

Profilo aziendale. Camon group**Camon, una crescita armoniosa che dura da 28 anni**

Da oltre 28 anni presente nel panorama nazionale, Camon rappresenta un punto di riferimento per prodotti e soluzioni dedicati al benessere degli animali da compagnia. Oggi Camon è un grande gruppo, composto da diverse realtà aziendali, che riunisce grandi marchi specializzati, tra cui Marpet, Amì, Orme naturali, La Cinopelca. Abbiamo parlato con Roberto Canazza, titolare e amministratore unico di Camon, e con il direttore commerciale Mario Cavestro, per delineare un profilo di questa azienda che, caso raro nel panorama nazionale, vanta un tasso di crescita positivo anche in questo difficile periodo economico.

La Settimana Veterinaria: Come è nata Camon, e qual è stato il suo percorso evolutivo?

Roberto Canazza: Dal 1981 lavoro nel campo dei parafarmaceutici ad uso veterinario, collaborando con aziende del settore. Negli anni '80 del secolo scorso il settore delle attrezzature per animali da compagnia era in piena espansione, anche se il nostro Paese faceva segnare un certo ritardo rispetto al resto del mondo. Ho quindi deciso di verificare la situazione dei Paesi in cui la cultura del pet era più evoluta, quali America e Asia, da dove ho riportato in Italia idee innovative nel campo della cura dei pet. Circa 28 anni fa, quindi, ho deciso di provare l'avventura di avviare un'attività imprenditoriale in proprio: Camon è nata in Veneto, ad Albaredo D'Adige, nel 1985. All'inizio ci si occupava solo della commercializzazione di accessori per animali da compagnia, in particolare guinzaglieria. Col tempo abbiamo ampliato la gamma dei prodotti e dei servizi offerti, arrivando a comprendere anche prodotti ad uso veterinario. Oggi l'azienda conta 70 dipendenti che, con la forza vendite, arrivano a 120, e distribuisce i prodotti oltre che in Italia, in diversi Paesi europei. Nel 2000 abbiamo deciso di strutturare i *brand* per gamme di prodotti. Hanno fatto seguito alcune acquisizioni di aziende che hanno arricchito il nostro catalogo: alimenti specializzati per animali da compagnia, prodotti per l'igiene e la cosmesi, prodotti naturali per la protezione e l'educazione degli animali da compagnia.

Mario Cavestro: Nel 2009, con il mio arrivo nel gruppo, l'azienda ha iniziato un percorso per integrare nella propria gamma prodotti a valenza veterinaria. In particolare, dal momento che l'etica che l'azienda segue da sempre è quella dell'ecologia e della naturalità, ci siamo interessati a prodotti in sintonia con l'ambiente e l'animale. I prodotti per la cura degli animali

**Roberto Canazza**, titolare e amministratore unico di Camon.

da compagnia che commercializziamo e proponiamo anche agli ambulatori, quindi, sono tutti formulati con sostanze di origine naturale, privi di effetti collaterali, adatti anche a particolari situazioni, come nel caso di cuccioli molto giovani o cani di piccola taglia, che entrano spesso in contatto con bambini.

SV: Qual è l'etica aziendale di Camon?

RC: La naturalità, il rispetto ambientale e delle persone sono alla base delle nostre scelte. Questo si riflette sia nelle strutture, che sono caratterizzate da sistemi per l'ottimizzazione dell'energia e del riscaldamento, sia nel personale, che viene motivato e spinto a dare il meglio di sé senza forzature, sia nella scelta delle materie prime che compongono i nostri prodotti. Uno dei nostri punti qualificanti è la ricerca del riconoscimento dell'efficacia dei prodotti di origine naturale ad uso veterinario. A questo proposito voglio segnalare che siamo stati fautori dell'ormai prossimo riconoscimento dell'olio di neem, sostanza di origine vegetale dalle riconosciute attività repellenti e antinfettive, come biocida da parte del Ministero della Salute.

MC: L'attenzione all'origine vegetale delle materie prime che compongono i nostri prodotti non è dettata dalla moda, ma dall'attenzione all'ambiente, coniugata alla certificata attività dei diversi principi attivi vegetali.

Un altro aspetto che vorrei sottolineare è l'attenzione ai nostri partner commerciali, in particolare i titolari di petfood, giacché sappiamo quali siano le difficoltà che incontrano i veterinari nel nostro Paese, qualora decidano di ci-



mentarsi con il "pet corner". Noi cerchiamo di rendere più professionali queste figure, fornendo loro un supporto formativo con incontri dedicati alla conoscenza e all'uso dei prodotti, sia con una rivista cartacea, Pet4You, con la quale è possibile anche instaurare un feedback con la clientela. Educare i titolari di petshop permette di rendere più qualificata la loro attività e di fronteggiare la concorrenza della grande distribuzione organizzata.

SV: Quali sono le vostre linee di prodotti dedicati specificatamente alla Veterinaria?

MC: Fondamentalmente Camon produce e distribuisce prodotti e attrezzature per animali da compagnia, compreso il cavallo, ma il nostro

**Mario Cavestro**, direttore commerciale di Camon.

La sede di Camon, ad Albaredo d'Adige, dove l'azienda è nata nel 1985. Sotto, il magazzino.



interesse si è rivolto anche allo sviluppo e alla commercializzazione di prodotti, con specifica valenza veterinaria, a base vegetale, il cui scopo è quello di supportare l'animale sottoposto a terapie così che risponda meglio e in tempi più brevi. Si tratta

di integratori alimentari, che non interferiscono con i farmaci prescritti dal veterinario ma anzi ne potenziano l'azione. Questi prodotti sono presenti nella linea Orme naturali, studiata in collaborazione con le Università di Milano e Udine, strutturata in prodotti per la cura degli animali da compagnia, quali Condrosalus e Artosalus per il benessere articolare, Struvipet coadiuvante per l'acidificazione delle urine, Chilopet, di ausilio nelle diete dimagranti, ecc; prodotti repellenti per cane, gatto e cavallo a base di olio di neem, formulati in spray, collari e diffusori ambientali, per allontanare gli ectoparassiti in modo naturale; e prodotti specifici per l'igiene dei piccoli animali.

Camon ha nel tempo acquisito altre società che hanno apportato al gruppo prodotti diversificati assenti in precedenza: tra queste Marpet, che propone una linea di alimenti funzionali per cane e gatto integrati con erbe officinali, oltre ad alcune tipologie di prodotti specifici per particolari situazioni: Greenfish con un'unica fonte proteica (pesce); Omogenea, mousse per animali molto giovani o convalescenti, oltre a complementi nutrizionali.

Vi è poi Amì, con alimenti secchi per cane e gatto esclusivamente a base vegetale, che rispondono all'esigenza di proprietari vegetariani o vegani di condividere con i loro animali questa scelta etica, ma che sono anche allo studio per

essere integrati nella gestione di determinate patologie metaboliche.

SV: Quali sono state le performance di mercato dell'ultimo anno? Quali pensate che saranno le prospettive del settore?

RC: Dobbiamo dire che il trend della nostra azienda, positivo sin dall'inizio, anche in questo ultimo periodo ha avuto un buon risultato: nel 2012 la crescita ha fatto segnare un +4,7%. C'è da dire però che a fronte di alcuni segmenti che mostrano un trend positivo, ve ne sono altri che hanno risentito negativamente della congiuntura economica.

Noi cerchiamo comunque di proporre prodotti sempre nuovi, che rispondano all'immaginazione e alle richieste dei proprietari, cercando di diversificare l'offerta per venire sempre più incontro alle esigenze dei nostri clienti ma anche per proporre ai veterinari soluzioni di ausilio alla terapia compatibili con il rispetto dell'ambiente.

SV: Quali strategie e progetti avete in programma per il futuro?

RC: La nostra azienda è a carattere privato, ciò significa che la crescita va definita in base alle nostre possibilità: noi chiediamo ai nostri dipendenti di consolidare e difendere il lavoro fatto negli anni, garantendo un ragionevole margine di crescita. Abbiamo un settore R&D sviluppato, che lavora con grande energia, ma al quale non vengono mai chieste forzature!

Non abbiamo fretta, il nostro obiettivo è quello di svilupparci con armonia, dando tempo al tempo.

Per il prossimo futuro abbiamo in programma di sviluppare il mercato estero: attualmente il 70% del nostro mercato è concentrato in Italia e il 30% all'estero, in Paesi europei ed extra Europei: puntiamo a rendere paritarie queste due percentuali, mantenendo in ogni caso la nostra posizione in Italia.

■ **Monica Vajna de Pava**