

Intervista a Giovanni Zanon di PRODAC International

Scritto da Andrea Perotti

Sabato 09 Gennaio 2010 01:52 - Ultimo aggiornamento Domenica 07 Marzo 2010 23:02

Intervista a Giovanni Zanon



All'alba di questo nuovo anno carico di dubbi e timori, **AquaExperience** ha voluto tastare il

polso al nostro settore produttivo nazionale, ed ha scelto di farlo intervistando

Giovanni Zanon

, sales manager and managing director di

PRODAC International

, storico marchio italiano di prodotti per acquariofilia.

1. Buongiorno. Può riassumere brevemente la storia commerciale di PRODAC?

Prodac International S.r.l. vanta una delle più grandi esperienze in acquariologia iniziata nel 1975, quando Ferruccio Zanon, mio padre, concretizzò la sua passione per gli acquari e diede il via alla propria attività d'importatore di pesci tropicali, pioniere nel settore.

E' in questo ambiente che Prodac International S.r.l. forma la propria esperienza, amplia la conoscenza dei pesci, intensifica e codifica i controlli sul loro comportamento, registra le loro reazioni e malattie ed è in questo contesto che la ricerca di prodotti idonei al loro mantenimento diventa essenziale e selettiva.

Delusa dalle carenze qualitative dell'offerta di mangimi e biocondizionatori e spinta dalla necessità di reperire prodotti adeguati, la società comincia la fabbricazione di prodotti necessari a soddisfare le esigenze dei pesci propri "ospiti". Nasce così nei primi anni '80 una linea di prodotti per acquariologia che diviene sempre più vasta e che attualmente comprende: materiali filtranti, materiali di fondo, biocondizionatori, fertilizzanti e terricci per acquari erborati, composti vitaminici, soluzioni curative, tests per il controllo dell'acqua, oligoelementi per acquari marini, trattamenti speciali per laghetti, mangimi in scaglie, in granuli, in pellets per tutti i tipi di pesci d'acqua dolce e marina.

Dalla fine degli anni '80 e unica in Italia, l'azienda ha messo a punto e continua a perfezionare sali marini altamente solubili, con un grado di purezza vicino al 100%. E' uno dei punti di forza confermato da certificazioni rilasciate da Università Italiane che da anni sono clienti di Prodac International S.r.l. per l'uso dei sali nei laboratori di ricerca delle facoltà di Biologia Marina.

Alla fine degli anni '90, con il mio ingresso ufficiale in azienda e subito dopo con l'arrivo di mio fratello Mauro, l'azienda ha investito moltissimo in tecnologia per soddisfare la domanda del mercato non più limitato ai confini italiani, ma in piena espansione mondiale. Gli investimenti sono continuativi e costanti così come la crescita della società, nonostante l'aggressività della concorrenza. Nel 2008 una nuova ala è stata aggiunta al vecchio fabbricato industriale portando l'area totale occupata dall'azienda a 7000 mq. E' un'azienda familiare che ha sfidato la globalizzazione migliorando il servizio al cliente e aumentando la produttività e questa scelta coraggiosa viene premiata perché il marchio Prodac International S.r.l. è presente attualmente in più di 40 paesi europei ed extra-europei ed è in costante espansione nei paesi asiatici dove

la strategia del “Made in Italy” si è rivelata vincente.

2. Il vostro marchio, seppur italiano, risulta a parer mio più apprezzato all'estero che non in Italia, come mai? E' così difficile essere profeti in Patria?

Sicuramente è difficile visto che il problema esiste da più di 2010 anni, dato che chi ha coniato questa locuzione (Nemo profeta in patria sua) è stato un certo Gesù di Nazareth! In particolare il consumatore italiano è tradizionalmente esterofilo perché l'industria manifatturiera nel nostro paese si è sviluppata negli anni '60, troppo recentemente per costruire una coscienza autoctona. Inoltre nulla è stato fatto a livello di educazione per spingere la gente a comprare i prodotti nazionali. Tuttavia, in questi ultimi anni sta avvenendo il tanto agognato cambiamento e gli Italiani cominciano ad acquistare prodotti italiani, grazie anche alla massiccia pubblicità delle nostre aziende che, aggredite da quelle asiatiche, hanno investito fortemente in pubblicità di “autodifesa”. Finalmente si sta scoprendo che i prodotti italiani sono buoni e spesso sono i migliori, la gente si sta fidando.

3. Che differenze sostanziali vi sono tra il mercato italiano e ad esempio quello asiatico?

Nel mercato asiatico i prodotti europei sono carissimi se paragonati al costo della vita, chi compra esige una qualità esemplare, la stessa che noi europei chiediamo ai produttori di articoli di lusso. In Asia è vietato sbagliare. Oltre a ciò l'hobbysta asiatico è molto competente nel campo dell'acquariologia e ciò è dovuto al fatto che l'acquario ha un significato importante nel “Feng-shui” (vento e acqua) che è un'antica disciplina cinese (si dice di 5000 anni) che insegna ad arredare ambienti tali da avere effetti benefici sull'umore. Secondo tale disciplina l'acquario simboleggia la vita e l'acqua porta ricchezza. E' indispensabile una grande professionalità e conoscenza dell'acquariologia per aver successo in Asia, ed è grazie alla nostra lunga e vasta esperienza se Prodac International sta crescendo in quei paesi con crescite costanti di quote di mercato fin dal 1997. Dalla fine del 2009 Prodac International è un marchio ufficialmente distribuito in Cina, il che ci rende molto orgogliosi perché è stato un lungo lavoro acquisire la fiducia degli acquirenti orientali.

4. Il 2009 in Italia è stato un anno piuttosto burrascoso sul tema legislativo per il vostro settore, ...dapprima un inasprimento del metodo applicativo della legge che regola i prodotti curativi e preventivi per animali, la loro omologazione e la relativa autorizzazione alla vendita su

territorio italiano, inasprimento che in pratica ha fatto sparire dal mercato italiano molti prodotti acquariofili dall'indubbia utilità, successivamente il recepimento della nuova direttiva Europea che regola i sistemi di spedizione di animali vivi, infine il divieto di importazione e vendita di animali geneticamente modificati. La burocrazia e la legislazione italiana sul tema del pet, ed in particolare sui prodotti destinati agli animali, le sembra pertinente e dinamica o migliorabile?

Dato per scontato che qualsiasi normativa a tutela degli animali è buona, il problema è che "pet" ed acquariologia, anche se sono affini, sono settori completamente diversi per fatturati, per tipo di animali, per valore di animali, per tipologia delle malattie e delle cure, per la gestione delle stesse. In pratica, il costo per ottenere l' A.I.C. (Autorizzazione Immissione al Commercio dei medicinali) è di circa € 35.000 per la registrazione di un solo prodotto in un solo formato per la durata di 5 anni. Questa è una somma quasi irrilevante per un produttore di trattamenti per cani o gatti dato che le quantità vendute sono elevatissime, supportate anche da una presenza capillare di veterinari che, per primi, ne usufruiscono. Il numero di pesci ornamentali in circolazione è ben inferiore al numero di altri animali da compagnia e il fatturato relativo ai trattamenti è quasi ridicolo se paragonato a quello relativo al "pet". Prodac International dovrebbe vendere i propri trattamenti a "peso d'oro", cosa impensabile oltre che impossibile. Attualmente noi produttori italiani ci troviamo in una situazione di totale inferiorità rispetto ai nostri concorrenti Tedeschi, Svedesi, Inglesi ed Austriaci che non pagano nulla e a quelli Francesi che pagano € 1500 per prodotto. Non si capisce perché il governo italiano sia così "diligente" nel recepire le direttive europee e invece di aiutare le nostre aziende ci metta in difficoltà. Da Maggio 2009 la nostra associazione A.I.P.A. sta cercando un contatto all'interno del Ministero competente, ...silenzio totale, neanche un appuntamento ufficiale. In questi ultimi anni, tutte le aziende produttrici di trattamenti per pesci ornamentali hanno rischiato di incorrere in multe pur di assicurare ai poveri pesci (che non godono neppure del supporto di persone specializzate tipo veterinari) delle cure efficaci alle loro molteplici malattie, purtroppo il Ministero competente non ha ritenuto la questione prioritaria, forse dovuto al fatto che il settore è molto limitato e il giro d'affari è piccolo e che quando un pesce soffre non fa rumore...

5. Il 2009 vi ha visti presenti in praticamente tutte le più importanti fiere internazionali del pet, sicuramente ciò ha comportato per voi un notevole sforzo economico e logistico. L'investimento sta dando i frutti sperati?

Si. Posso dire tranquillamente che i nostri sforzi stanno per essere ripagati con il raggiungimento di obiettivi di fatturato, penetrazione di nuovi mercati, conquiste di market shares. A fine 2009 sono 40 le nazioni dove stiamo esportando e devo dire che abbiamo molte soddisfazioni. La comunicazione è fondamentale per garantire una sempre maggiore visibilità.

6. Tra tutte le "piazze" che hanno ospitato nel 2009 i vostri stand quale è sembrata la più recettiva e redditizia nei confronti dei vostri prodotti e più in generale nei confronti dell'acquariofilia?

Sicuramente Aquarama a Singapore e poi il CIPS in Cina. Aquarama è una delle fiere, a mio parere, più soddisfacenti perché è specifica per l'acquariologia e richiama solo professionisti del settore, quindi chi la visita sa cosa cerca e cosa vuole. Abbiamo già riconfermato la nostra presenza per il 2011.

7. Quale invece la più deludente?

Mi piacerebbe non dirlo Zoomark.

8. Esistono mercati ancora da colonizzare, quindi potenzialmente molto redditizi e sui quali valga la pena investire a lungo termine?

Sì ci sono e sono diversi e già nel 2010 inizieremo grazie ad accordi già presi nel 2009 con i nostri potenziali nuovi clienti.

9. Per il 2010 a quali fiere intendete partecipare?

Nel corso del 2010 parteciperemo sicuramente a: AQUARIYA a Dubai, INTERZOO a Norinberga, CIPS a Pechino e forse altre, ma quest'anno tutta l'attenzione sarà concentrata a Interzoo.

10. Presenterete delle novità? Potete darne un'anticipazione?

Sì certamente, non posso svelare ora le novità. Potrò darvi delle anticipazioni verso il mese di Marzo.

11. Attualmente quali sono i vostri prodotti di punta per il mercato italiano e per quello estero?

I prodotti più importanti in tutti i mercati sono i mangimi, i trattamenti e il sale marino dato che siamo gli unici produttori in Italia.

12. Cosa invece manca alla vostra attuale "Product list"?

Stiamo lavorando su alcuni prodotti per completare la gamma che verranno commercializzati solo in Italia e altri prodotti che saranno venduti a livello mondiale. Non posso rivelare cosa stiamo studiando per ragioni di riservatezza.

13. Quindi ci state già lavorando?

Da parecchio tempo. Consideri che i nostri prodotti prima di essere immessi nel mercato vengono testati prima nel nostro laboratorio di ricerca e sviluppo e poi presso alcuni acquariofili fidati per almeno 2 anni.

14. In quest'anno di forte crisi economica il settore del pet sembra aver retto abbastanza bene in Italia, cosa può dirmi al riguardo? Il mercato interno del settore acquariofilo è ben attivo oppure in realtà sta attraversando una fase di regressione?

Tutt' altro! Per noi il 2009 è andato bene sia in Italia che all'estero. Posso dire che la crisi ci ha appena "sfiorato" . Però non l'abbiamo evitata per un colpo di fortuna, ogni mercato ha i suoi alti e bassi e il mercato dell'acquariologia soffriva già da tempo di un periodo "basso" che la crisi poteva peggiorare. Noi ci siamo preparati per tempo facendo forti investimenti in macchinari, in ricerca e sviluppo di nuovi prodotti, inoltre abbiamo puntato su una nuova immagine e nuovo design nel packaging. Siamo pronti a ripartire, però abbiamo lavorato molto!

15. Il 2010 sarà un anno positivo?

Credo proprio di sì, perché abbiamo iniziato ad esportare in nuovi mercati e perché stiamo presentando delle importanti novità!

16. Potete dare una "definizione" dell'acquariofilo medio italiano, delle sue aspettative nell'approcciarsi all'hobby e della sua sensibilità nel recepire e decifrare le novità e gli input che il mercato continuamente offre?

A mio parere l'acquariofilo medio italiano desidera avere un allestimento completo per la propria vasca, quindi acquista prodotti a prezzi accessibili in modo da permettersi tutto ciò che ritiene sia indispensabile per coltivare quest'hobby. Egli si affida ancora al proprio negoziante per farsi consigliare e aiutare nel mantenimento dell'acquario, per questo il negoziante dev'essere preparato e competente.

Comincia a distinguere le differenze tra marchi italiani e stranieri e soprattutto ha ormai imparato a distinguere chi produce da chi commercializza. In breve, sta diventando un consumatore attento.

Tuttavia rimane ancora poco sensibile al fatto che l'acquario è un ecosistema che va seguito, mantenuto e curato adeguatamente con prodotti che rispettino l'ambiente, purtroppo il prezzo basso di molti prodotti attrae ancora e questo a scapito sempre dei poveri pesci che, come già detto, sono muti...

Bene, l'intervista è conclusa, lo staff di **AquaExperience** ringrazia infinitamente **Giovanni Zanon** di **Prodac International** per il tempo che ci ha dedicato.

Intervista a Giovanni Zanon di **PRODAC International**

Scritto da Andrea Perotti

Sabato 09 Gennaio 2010 01:52 - Ultimo aggiornamento Domenica 07 Marzo 2010 23:02

Seguono alcune foto scattate alla sede **PRODAC International** di Cittadella, per gentile concessione archivio fotografico PRODAC International.

Esterno del fabbricato...



Intervista a Giovanni Zanon di PRODAC International

Scritto da Andrea Perotti

Sabato 09 Gennaio 2010 01:52 - Ultimo aggiornamento Domenica 07 Marzo 2010 23:02



Ferruccio Zanon, fondatore di Prodac International, all'interno del laboratorio aziendale di ricerca e sviluppo...



Particolare macchina compattatrice per la produzione di pastiglie per pesci di fondo.



Particolare macchinario per produzione mangime in scaglie...



Parte della linea di confezionamento mangimi...

Intervista a Giovanni Zanon di PRODAC International

Scritto da Andrea Perotti

Sabato 09 Gennaio 2010 01:52 - Ultimo aggiornamento Domenica 07 Marzo 2010 23:02



Magazzino prodotti finiti...

Intervista a Giovanni Zanon di PRODAC International

Scritto da Andrea Perotti

Sabato 09 Gennaio 2010 01:52 - Ultimo aggiornamento Domenica 07 Marzo 2010 23:02



[Ufficiali](#) informazioni su Prodac International s.r.l. ed i loro prodotti si rimanda al relativo [sit](#)