

Il futuro? Nelle mani dello specializzato



Nell'articolo "Speciale acquariofilia" di pag. 56 abbiamo sottolineato il grande interesse riscosso dagli acquari in esposizione alla recente Zoomark presso il qualificato pubblico di visitatori. In acquariofilia, più che in qualsiasi altra area di interesse naturalistico, bellezza, conoscenza ed entusiasmo sono ingredienti inscindibili e contagiosi. Il pubblico può trascorrere una vita senza mai entrare a contatto con il vero mondo dell'acquariofilia oppure pensare di essere acquariofilo anche solo tenendo due pesci in una vaschetta. Se, però, una di queste persone ha la fortuna di entrare in un vero negozio specializzato proprio nei rari momenti nei quali il negoziante "gioca" con i suoi animali o "fa giardinaggio" con le sue piante o con i suoi coralli, allora è molto probabile che resti ammaliato dagli orizzonti mai immaginati oltre ai quali scorre l'armonia meravigliosa del mondo degli acquari. E rimarrà affascinato e contagiato, spesso per tutta la vita, di una passione che lo porterà appena possibile ad ampliare il suo "parco acquari".

Problemi di comunicazione

Sembra quindi inspiegabile che un settore così coinvolgente, così naturale, così autonomo, così armonioso, non riesca a tenere il ritmo di crescita che da anni si riscontra per altri piccoli animali come cani, gatti, uccellini, criceti, ecc. Anzi è invece proprio a causa del mancato sviluppo dell'acquariofilia che da fonti accreditate stanno pervenendo segnali preoccupanti per il settore specializzato. Come può essere? Purtroppo i problemi quotidiani, sempre più pressanti, hanno tolto a molti specializzati entusiasmo e capacità di rinnovamento. Alcune volte il privato riceve nello specializzato la stessa assistenza/assortimento di un self-service. E' quindi più che logico che l'acquirente trovi più semplice acquistare dove capita, eventualmente anche tramite internet. Questo però è pericoloso innanzitutto per l'acquariofilo stesso: lo specializzato è un ingranaggio molto importante nella filiera di distribuzione dell'acquariofilia: è l'unico a diretto contatto con il consumatore e quindi è colui che può muovere il motore di crescita dell'acquariofilia: la nostra rivista lo sostiene ormai da 15 anni ed anche adesso vorremmo incoraggiarlo ad accettare la sfida dei tempi moderni ed a farsi valere: l'acquariofilia lo merita e soprattutto adesso ha ottime potenzialità.

Autunno o primavera dell'acquariofilia?

E' del luglio scorso la pubblicazione di alcuni sondaggi di settore ad opera per esempio del Centro Studi Zoomark che indicano essere in corso una stagnazione del nostro settore. Lo

studio avrebbe individuato come causa il declino di una moda molto diffusa qualche anno fa che avrebbe consentito l'inserimento degli acquari nelle case italiane come complemento di arredo. Questa stasi di notorietà dell'acquario avrebbe causato inevitabili contraccolpi nelle vendite del canale specializzato. In contro-tendenza, la stessa indagine segnala che la grande distribuzione ed il settore garden stanno dedicando spazi sempre maggiori al reparto acquariofilia.

E' di questi giorni anche l'uscita nelle edicole italiane di una importante iniziativa editoriale ad opera del gruppo Hachette che da questo mese offre 80 (!) dispense che insegnano a costruire il primo acquario. Straordinariamente il primo numero è andato subito esaurito: un interesse incredibile. Tutto quindi è pronto per far finalmente "fiorire" la stagione dell'acquariofilia.

Ma lo specializzato è pronto?

Certo, ci sono già alcuni negozi che hanno capito il loro nuovo ruolo ed accolgono con grande capacità di comunicazione il privato con la vaschetta fai-da-te per fargliela diventare un vero acquario. Ma per altri, la strada del rinnovamento è ancora lunga: spesso gli specialisti sono in giro per acquisti o per le manutenzioni a domicilio ed il negozio non è così accogliente come dovrebbe: manca di base una progettazione moderna di strutture e strumenti che alleggeriscano il negoziante da molti lavori pesanti, un'estetica al passo con i tempi, uno studio accurato dell'esposizione, tante idee sempre in movimento e tanta disponibilità a parlare con la propria clientela "da acquariofilo ad acquariofilo". Importantissima è inoltre la visibilità del punto vendita, nelle vicinanze di strade o di centri di grande passaggio. Già dall'esterno l'attenzione del visitatore dovrebbe venire polarizzata in modo che si fermi, curiosi dalle vetrine, percepisca luce, movimento ed atmosfera: impossibile che non entri per assaporare la magia del negozio. Non debbono inoltre mancare le zone delle riproduzioni dei pesci, le zone delle piante nei diversi stadi di crescita, i coralli duri e molli esposti come gioielli, gli acquari biotopo dove mostrare le case ideali per i pesci in esposizione nei grandi impianti di stabulazione, le zone club/biblioteca/ salotto dove i privati possono intrattenersi e dove strategicamente saranno incastonati gli acquari più di effetto con luci, musica e quant'altro possa rendere un negozio "speciale".

Specializzato: facci sognare..

Lo specializzato in acquariofilia svolge in effetti un'attività molto speciale, una delle poche che spazia dalla natura alla scienza e all'arte. Può sempre riuscire a sorprendere positivamente i propri clienti e fargli sperimentare nuove emozioni: non solo con i pesci, le piante e gli arredi ma anche con le attrezzature. Potrebbe creare un parco-acquari o apparecchiature da noleggiare, una biblioteca circolante con i libri e le riviste da prestare, strumenti informatici con percorsi a tema come pure attivare nuovi tipi di servizi che sicuramente i nostri lettori sapranno suggerire. E' inoltre in grado di organizzare eventi speciali, corsi di acquariofilia, mostre di pesci, giornate di informazione e tante occasioni di incontro tra vecchi e nuovi acquariofili. Il negozio a questo punto diventa un polo di attrazione, sognato da chiunque di noi sia appassionato di acquariofilia.

Anche noi vorremmo collaborare alla diffusione di queste oasi acquariologiche e prevedo che a breve assisteremo ad interessanti sviluppi in questa direzione, a dimostrazione che il futuro dell'acquariofilia è in buone mani.

G. Franceschelli