini o abiti da cerimonia per occasioni, feste ed eventi.

di Francesco **Graffagnino**

IL PARERE DELL'INDUSTRIA - 5 VOCI A CONFRONTO



Genny Avonto, creative director di Ferribiella



Alice Canazza, marketing manager di Camon



Federica Gabasio, responsabile acquisti di Farm Company



Sergio Montagna, Ceo e fondatore di Pupakiotti



Enrico Gasparini, titolare di Fashion Dog

Il mercato dell'abbigliamento per animali domestici è in crescita. Nonostante la lieve flessione del settore degli accessori nell'ultimo anno dovuto al rincaro dei prezzi, il cappottino, la mantellina o il maglioncino continuano ad avere un andamento positivo. Nel complesso, il reparto abbigliamento rappresenta circa il 7% del sell in dell'accessorio, un andamento virtuoso condiviso con altri segmenti come ad esempio ciotole e mangiatoie, attrezzatura per toelettatori e lettieri. Interessante notare come emergano nuove tendenze legate al settore; in particolare troviamo un importante rilancio della fascia medio alta di prezzo anche grazie a una sempre maggiore richiesta di qualità da parte dei pet owners. Dall'altra parte il segmento vende non più solo nel periodo autunno inverno ma anche in altri mesi dell'anno, grazie all'ampliamento dell'offerta da parte dell'industria e alle nuove richieste dei proprietari di animali domestici. A essere ricercati non sono solo maglioncini, mantelle, cappottini ma anche, nelle stagioni calde, magliette refrigeranti e fasce per le orecchie, costumini da mare e capi d'abbigliamento particolari come i costumi per Halloween e Natale, smoking, cravattine, papillon e completini da far indossare ai pet per eventi e occasioni.

PET SHOP E CATENE /

Sono le catene pet shop ad offrire un maggior numero di referenze per l'abbigliamento a scaffale. Avendo negozi con una metratura più ampia hanno la possibilità di offrire più capi con le relative differenze di tipologie e di prezzo riuscendo così ad intercettare più facilmente l'interesse dei clienti. Un altro aspetto importante che facilita il sell out è la disponibilità a mantenere tutto l'anno un corner dedicato a questo segmento perché permette di

1_COSA VI ASPETTATE DAL MERCATO DELL'ABBIGLIAMENTO PER IL PROSSIMO INVERNO?



Genny Avonto (Ferribiella): «Le prevendite stanno andando molto bene: abbiamo percepito una leggera flessione rispetto allo scorso anno ma tutti i nuovi modelli sono stati accolti con entusiasmo e inseriti nell'assortimento, grazie al forte riconoscimento del brand e della sempre più accurata ricerca di materiali performanti. Ci aspettiamo dunque un forte riassortimento durante la stagione. Il posizionamento prezzi dell'abbigliamento dipende dalla scelta delle materie prime utilizzate: il nostro obiettivo è sempre quello di raggiungere un corretto equilibrio tra prezzo e qualità, elemento che ci contraddistingue».



Alice Canazza (Camon): «Il mercato dell'abbigliamento pet sta vivendo una fase di cambiamenti importanti, dovuti sia alla congiuntura economica sia al rialzo delle temperature che, soprattutto per alcune categorie di prodotti, tendono a farne percepire come meno necessario l'acquisto. Mi riferisco in particolare ai modelli più pesanti e imbottiti, il cui utilizzo può apparire negli ultimi anni meno essenziale in alcune zone più calde. Abbiamo cercato di contenere l'aumento dei nostri listini prezzi mantenendo la nostra varietà di assortimento, con alcune proposte molto interessanti tra cui due modelli premium disponibili in abbinata alle rispettive borse trasportino per creare un perfetto corredo coordinato. Inoltre, le nostre iniziative promozionali di prenotazione dei modelli risultano particolarmente apprezzate dai pet shop».



Federica Gabasio (Farm Company): «Il listino del segmento abbigliamento non ha subito grandi variazioni. Abbiamo cercato di mantenere una fascia prezzo allineata con il periodo pre-Covid. Anche quest'anno abbiamo lavorato per migliorare l'offerta e la qualità delle varie linee mantenendo i costi invariati. In termini di prezzo offriamo una collezione che ha una fascia molto competitiva. Abbiamo cercato di seguire le tendenze dell'abbigliamento umano, lavorando sui tessuti e sui colori».



Sergio Montagna (Pupakiotti): «Per l'abbigliamento invernale c'è sempre interesse, anche perché molte razze vanno necessariamente protette dal freddo. In Pupakiotti abbiamo realizzato una nuova linea di piumini tecnici e diverse boutique, toelettature e pet shop stanno facendo i loro primi ordini. Questo posizionamento cerca di incontrare il favore della clientela che è più attenta alla qualità che al prezzo. I nostri capi hanno un posizionamento strategico con prezzi inferiori a quelli dei principali competitor. Il periodo è particolare e i consumatori sono sicuramente più attenti nei loro acquisti».



Enrico Gasparini (Fashion Dog): «In un contesto segnato dall'aumento dei tassi di interesse e l'inflazione che sta erodendo la capacità di acquisto delle famiglie, si potrebbe pensare che si presenti un inverno con molte incertezze. Tuttavia a Zoomark 2023 abbiamo visto un grande interesse per i nostri prodotti e per il segmento in generale. Abbiamo incontrato molti clienti e futuri clienti, sia italiani che esteri, e questo ci fa ben sperare per un buon inverno. Per quanto riguarda il listino abbiamo cercato di mantenere, per una parte del catalogo, i prezzi degli anni scorsi».

esporre capi, come ad esempio l'abbigliamento tecnico per fare attività sportiva con il pet, che oltre a garantire una marginalità elevata, non sono legati a una stagione e possono essere venduti tutto l'anno.

Per i pet shop specializzati, con minori metri quadri a disposizione, risulta vincente la selezione dei prodotti delle aziende, la guida all'acquisto e la fidelizzazione della clientela. Soprattutto per i pet owners al primo acquisto è importante essere guidato nella scelta dei prodotti che richiedono di essere toccati e provati, quindi l'assistenza alla vendita dei negozianti in questo particolare segmento rimane fondamentale.

RINCARI E FASCE DI PREZZO /

Tutta l'accessoristica nell'ultimo anno e mezzo ha subito un aumento dei prezzi, che si è attestato intorno al 10-15%. Per fronteggiare i rincari che si sono registrati in questo segmento i retailers hanno cercato di sfruttare gli sconti provenienti dalle prevendite degli stock di merci.

Dall'altro lato l'industria ha invece cercato di rimodulare le collezioni degli ultimi due anni; per far fronte al rincaro delle materie prime e della manodopera i produttori hanno lavorato a monte con i fornitori, trovando dei modelli che ottimizzassero i tagli e le lavorazioni, abbattendo così i costi e dando più spazio a capi funzionali a scapito magari del dettaglio di stile. Inoltre, alcune aziende hanno deciso di bloccare i prezzi su una parte del catalogo aggiornando invece il listino delle novità o dei nuovi prodotti.

Nonostante gli aumenti, i pet owners, soprattutto di cani di piccola taglia e alla prima esperienza con un animale domestico,

2_ SU QUALI FASCE DI PREZZO SI CONCENTRERANNO I CONSUMI?



Genny Avonto (Ferribiella): «Il nostro settore ha da sempre avuto dinamiche differenti rispetto ai trend generali di mercato, l'attenzione e la cura degli animali ha un ruolo centrale anche nelle scelte di spesa delle famiglie. Possiamo ipotizzare un'attenzione maggiore al punto prezzo dei cappottini ma l'elemento qualità e il rapporto tra i due fattori risulterà fondamentale nelle scelte finali di acquisto. La fascia più economica avrà certamente un incremento mentre ci aspettiamo un trend costante su quella media e premium».



Alice Canazza (Camon): «A livello di volumi, i modelli che si attestano su una fascia di prezzo media o medio/bassa rappresentano ancora una fetta importante del mercato. C'è comunque una parte rilevante di pet owner che ricerca capi di abbigliamento di alta qualità e design e che, per questo, è propensa a spendere di più. Ritengo che questa tendenza si stia rafforzando anche considerando che è crescente la percentuale di cani di piccola taglia all'interno delle case degli italiani e che, per tali razze, solitamente si ricercano modelli più per il loro gusto estetico e design che per la semplice funzionalità».



Federica Gabasio (Farm Company): «I nostri prodotti hanno un prezzo molto competitivo e non dovrebbero subire l'impatto di un contesto economico poco favorevole. Il nostro cappottino e dolcevita rimangono alla portata di tanti pet owners. In generale su questa categoria notiamo un comportamento dei consumatori abbastanza stabile. Le prevendite sono influenzate molto da come è andata la stagione precedente. Se è stato meno freddo e ha piovuto poco i magazzini dei rivenditori sono più pieni».



Sergio Montagna (Pupakiotti): «Il nostro è un posizionamento medio alto, normalmente tra 70 e 100€, con proposte curate in termini di qualità, di stile, di modelleria sartoriale e di manifattura 100% italiana. Il gap di prezzo con prodotti di importazione di fascia media di brand conosciuti sul mercato è sempre più irrisorio visti gli aumenti dei costi di materie prime, importazioni e spedizioni. Ci aspettiamo che i consumatori più attenti prediligano il made in Italy».



Enrico Gasparini (Fashion Dog): «Continuiamo a proporre prodotti di fascia media alta perché è quella che interessa maggiormente alla nostra clientela e al consumatore finale. Tendenzialmente questa tipologia di prodotti ha aumentato molto la qualità negli ultimi anni, e anche noi come Fashion dog abbiamo cercato nuove soluzioni e nuovi articoli proponendo tessuti di qualità ma senza aumentare i prezzi».

La parola al retail



"BENE LE VENDITE, ANCHE DEI CAPI PER L'ESTATE"

Tessa Celesia - Leccarsi i Baffi, Aosta

«L'inverno è andato bene per le vendite e quest'anno ho già fatto un ordine di impermeabili, materiale tecnico e piumini dal momento che abitiamo in una città di montagna. Riesco a mantenere un listino prezzi di fascia medio alta ma la clientela fidelizzata continua ad acquistare abbigliamento per il proprio pet anche perché non ci sono stati rincari sostanziali. In questo momento stiamo vendendo anche capi per l'estate, in particolare è molto richiesta una canottiera che può essere bagnata, sventolata all'aria e poi fatta indossare dal cane in grado di abbassare la temperatura. È un capo funzionale, adeguato per animali di piccola taglia, e ha un ottimo posizionamento, sotto i 10 euro».

"L'ABBIGLIAMENTO VIENE VISTO COME ESSENZIALE DAI PET OWNERS"

Doriana De Simone - Codine felici, Novara

«Non mettiamo più in magazzino l'abbigliamento ma cerchiamo di tenerlo sempre a scaffale anche perché il maglioncino e l'impermeabile sono vendibili per tutto l'anno. Come per la mangimistica, l'abbigliamento viene percepito come essenziale da parte dei pet owners che apprezzano sempre più linee italiane con un posizionamento di prezzo medio alto. In generale notiamo un interesse per il capo tecnico, come ad esempio l'abbigliamento per andare in montagna, o il capo funzionale, meno per tutto ciò che è fashion. Negli ultimi anni il capo di abbigliamento non è più legato così tanto alla stagionalità; si vendono molti impermeabili soprattutto nei mesi più piovosi, ma anche paraorecchie per proteggere dalle spighe, magliettine e bandane refrigeranti nei mesi estivi».

hanno dimostrato in quest'ultimo anno una disponibilità alla spesa per quanto riguarda l'abbigliamento, guardando più alla comodità, alla funzionalità e soprattutto alla qualità del capo a scapito della fascia bassa.

AVANZA LA FASCIA MEDIO ALTA /

Nell'ultimo anno a trainare le vendite dei capi d'abbigliamento è stata la fascia medio alta di prezzo ma anche il reparto fashion sta registrando un aumento interessante. L'abbigliamento dei pet viene visto come proiezione dello status del proprietario: vestire con un capo alla moda il proprio cane è occasione per esprimere la propria personalità o semplicemente fare una dichiarazione di stile. Anche l'industria sempre di più propone un abbigliamento per animali domestici che non è solo funzionalità ma anche moda e tendenza. Un trend, questo, che è trasversale ad altri ambiti ed è visibile anche nel segmento trasporto viaggio dove le borse trasportini vengono scelte e abbinata allo stile del pet owner.

Inoltre, il consumatore che si rivolge al pet shop è sempre più attento alla qualità e alla provenienza dei prodotti anche in questi tempi in cui l'inflazione ha eroso la capacità d'acquisto. La sostenibilità e la filiera corta di produzione sono due elementi che soprattutto i nuovi pet owners prendono sempre più in considerazione al momento dell'acquisto. Ma non solo, si registra anche la tendenza a rimandare

3_TEME UN POSSIBILE SPOSTAMENTO DELLE VENDITE VERSO LE FASCE PIÙ BASSE DELLO SCAFFALE?



Genny Avonto (Ferribiella): «Prevediamo sicuramente numeri più importanti sulle fasce basiche, come da storico degli anni precedenti, ma avremo sicuramente sorprese e riscontro anche dai modelli nuovi di fascia medio alta».



Alice Canazza (Camon): «Questo scenario è possibile anche se, come detto, credo che la maggioranza dei pet owners sia propensa a scegliere modelli di qualità pure a fronte di un prezzo lievemente maggiore rispetto a soluzioni più convenienti sul piano economico che, evidentemente, potrebbero non garantire la medesima resistenza e durevolezza».



Federica Gabasio (Farm Company): «I prodotti di fascia bassa faticano sempre di più a trovare mercato anche perché è ormai evidente che si pregiudica la qualità. Il consumatore è sempre più attento, anche chi vuole provare a spendere meno cerca un prodotto che sia confortevole per l'animale. La qualità è ormai riconoscibile da tanti pet owners».



Sergio Montagna (Pupakiotti): «A mio parere, chi è abituato ad un prodotto di qualità, se non ha possibilità rimanderà l'acquisto in questa stagione piuttosto che scegliere un articolo di fascia bassa che spesso non è soddisfacente è poco durevole».



Enrico Gasparini (Fashion Dog): «Non credo che la fascia bassa dello scaffale abbia troppo mercato. Si cerca la qualità, il prezzo medio sembra vincente anche perché dopo tanti anni di attività la clientela fidelizzata chiede i nostri prodotti senza guardare il prezzo».

l'acquisto di un capo di qualità di qualche mese piuttosto che accontentarsi di un prodotto di scarsa qualità che rischia di dover essere sostituito nel breve periodo.

Un elemento discriminante nella fase d'acquisto rimane il "made in". Anche per i capi d'abbigliamento pet, così come per i vestiti per gli umani, il Made in Italy è un

4_QUALI SARANNO LE TENDENZE PER LE TIPOLOGIE DI PRODOTTO?



Genny Avonto (Ferribiella): «I materiali e la qualità dei dettagli è ormai riconosciuta al nostro brand e anche quest'anno, con il nuovo modello

Acquerella, abbiamo voluto inserire un impermeabile con un materiale altamente innovativo, super leggero, morbido e a prova di acquazzone».



Alice Canazza (Camon): «Come detto in precedenza, il segmento sta attraversando una fase di cambiamento e di maturazione. Le nostre ricerche ci trasmettono un'attenzione sempre più alta dei pet owner per i prodotti che non si limitino ad appagare il gusto estetico ma che siano anche funzionali alle esigenze dell'animale, optando per modelli versatili e di qualità. Dopotutto, questo segmento è ormai comparabile all'abbigliamento umano, anche per il ruolo imprescindibile che gli animali domestici hanno assunto all'interno delle famiglie italiane. Questo è uno dei motivi per cui le nostre collezioni sono pensate per soddisfare sia il comfort del cane che il gusto del proprietario».



Federica Gabasio (Farm Company): «Riusciamo a vendere di più capi funzionali come il nostro dolcevita, un prodotto più trasversale rispetto al piumino o al cappottino imbottito. Per quanto riguarda l'abbigliamento cerchiamo di proporre capi classici, unisex. Seguiamo la moda ma presentando dei prodotti che siano facilmente approcciabili dai proprietari di cani».



Sergio Montagna (Pupakiotti): «Noi investiamo in funzionalità. Per la collezione di piumini 2023 abbiamo scelto di fare piumini termici water proof con una speciale trapuntatura senza cuciture. Questo offre diversi vantaggi: aumenta le performance del capo rendendolo 100% impermeabile, ne aumenta la durata in quanto non si scuote e riduce i resi al rivenditore per fili tirati spesso a causa del gioco tra cani».



Enrico Gasparini (Fashion Dog): «Il cappottino è un prodotto stagionale, la scelta verso il capo tecnico spesso dipende molto dalla stagione, se piove tanto o fa freddo, e dalle attività che si decidono di fare con il pet. Notiamo che chi vive in città o in appartamento tendenzialmente preferisce un capo funzionale che copra il cane e lo protegga dal freddo ma che al tempo stesso eviti di sporcare in casa. Il capo tecnico, pensato ad esempio per chi fa attività sportiva con il proprio pet, ha costi maggiori ma una migliore marginalità».

elemento distintivo e di pregio. Le aziende proponendo un cappotto o un maglioni-cino di fascia alta pensano a un capo che sia pensato e realizzato in Italia, unico per il taglio e la qualità dei tessuti. Nei cataloghi proposti, i prodotti Made in Italy vanno a costituire le linee premium senza sovrapporsi alla fascia media che, pur mantenendo una buona qualità, continua ad essere prodotta all'estero.

OLTRE L'INVERNO /

L'autunno e l'inverno segnano ovviamente numeri di vendita più elevati per motivi legati alle condizioni atmosferiche e alle temperature, i cani di piccola taglia devono essere protetti dal freddo e dalle intemperie. Anche il periodo primaverile, segnato dalle piogge, registra un buon andamento nelle vendite soprattutto delle mantelline e degli impermeabili, fondamentali anche per mantenere il cane pulito.

Negli ultimi anni tuttavia si registra anche un aumento delle vendite d'estate, i volumi chiaramente sono molto inferiori rispetto al periodo invernale ma sugli scaffali dei pet shop sempre più troviamo abiti leggeri e traspiranti per l'estate, magliettine refrigeranti, bandane, cappellini ma anche costumini da mare, oltre ai già citati capi d'abbigliamento legati a festività specifiche come Halloween e Natale. Quindi, anche se l'abbigliamento invernale può essere una parte significativa del segmento, ci sono opzioni disponibili per tutte le stagioni per soddisfare una varietà di esigenze e gusti dei proprietari di animali domestici.

5_C'È UN INTERESSE AD ACCORCIARE LA FILIERA IN FAVORE DEL MADE IN ITALY?



Genny Avonto (Ferribiella): «Su questa categoria merceologica, in particolare per i livelli qualitativi e i dettagli raggiunti, avviare una produzione identica in Italia, con medesime caratteristiche, comporterebbe un incremento del prezzo troppo importante per il consumatore finale. Abbiamo una filiera produttiva consolidata e fortissima, non smettiamo mai di fare ricerca e trovare elementi da migliorare».



Alice Canazza (Camon): «Stiamo conducendo da diversi anni sperimentazioni in tal senso producendo parte del nostro assortimento in Italia. In particolare, alcuni dei maglioni inseriti nelle nostre ultime collezioni sono frutto di una lavorazione Made in Italy e sono prodotti con filati di grande pregio. Al momento ritengo tuttavia difficile immaginare di trasferire in toto la produzione di questo segmento in Italia o in Europa e di accorciare ulteriormente la nostra filiera: l'aumento dei costi che comporterebbe tale iniziativa non sarebbe ad oggi sostenibile».



Federica Gabasio (Farm Company): «È un aspetto che stiamo approfondendo come proposta parallela ma non sostitutiva. Dove si va ad accorciare la filiera e si propone un prodotto Made in Italy deve esserci un valore aggiunto, quindi innovazione, esclusività e qualità dei materiali. La nostra collezione Made in Italy è stata fatta con un posizionamento di prezzo più alto ma andando a presentare un prodotto unico. Abbiamo lavorato a un piumino, in attesa di brevetto, con un tessuto realizzato con la piuma, con una grammatura leggerissima che riesce a mantenere il calore in maniera uniforme attorno al corpo dell'animale senza avere le interruzioni nei punti in cui ci sono le trapuntature».



Enrico Gasparini (Fashion Dog): «Operando nel distretto del tessile di Modena, siamo più facilitati nel reperire le materie prime. Puntiamo sul Made in Italy perché il tessuto utilizzato per i nostri prodotti viene preparato, tagliato e confezionato qui. Vendendo anche all'estero vediamo che anche per i prodotti per gli animali è molto apprezzato e ricercato il Made in Italy».



Sergio Montagna (Pupakiotti): «Riducendosi il gap di prezzo tra importato e non a mio vedere il senso dell'import extra Ue viene meno».

La parola al retail



"RINCARO PREZZI MA I CLIENTI FIDELIZZATI CONTINUANO A COMPRARE"

Laura Colosio - Vizi e sfizi, Colico (LC)

«Siamo riusciti ad esaurire l'abbigliamento comprato per l'inverno 2021 e 2022. Al momento i prodotti più venduti sono gli antipioggia e le mantelline soprattutto dopo questa primavera dove le precipitazioni sono state intense. Per quanto riguarda i prezzi ho notato per alcuni prodotti un rincaro del 10-15% soprattutto per i cappottini del prossimo inverno. Tuttavia, nonostante l'aumento, i clienti fidelizzati continuano a comprare anche perché cerco di preparare delle promozioni per invogliarli maggiormente all'acquisto. I proprietari dei cani di piccola taglia, per ovi motivi, sono più disposti a spendere per coprire il proprio pet, per loro troviamo anche un abbigliamento più particolareggiato, come il maglioni-cino o la maglietta con la scritta personalizzate. Per i cani di grossa taglia viene richiesto in genere qualcosa di più leggero, come ad esempio canottiere o mantelline per la pioggia».

"I NUOVI PET PARENTS SONO PIÙ DISPONIBILI ALLA SPESA"

Elena Bonfiglioli - Animal House, Ferrara

«Negli ultimi due anni c'è stato un calo nella vendita dei cappottini; fino a qualche anno si facevano pre-ordini stagionali molto consistenti, ora invece è leggermente diverso. Da una parte gli inverni si sono un po' accorciati, dall'altra l'inflazione si fa sentire, in particolare sugli accessori. Nell'ultimo anno c'è stato un rincaro di circa il 15%, anche se bisogna dire che chi ha da poco adottato un cane è più disponibile a spendere anche per un capo di abbigliamento. Registriamo in generale un'attenzione ai saldi, spesso molti attendono la fine della stagione per gli sconti. I prodotti della fascia bassa di prezzo, continuano ad essere venduti, con delle eccezioni. Chi cerca il capo tecnico è disposto a spendere di più, come chi arriva in negozio avendo già in mente di comprare i prodotti di una determinata marca».

DA FASHION DOG IL CAPPOTTO IMPERMEABILE CALDO REALIZZATO IN TESSUTO

Il cappotto impermeabile catarifrangente di Fashion Dog è un capo city wear caldo e comodo che può essere indossato in pochi secondi. Protegge dalla pioggia e dal freddo e al buio diventa anche una protezione dai pericoli della strada poiché completamente riflettente. Il tessuto scelto per questo



cappotto da città contiene particelle di vetro che lo rendono catarifrangente e una stampa fluo dall'effetto cielo stellato. Il cappotto impermeabile è completamente foderato in eco pelliccia che avvolge e riscalda il pet durante la passeggiata.

PUPAKIOTTI PRESENTA LA NUOVA COLLEZIONE 2023-2024

La nuova collezione 2023-2024 di Pupakiotti presenta capi ergonomici di abbigliamento per cani da 1 a 17 kg, i fitting sono sartoriali e hanno una modellistica dedicata anche a razze specifiche



come il bassotto e il bulldog francese. I capi della collezione sono studiati per il comfort del cane e la praticità di chi li accompagna. I capi presentano

una calda imbottitura in ovatta termica, cruelty free, innovativa trapuntatura seamless che permette la totale impermeabilità del capo ed evita il problema dei fili tirati.

IL PIUMINO E BORSA SESTRIERE DI FARM COMPANY

Il modello Sestriere della collezione abbigliamento Farm Company 2023-2024 si ispira alle giacche da sci anni '80 con bande colorate in contrasto. La coulisse regolabile sul fondo e il velcro su collo e torace rendono la vestibilità di questo piumino confortevole e ottimale, mentre la zip impermeabile sul dorso è perfetta per collegare il guinzaglio al collare o pettorina. I piumini Sestriere sono disponibili in quattro varianti colore e in sei taglie. Nelle stesse quattro tonalità di colore troviamo in abbinamento anche la borsa cuccetta con tracolla e cuscino estraibile.



L'ECO-PELLICCIA VICTORIA NEL CATALOGO FASHION MILANO "2022-2023" DI RECORD



L'eco-pelliccia Victoria, in un elegante beige, si completa con un collarino, perfetto anche per gatti, realizzato nello stesso materiale e impreziosito da un'applicazione in pizzo bianco. Il catalogo "Fashion Milano 2022-2023" di Record propone alcuni modelli arricchiti da vere e proprie linee complete di accessori con lo stesso concept del cappottino, per offrire al cliente una completezza di stile che va oltre al solo capo d'abbigliamento e andare incontro anche alle esigenze delle boutique più raffinate.

ACQUARELLA: L'IMPERMEABILE PERFORMANTE DI FERRIBIELLA

Acquarella è l'impermeabile di Ferribiella in tessuto tecnico con trattamento "effetto loto" che permette di far scivolare via le gocce d'acqua mantenendo il cane asciutto. Le asole presenti sulla schiena permettono un aggancio facile al collare o alla pettorina. Grazie al sottopancia regolabile con il velcro, il cappottino si adatta perfettamente alla conformazione del cane. Acquarella è disponibile in tre colori: blu, verde e rosso, e in diverse taglie, dalla piccola di 24 cm, alla extra grande di 90 cm.



LA GAMMA PRÊT À PORTER DI ZOLUX

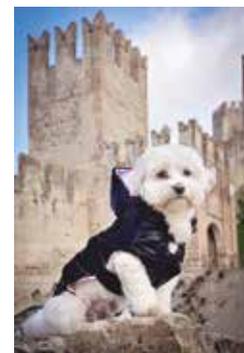
Zolux presenta la sua nuova gamma Prêt-à-porter 2023-2024, creata con un approccio eco-sostenibile. Questa nuova linea di alta qualità è moderna, di tendenza e più rispettosa dell'ambiente. Particolare attenzione è stata dedicata alla scelta dei tessuti utilizzati, i packaging sono in

cartone e plastica riciclati, il tutto allo scopo di ridurre l'impatto ambientale dei prodotti. La gamma propone tre modelli di pullover, un piumino e un impermeabile foderato, tutti disponibili in diversi colori alla moda, dalla taglia 25 alla 55 a seconda dei modelli.



PIUMINO PRINCE SUPREME LINE DA CAMON

Uno dei modelli di spicco della collezione abbigliamento Camon 2023-24 è "Prince", un piumino imbottito reversibile realizzato con materiali premium, dotato di cappuccio staccabile e regolabile. Il capo presenta un interno a contrasto colore con un motivo a quadretti con stelle, chiusura fasciata con velcro sulla schiena, coulisse laterali per una perfetta vestibilità, apertura con zip waterproof e tira-zip in corda, ed elastici per le zampe posteriori. Il piumino è disponibile dalla taglia 24 alla 45.



LA MANTELLA ECOGLAM DI CROCI AIUTA IL PIANETA

L'abbigliamento eco di Croci è pensato e realizzato con materiali che aiutano a salvaguardare il pianeta. La stoffa utilizzata per produrre questa mantella proviene dal riciclo di bottiglie di plastica. Il capo estremamente facile da indossare ed è ripiegabile in una comoda tasca porta oggetti.



LE FELPE VITAKRAFT IDEALI PER LA MEZZA STAGIONE

Le felpe Vitakraft sono il prodotto ideale per le passeggiate durante la mezza stagione. Hanno un'ottima vestibilità e sono allo stesso tempo un capo d'abbigliamento giovane e alla moda grazie alle originali stampe e ai modelli che si rifanno all'abbigliamento dei college americani. Sono disponibili in quattro misure e sei diverse fantasie.



IL CAPPOTTINO MALY DI TECNOZOO RESISTENTE ALL'ACQUA

Il cappottino Maly Beeztees si può indossare da entrambi i lati cambiando così il colore. Il capo è dotato di una striscia riflettente, è resistente all'acqua ed è presente una cerniera nella parte superiore in modo da poter collegare facilmente il guinzaglio al collare o alla pettorina. Il cappottino Maly presenta inoltre una comoda chiusura in velcro nella parte inferiore per aiutare l'indosso.

