



Foto: Ferribiella

# Abbigliamento, meno lusso e più bisogni reali

*Le vendite sono sempre più condizionate dall'inflazione e dai cambiamenti climatici. Cappottini, impermeabili e maglioncini diventano sempre più articoli richiesti dal consumatore per rispondere a esigenze specifiche dell'animale. Di conseguenza calano gli acquisti multipli e le spese extra motivate soprattutto da fattori quali il bisogno di novità a tutti i costi o la possibilità di variare il guardaroba del cane a ogni occasione.*

di Alice **Realini**



**S**ecundo gli ultimi dati, il mercato mondiale del petwear e degli accessori per cani e gatti ha raggiunto i 5,19 miliardi di dollari e si prevede che supererà i sette miliardi entro il 2028, con un incremento annuo pari al 5%.

In Italia, il caro vita ha impattato negativamente su questo segmento. Sempre più pet owner negli ultimi mesi hanno deciso di rimandare l'acquisto di un cappottino o un impermeabile quando non strettamente necessario. Infatti a una crescita molto importante del sell-in nel primo trimestre del 2023 ha corrisposto quest'anno una flessione, a conferma di come molti retailer si trovino ora nella necessità primaria di smaltire le eccedenze dello scorso turnover.

Anche il fattore climatico ovviamente incide in maniera importante sulle vendite di questo segmento. Gli inverni, da qualche anno, sono più miti, soprattutto nelle aree di maggior urbanizzazione. Per contro, ci stiamo ormai abituando a vere e proprie stagioni delle piogge che pongono qualche

## LA PAROLA ALL'INDUSTRIA

4 voci a confronto



**GENNY AVONTO**  
creative director  
di **Ferribiella**



**ALICE CANAZZA**  
marketing manager  
di **Camon**

**MONICA FRANCO**  
direttore marketing  
di **Rinaldo Franco**



**FRANCESCO CROCCOLO**  
direttore generale  
di **Hundog**

### 1. Cosa vi aspettate dal mercato dell'abbigliamento pet per il prossimo inverno?



**Genny Avonto (Ferribiella):** «La prevendita della nuova collezione è ormai avviata e i riscontri positivi non mancano, dobbiamo solo attendere l'avvio della stagione per confermare i feedback positivi di sell-out che prevediamo in funzione dei nuovi modelli e colori della collezione Anima 2024/25».



**Alice Canazza (Camon):** «Negli ultimi anni, la crescita del segmento è stata ostacolata da diversi fattori. Su tutti, credo non si possano trascurare l'innalzamento delle temperature, con le stagioni autunnale e invernale caratterizzate da climi sempre più miti, nonché la diminuzione della capacità di spesa, che possono aver frenato i pet owner dall'ampliamento del corredo d'abbigliamento per il proprio cane, soprattutto per alcune categorie di prodotti (come piumini e cappottini). Nonostante questo, come azienda continuiamo a credere molto in questo comparto e, perciò, abbiamo rinnovato la nostra collezione di abbigliamento con tanti nuovi ed esclusivi modelli che, siamo convinti, sapranno suscitare un notevole interesse sia da parte dei punti vendita che da parte dei clienti finali».



**Monica Franco (Rinaldo Franco):** «Per il prossimo inverno, ci aspettiamo una crescita continua del mercato dell'abbigliamento, con un incremento della domanda per prodotti di alta qualità e design innovativo. I proprietari di animali sono sempre più attenti al comfort e al benessere dei loro amici a quattro zampe, cercando capi che non solo li mantengano caldi, ma che siano anche funzionali e stilisticamente accattivanti».



**Francesco Croccolo (Hundog):** «Noi operiamo nel segmento di alta fascia in quanto distributori del brand finlandese Paikka. Questa parte del mercato si concentra sempre più su prodotti tecnici dove estetica e funzionalità devono convivere».

grattacapo ai pet owner anche quando si tratta di portare il cane a fare la sua passeggiata. Di conseguenza, il mercato dell'abbigliamento sta mutando e oggi offre prodotti adatti alle nuove caratteristiche climatiche: i cappottini diventano più leggeri, molti indumenti possono adattarsi a più stagioni, i capi per la pioggia sono pensati anche per i periodi più caldi e anche l'abbigliamento per l'estate ha fatto il suo ingresso in collezione. Merito anche di materiali sempre più tecnici e della costante ricerca che le aziende compiono per offrire prodotti più innovativi ma anche decisamente fashion. Perché oltre la stagione, come dicevamo, c'è la moda. Oggi l'abbigliamento per il proprio cane è anche una dichiarazione di stile: si cerca l'abbinamento fra accessori human e pet, si coordinano gli outfit e ogni dettaglio viene curato nei minimi particolari. Il fenomeno ha assunto dimensioni tanto importanti da spingere anche le più prestigiose maison della moda a proporre collezioni destinate ai pet, sia in fatto di abbigliamento che di accessori per la casa. E qui entrano prepotentemente in gioco i social e gli influencer. Dai tempi del famoso papillon di Vuitton del cane di Chiara Ferragni, cantato dall'ex marito Fedez, di strada se ne è fatta molta. E oggi, non solo i pet degli influencer sono protagonisti e accessoriati ma diventano essi stessi delle star dei social. L'era dei pet influencer conta protagonisti di assoluto rilievo: Audrey Versace, il Jack Russell Terrier di Donatella, ha 25mila follower su Instagram; c'è Choupette, la gatta birmana che fu di Karl Lagerfeld che oggi vanta un

## 2. Quali saranno, a vostro avviso, i trend più importanti per questa tipologia di prodotto?



**Genny Avonto (Ferribiella):** «Il mercato pet sta mutando in conseguenza alla nuova profilazione dei consumatori e delle loro scelte. In particolare, il segmento cappottini, che da sempre ha registrato numeri importanti, sta variando in funzione delle nuove condizioni climatiche: inverni non troppo freddi, piogge persistenti fuori stagione. Ciò predilige alcuni modelli come impermeabili leggeri all seasons senza però tralasciare modelli morbidi ed avvolgenti per i pet che comunque sono abituati a vivere il nostro temperato ambiente domestico o che hanno un pelo raso».



**Alice Canazza (Camon):** «Le nostre rilevazioni ci confermano la propensione degli appassionati a scegliere prodotti di abbigliamento che siano funzionali alle esigenze specifiche di comfort e vestibilità dell'animale, versatili e durevoli, oltre che ovviamente anche gradevoli sotto il profilo estetico. Ritengo altresì che il trend di accostamento tra lo stile dell'abbigliamento pet e quello umano continuerà: per questo, i nostri modelli sono progettati per soddisfare il comfort del cane incontrando, nel contempo, anche i gusti e lo stile dei pet owner, con alcune soluzioni abbinate tra modello, borsa, trasportino e cuccia per creare un corredo molto interessante e piacevole».



**Monica Franco (Rinaldo Franco):** «I trend più importanti saranno sicuramente legati all'uso di materiali tecnici e sostenibili, che garantiscano il massimo del comfort e della protezione termica. Continueranno a essere popolari i cappottini con funzionalità avanzate come chiusure veloci, impermeabilità e facilità di lavaggio. Inoltre, prevediamo una crescente domanda per abbigliamento coordinato, che include non solo cappottini ma anche accessori come borse e guinzagli abbinati. Per questo motivo nel nostro catalogo Fashion abbiamo inserito sempre più modelli "in coordinato", che rispondano a questa esigenza. Inoltre, abbiamo tutta una sezione dedicata ai modelli tecnici, per le passeggiate lunghe in città o le uscite in montagna».



**Francesco Croccolo (Hundog):** «Continua il trend di inserire tessuti tecnici nei capi di abbigliamento per i nostri cani. In particolare, per noi è fondamentale la visibilità per massimizzare la sicurezza in ogni occasione. Tutti i capi sono interamente riflettenti».

### LA PAROLA AL RETAIL

#### "OGGI IL PROBLEMA PRINCIPALE È IL CLIMA"

**Daniela Giannola - Pets and the city Monsummano Terme (Pt)**

«Il grosso problema nell'abbigliamento pet oggi è il clima: da qualche anno non abbiamo più il freddo, chi lo mette il cappottino al proprio cane se fa caldo? Da sempre trattiamo tutti i prodotti, come maglioncini, felpe, impermeabili e, se arriva il freddo, anche i giubbotti. Ma, nell'ultima stagione, il meteo ci ha sicuramente danneggiati tanto che molti capi sono rimasti in magazzino. Per questo, i pre-ordini stagionali sono stati meno consistenti degli scorsi anni: abbiamo prenotato il minimo indispensabile, privilegiando i giubbotti più leggeri e le felpe a scapito, ad esempio, dei maglioncini di lana. C'è stata anche una leggera crisi negli acquisti legata agli aumenti ma sono convinta che se si è capaci di spiegare il prodotto al cliente e se il pet owner è davvero intenzionato all'acquisto non sono le piccole differenze di prezzo a scoraggiarlo».

#### "I NOSTRI CLIENTI SONO ORIENTATI VERSO FUNZIONALITÀ E DURABILITÀ"

**Doriana De Simone - Codine felici, Novara**

«Molti dei capi ordinati la scorsa stagione sono rimasti invenduti, a causa del clima mite dell'inverno, soprattutto fra i cappottini. Così, abbiamo effettuato dei pre-ordini molto più contenuti con tanti prodotti diversi, privilegiando quelli più leggeri o che possono adattarsi a tutte le stagioni. Così come gli impermeabili che, sempre a causa del clima, sono cresciuti tantissimo nelle vendite, durante la primavera. Quanto alla scelta dei prodotti, i nostri clienti sono orientati verso la funzionalità e la durabilità, piuttosto che sugli aspetti più fashion. Acquistano il capo perché lo ritengono utile e considerano con particolare attenzione le linee 100% made in Italy, dove la bandiera italiana viene considerata un plus. A spingere il mercato sono i prodotti destinati a cani di piccola taglia ma c'è interesse anche per il capo tecnico, l'abbigliamento per andare in montagna e in generale per le attività outdoor, come i quattro zampe o gli impermeabili semi imbottiti».

seguito di oltre 250 mila fan. E ci sono anche casi di pet influencer che si sono 'fatti da soli' come la chihuahua Boobie Billie, che conta 240 mila follower su Instagram e un guardaroba firmato Vuitton, Fendi e Prada. E l'elenco potrebbe andare avanti ancora. Ma non è solo la moda a incidere sul mercato dell'abbigliamento pet. Il cane è sempre più protagonista di ogni momento della vita dei suoi amici umani, a cominciare dalle avventure outdoor. Ed è proprio alle esigenze delle attività all'aria aperta che sono dedicate molte collezioni di abbigliamento e dintorni. Anche in tema di prezzi ce n'è per tutti i gusti: il mercato accontenta gli amanti del fashion ma anche coloro che sono alla ricerca di capi funzionali e con vantaggioso rapporto qualità-prezzo. Capitolo a parte va dedicato ai pet owner alla prima esperienza, soprattutto con cani di piccola taglia, molto attenti in fatto di abbigliamento per proteggere e 'accessoriare' il proprio nuovo, piccolo amico. Se il settore è uno, dunque, sono tante invece le domande cui l'industria può rispondere, offrendo ai negozi di animali collezioni sempre più ricche, in grado di accontentare i gusti più diversi.

## IL DOGFASHION SUI SOCIAL /

Sicuramente, i social sono diventati un canale privilegiato per il mondo pet. Tutorial, consigli, meme e tante, tantissime foto: cani e gatti sono autentici protagonisti nelle pagine dei content creator e quelli che appartengono al mondo beauty e fashion propongono sempre abbinamenti fra il proprio look e quello del pet. Le occasioni sono infinite: ci sono gli outfit da tutti i giorni, quelli per le occasioni speciali e quelli dedicati alle ricorrenze. Perché l'abbigliamento per il pet si lega anche alle feste e alle occasioni più mondane: largo, dunque, a veri e propri abiti da sera ma anche ad accessori dedicati al Natale, ad Halloween, ai matrimoni e persino alle feste di laurea. Qualsiasi pet owner ha visto, e comprato, almeno un accessorio o capi d'abbigliamento visto sui social. E questo rappresenta senza dubbio un'opportunità per le aziende e anche per i negozi di animali. Molti infatti quelli sbarcati sui diversi social che propongono contenuti sulle nuove collezioni o dedicati ai capi per esigenze specifiche, come quelli antipioggia o per le attività outdoor.

## LA GUIDA ALL'ACQUISTO /

Il ruolo imprescindibile del negoziante è quello di essere una guida nell'immenso mare dell'abbigliamento per i pet. Comprare capi per il proprio animale è proprio come comprarli per sé: bisogna scegliere la misura adatta, il materiale e il

## 3. Quali sono le fasce di prezzo più performanti?



**Genny Avonto (Ferribiella):** «I numeri importanti vengono determinati dai modelli dal perfetto connubio tra qualità e prezzo mentre le fasce più alte continuano a performare bene con volumi inferiori e differenti target di consumatori».



**Alice Canazza (Camon):** «I modelli che si attestano su una fascia di prezzo media o medio/bassa si confermano come quelli in grado di rappresentare la fetta principale del mercato. Permane, comunque, una percentuale rilevante di clienti che ricercano capi di abbigliamento di una fascia più premium.

Questo fenomeno coinvolge soprattutto i proprietari di cani di piccola taglia, per i quali ci si orienta solitamente su modelli che si distinguono più per il proprio design che per la pura funzionalità. Come azienda, siamo impegnati a mantenere i nostri listini in un giusto equilibrio tra il desiderio di valorizzare la qualità dei nostri articoli e la necessità di stare sul mercato con prezzi accessibili: in tal senso, siamo felici che le nostre iniziative promozionali di prenotazione si stiano confermando molto gradite dai punti vendita».



**Monica Franco (Rinaldo Franco):** «La fascia di prezzo più performante per noi è quella media. In questa fascia, i consumatori trovano un buon equilibrio tra qualità e prezzo, ottenendo prodotti che offrono comfort, funzionalità e design senza dover spendere cifre eccessive. La fascia media rappresenta il segmento più dinamico e competitivo, in grado di attirare una vasta clientela attenta sia al valore che all'estetica dei prodotti per i loro animali domestici».



**Francesco Croccolo (Hundog):** «Noi copriamo la fascia più alta del mercato e non puntiamo certamente sulla quantità. Nel lungo termine però la qualità paga e le quote di mercato sono in aumento».

## 4. Quanto sono importanti ricerca e innovazione nel segmento dell'abbigliamento pet?



**Genny Avonto (Ferribiella):** «La ricerca è fondamentale, le collezioni anno dopo anno apportano sempre innovazione, sia dal punto di vista stilistico, in termini di comfort e vestibilità, sia dal punto di vista qualitativo, con la ricerca dei materiali. Quando si ha tra le mani un capo Ferribiella la percezione di questi elementi è forte e determinante nella scelta».



**Alice Canazza (Camon):** «In un segmento che considero ormai maturo come quello dell'abbigliamento pet, è sempre più importante sapersi distinguere con soluzioni su misura che sappiano coniugare stile e praticità. E non mi riferisco solo all'ampiezza di gamma e di taglie, che peraltro è sempre stato un fiore all'occhiello delle nostre collezioni, ma soprattutto ai dettagli funzionali adottati nei modelli, alla durabilità nel tempo, alla versatilità che si può ottenere con soluzioni come l'interno staccabile che consente di utilizzare lo stesso capo in diverse situazioni climatiche».



**Monica Franco (Rinaldo Franco):** «Ricerca e innovazione sono fondamentali nel segmento dell'abbigliamento per animali domestici. L'innovazione consente di sviluppare prodotti che rispondono meglio alle esigenze dei pet e dei loro proprietari, migliorando comfort, sicurezza e stile».



**Francesco Croccolo (Hundog):** «Ricerca ed innovazione sono fondamentali per mantenere dinamismo ed interessare i clienti. I capi diventano sempre più tecnici nei dettagli e nei materiali, sempre più simili al segmento human e vengono spesso proposti in abbinamento».

prodotto più idoneo alle proprie esigenze, ciò che accontenta il gusto estetico e che anche l'animale indossa volentieri. E, ancora prima, bisogna identificare le proprie esigenze e capire se e come l'abbigliamento possa semplificare e rendere più piacevole la vita al pet e al suo amico umano. E poi bisogna guardare, toccare, provare. Senza dubbio c'è una decisa stagionalizzazione di questo mercato perché oggi l'abbigliamento non serve più solo a proteggersi dal freddo o dalla pioggia. I capi accompagnano tutte le stagioni, anche quella estiva con costumi o magliettine refrigeranti. Ed è per questo che l'abbigliamento è sempre meno relegato in magazzino, per i negozi che lo hanno, e sempre più fa parte stabilmente dell'esposizione. I capi vanno visti perché questo tipo di acquisto va ben oltre la stringente necessità e vive molto anche d'impulso, come è tipico in generale dell'abbigliamento. È ovvio che centrale deve essere la comprensione dei propri clienti e della loro capacità di spesa: mai come nel caso dell'abbigliamento la scala prezzi è ampissima e diventa decisivo individuare cosa cercano e quanto possono investire i clienti fidelizzati.

## ABBINARE CHE PASSIONE /

Uno dei motori di questo mercato dell'abbigliamento è senza dubbio l'abbinamento human e pet. Accessori coordinati, compresi cappottini e borsette, sono un must per quanti cercano di coniugare necessità e stile durante la passeggiata con il proprio amico a quattro zampe. L'animale, dunque, è un compagno di vita che sempre più riflette in ogni aspetto i gusti del suo pet parents. E così, accanto al fashion, anche le attività outdoor, che soprattutto dopo il Covid hanno registra-

## 5. C'è richiesta per prodotti interamente Made in Italy?



**Genny Avonto (Ferribiella):** «Tutti i nostri modelli sono frutto della nostra esperienza e del nostro essere Italiani: i materiali, lo stile, i dettagli, ogni singolo particolare è per noi imprescindibile e cerchiamo di trasmettere ed esprimere il nostro "design Italiano" in tutti i capi della collezione».



**Alice Canazza (Camon):** «Negli ultimi anni, come azienda abbiamo messo in atto numerosi test sotto questo profilo producendo diversi modelli del nostro assortimento in Italia, in particolare per quanto riguarda la categoria dei maglioncini. Sono state iniziative che hanno avuto un riscontro interessante e che hanno saputo valorizzare la qualità e artigianalità della produzione Made in Italy. Tuttavia, al momento credo sia difficile pensare di costruire collezioni che comprendano unicamente modelli prodotti in Italia, per una questione di costi e di marginalità. Ciò non toglie che, essendo la nostra azienda molto attenta al Made in Italy (lo dimostrano diverse delle nostre linee che sono realizzate nei nostri poli produttivi italiani), non escludo che in futuro potranno esserci interessanti novità in tal senso».



**Monica Franco (Rinaldo Franco):** «I consumatori riconoscono e apprezzano la qualità e l'artigianalità che caratterizzano il made in Italy. Questo vale anche per il settore dell'abbigliamento pet, dove l'attenzione ai dettagli, la qualità dei materiali e il design raffinato sono molto apprezzati. Tuttavia, i consumatori sembrano essere più orientati verso la qualità e la funzionalità dei prodotti, indipendentemente dalla loro provenienza».



**Francesco Croccolo (Hundog):** «La richiesta del made in Italy è sempre presente ma deve essere rappresentativa di reale qualità e non solo uno specchietto per le allodole. Nel nostro caso ovviamente non possiamo fregiarci di questa etichetta ma cerchiamo di compensare con la qualità del marchio e la fattura dei prodotti».

to un deciso incremento, vedono sempre più insieme animali e umani di riferimento. Con tutto l'abbigliamento e gli accessori che ne conseguono. Anche in questo caso, come per i capi di stile, si supera la stagionalità. O meglio, l'offerta copre ogni clima e ogni conseguente necessità. Con il cane si va al mare, in montagna, sulla neve e persino ad arrampicarsi sulla

roccia; si fanno giochi, attività sportive e (finalmente) anche molti viaggi. In questo campo è decisiva l'innovazione: la nuova frontiera della ricerca è senza dubbio quella dei materiali, sempre più simili a quelli tecnici utilizzati per l'abbigliamento human, che stanno aprendo una nuova era dell'abbigliamento dedicato al pet.

### FELPE VITAKRAFT 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, per cagnolini sempre alla moda.



Mudventure Coat è il nuovo guscio tecnico di Hurtta, ideale da solo nei periodi estivi o accoppiato a una maglia per i periodi invernali, disponibile anche in versione ad alta visibilità. Tessuto ultima generazione. Hurtta è partner Bluesign per la sostenibilità dei propri prodotti.

### GUSCIO TECNICO HURTTA, ANCHE AD ALTA VISIBILITÀ

### L'IMPERMEABILE DI ZOLUX PER PROTEGGERE DA PIOGGIA E VENTO

Impermeabile e idrorepellente, per proteggere da pioggia e vento. Elegante grazie all'interno a righe e alla martingala sul dorso. Regolabile a livello di collo e petto grazie a strisce in velcro ed elastici. Fessura per guinzaglio e passa zampe integrati tono su tono. Lo strato superiore è di poliuretano 100% riciclato, la fodera è in poliestere 100% riciclato con totale minimo riciclato del 84%. Disponibile rosso, giallo e grigio, in sette taglie.



Una delle novità inserite nella Collezione di Abbigliamento 24-25 di Camon è rappresentata dal modello Saint Moritz, la graziosa e comoda felpa realizzata con un caldo interno in pelliccia sintetica e caratterizzata dall'applicazione di un ricamo a filo nelle forme di paesaggio montano e di uno sciatore. Dotato di chiusura con doppio velcro sull'addome per un'ottimale vestibilità, di aperture per il collare e pettorina nonché di elastici per le zampe posteriori, il modello è disponibile dalla taglia 24 alla taglia 45.

**LA FELPA SAINT MORITZ DI CAMON CON INTERNO IN PELLICCIA SINTETICA**



**PUPPY & HOMIE, LA COLLEZIONE CROCI DEDICATA AI CUCCIOLI**

Croci Puppy & Homie è una collezione dedicata ai cuccioli composta da comodi pigiami e maglioncini in color pastello e tessuti morbidi, nonché giocattoli e altri accessori. Nella collezione Puppy&Homie l'amore incondizionato dei fedeli quattro zampe si fonde con il calore e la familiarità dell'amico umano. Ogni capo di questa collezione è intriso di gioia, comodità e un tocco di spirito giocoso.

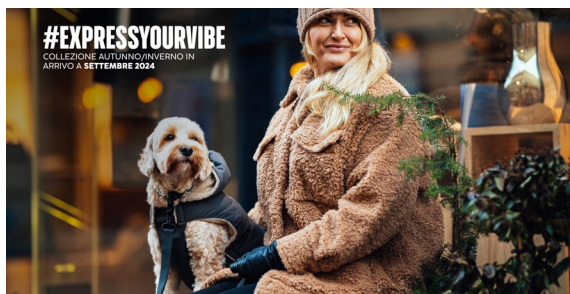


Il nuovo catalogo Fashion di Record racchiude una selezione aggiornata di cappottini, impermeabili, maglioncini, magliette e borse per portare con sé l'amico a quattro zampe. Tra le oltre 20 linee di abbigliamento c'è il modello Cloud, con borsa abbinata, disponibile nei colori pastello lilla, azzurro e bianco. Il design con effetto gofrato aggiunge un tocco di eleganza e fornisce una trama aggiuntiva per trattenere il calore. La borsa è dotata di una comoda maniglia imbottita e ha una capacità massima di 5 kg. Inoltre, il fondo è rimovibile e facile da pulire.

**IL CAPPOTTINO DELLA LINEA FASHION DI RECORD CON BORSA ABBINATA**

**L'ANIMA FERRIBIELLA IN UNA COLLEZIONE ESSENZIALE E FUNZIONALE**

Pila, nuovo modello in pile double-face dalle linee morbide e fantasie senza tempo, con ampio collo alto incrociato e delicate finiture elastiche per garantire una comoda vestibilità fa parte della nuova collezione cappottini per la stagione autunno/inverno 2024-2025 di Ferribiella. La collection ha un nome importante - "Anima" - radice della parola animale, che vuole racchiudere un senso di grande valore e rispetto nei confronti dei nostri compagni di vita. I nuovi modelli, essenziali e funzionali, sono stati disegnati e ideati per contribuire al benessere dell'animale esaltando la bellezza della semplicità.



La nuova collezione del brand FuzzYard si ispira alla moda giapponese. Da oltre 20 anni il brand distribuito da Animal Max punta a ridefinire la moda per animali con design innovativi e materiali di qualità.

**STILE GIAPPONESE PER FUZZYARD**



La collezione abbigliamento 2024/2025 di Farm Company si caratterizza per una sempre più raffinata selezione di capi e attenzione ai dettagli, con modelli al tempo stesso classici e di tendenza. Tra le proposte, si ritrovano alcuni best seller della scorsa stagione riproposti in chiave rivisitata, ma anche delle novità, tra cui il nuovo modello reversibile Fiemme, un piumino trapuntato con chiusura a zip, utilizzabile su entrambi i lati, con due colorazioni in contrasto e dotato di una pratica bustina in cui riporlo, per portarlo comodamente in borsa. Le colorazioni disponibili sono Lilla/Burgundy e Ottanio/Mattone.

**FARM COMPANY PIUMINO REVERSIBILE FIEMME CON BUSTINA PER RIPORLO IN BORSA**

**PROTEZIONE E LIBERTÀ DI MOVIMENTO CON IL CAPPOTTINO LIMOUX DI TRIxie**

Comodo e funzionale, il cappottino Limoux Trixie è l'accessorio perfetto per proteggere il proprio cane durante le giornate più fresche. La leggera imbottitura garantisce il massimo comfort, mentre il taglio largo offre maggiore protezione alle zampe posteriori e maggiore libertà di movimento e nella zona delle spalle. Il cappottino è dotato di elementi olografici riflettenti, di una cerniera sulla schiena che permette di agganciare il guinzaglio alla pettorina e di una coulisse sul collo e sulla zona posteriore. Disponibile in nove diverse taglie.



**PAIKKA, L'OUTFIT CON VERSIONI ABBINATE DOG-HUMAN DI HUNDOG**

Paikka disegna capi di abbigliamento per animali con la cura ed i materiali tipici dell'abbigliamento tecnico human rendendo i prodotti durevoli e perfettamente adattabili alla corporatura di ogni cane. Impermeabili e cappotti sono realizzati con tessuti riflettenti per la piena sicurezza anche nelle passeggiate notturne. Per completare l'outfit sono disponibili versioni abbinata dog-human. Distribuito in Italia da Hundog.

