

In totale i "pet" sono circa 60 milioni. Un mercato, ancora in crescita, che genera un importante giro di affari



Cani e gatti, in Italia sono 14 milioni

In Italia una famiglia su due convive con un animale da compagnia. Il 55,3% dei nuclei familiari italiani, infatti, ospita in casa almeno un cane o un gatto ma anche conigli nani, uccelli, pesci, e - negli ultimi anni - anche animali esotici come rettili, anfibi, o piccoli mammiferi non tradizionali.

Secondo le ultime elaborazioni effettuate nel 2014 da Euromonitor, in Italia si contano in totale circa 60 milioni di pet, di cui 14 milioni fra cani e gatti.

Il terzo animale preferito dalle famiglie italiane è il coniglio nano che insieme agli altri piccoli roditori (cavie, criceti, cincillà, degu, ecc...) conta una popolazione di quasi 1,8 milioni, seguono poi 1,3 milioni di rettili come tartarughe, iguane, serpenti.

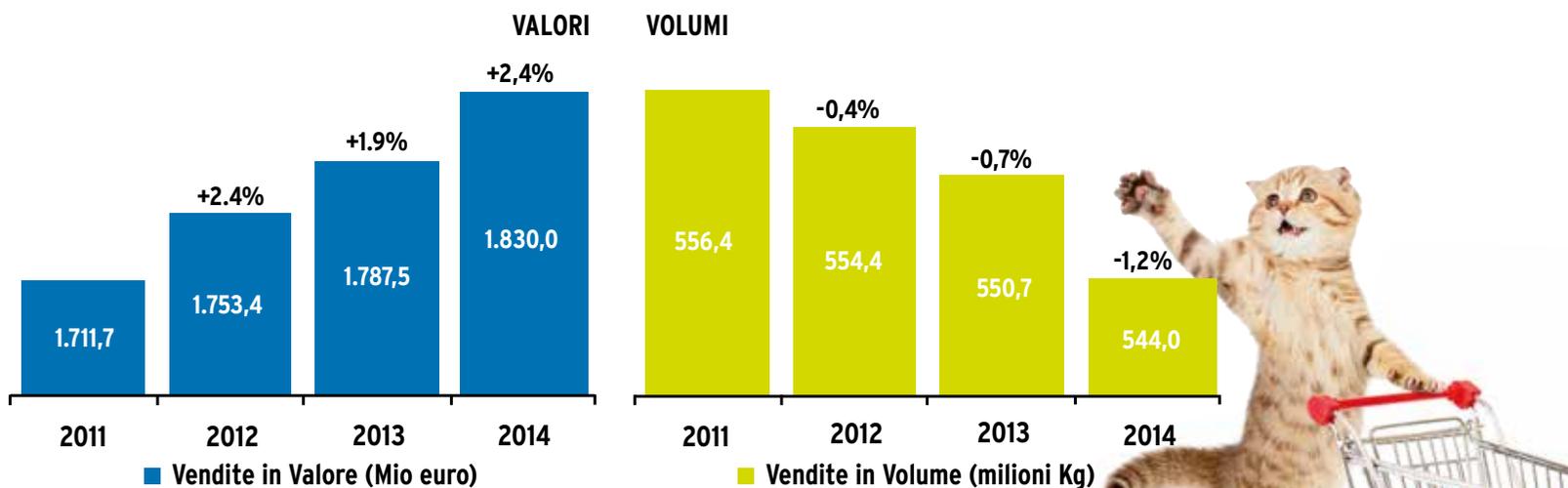
Il numero più elevato di esemplari si stima per uccelli e pesci, grazie all'abitudine di ospitarne quasi sempre più di uno: gli uccellini sono 13 milioni, mentre i pesci d'acquario sono circa 30 milioni. Il nostro Paese si pone tra le nazioni con la maggiore densità di animali domestici e con un mercato di notevoli dimensioni e potenzialità. D'altra parte basta pensare al ruolo importante che questi animali hanno assunto nella società moderna, per comprendere i motivi che sono alla base del forte sviluppo di questo settore.

In una società in rapida evoluzione scandita da ritmi frenetici, il pet - *termine anglosassone ormai molto comune in Italia che ben definisce l'animale verso cui si nutre affetto* - rappresenta una for-

ma di sicurezza e rassicurazione e può arrivare a costituire una ragione di vita, a cui non si nega nulla.

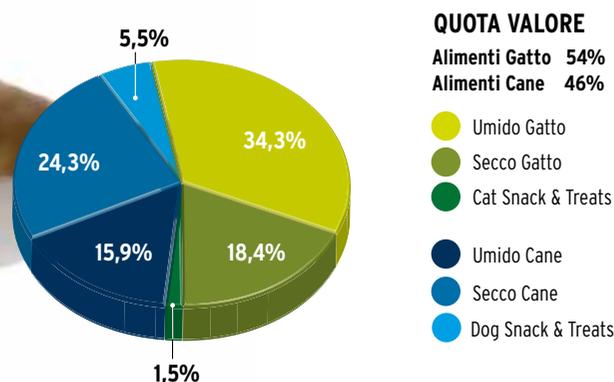
UN SETTORE IN CRESCITA

Nonostante la crisi economica, il mercato italiano dei prodotti per l'alimentazione e la cura degli animali da compagnia continua a presentare una tendenza in crescita, come rileva il Rapporto 2015 redatto da Assalco (Associazione nazionale tra le Imprese per l'alimentazione e la cura degli Animali da compagnia) in collaborazione con Zoomark International, il salone internazionale dei prodotti e delle attrezzature per gli animali da compagnia organizzato da Bologna Fiere, l'Anmvi (Associazione nazionale medici Veterinari italiani) e l'Iri Infor-



Fonte: IRI Dicembre 2014

COMPOSIZIONE DEL MERCATO DEGLI ALIMENTI PER CANI E GATTI



Fonte: IRI Dicembre 2014 - dati a valore

mation Resources. Ancora una volta, infatti, la performance nel suo complesso è molto positiva con una crescita a valore del +2,4%. Il comparto principale dominato dagli alimenti per cani e gatti rappresenta infatti un giro d'affari di 1830 milioni di euro per un totale di 544mila tonnellate vendute.

Gli alimenti per gatti valgono 992 milioni di euro, mentre il mercato degli alimenti per cani rappresenta il 46% del totale con circa 838 milioni.

Gli alimenti umidi rappresentano il segmento principale e trainante, in particolar modo gli umidi per gatto che valgono da soli oltre un terzo del mercato. Gli alimenti secchi, invece, registrano risultati migliori nel segmento cane con una crescita del +3,5%.

A queste cifre si deve sommare il fatturato generato dagli snack & treats, un segmento in forte sviluppo costituito da prodotti snack con scopi funzionali ad esempio per favorire l'igiene orale e da spuntini solitamente somministrati come ricompensa che crescono del 10,4% a valore per un totale di 128,2 milioni di euro di fatturato, confermandosi come segmento con dinamiche molto interessanti.

QUALITÀ ELEVATA

La crescita del settore premia la qualità degli alimenti preconfezionati (secco e umido), negli anni è cresciuta e continua a crescere la consapevolezza che per garantire agli animali da compagnia il corretto apporto nutrizionale

occorre rivolgersi al petfood e non alla dieta casalinga o peggio ai dannosissimi "avanzi". Nell'acquisto dell'umido prevale la caratterizzazione gastronomica, l'interesse a variare le ricette; mentre per quanto riguarda gli alimenti secchi si evidenzia una maggiore attenzione all'aspetto nutrizionale.

In aumento anche il settore del pet care: crescono i prodotti antiparassitari e gli accessori (prodotti per l'igiene, giochi, guinzagli, cucce, gabbie, acquari...).

In particolare i prodotti per l'igiene (shampoo, spazzole, deodoranti ...) presentano un incremento in valore del +3,9%.

L'andamento positivo degli snack e dei prodotti per l'igiene confermano la necessità di garantire ai pet salute e benes-



L'INDUSTRIA SI SCHIERA A FIANCO DEL CONSUMATORE

«Gli animali da compagnia sono a tutti gli effetti membri delle nostre famiglie e il benessere che scaturisce da questa relazione è un fatto confermato da studi scientifici e clinici. Per questo la cura per la loro alimentazione, la loro igiene e il loro benessere fa parte della quotidianità ed è sempre più importante, come conferma la crescita a valore del nostro comparto del +2,4% nel 2014¹. L'industria risponde a questa attenzione impegnandosi costantemente per la qualità e per la sicurezza dei prodotti attraverso procedure di controllo stringenti. Sul fronte istituzionale, le diverse Autorità di controllo vigilano costantemente sulla qualità e sicurezza dei prodotti pet food; in particolare, il Ministero della Salute ha recentemente predisposto l'edizione per il triennio 2015 - 2017 del PNAA², nell'ambito del quale viene svolta una verifica capillare sugli alimenti destinati agli animali (da compagnia e da reddito) in tutte le fasi della produzione, a partire dalle materie prime fino alla commercializzazione, grazie al ruolo fondamentale dei Servizi Veterinari che analizzano migliaia di campioni».

GIANMARCO FERRARI

presidente di Assalco (Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia)

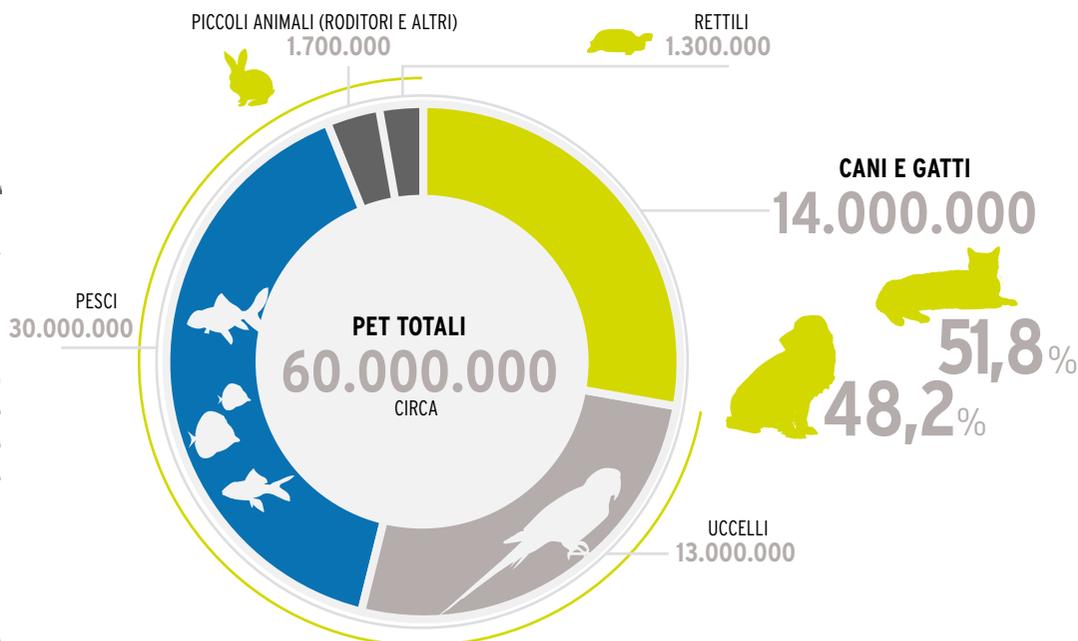
1. IRI Dicembre 2014 - Mass Market

2. PNAA - Piano Nazionale di controllo ufficiale sull'Alimentazione degli Animali predisposto dal Ministero della Salute in collaborazione con le Autorità nazionali di controllo e di analisi per il triennio 2015-2017

LA POPOLAZIONE DEI PET IN ITALIA E IL MERCATO PETCARE

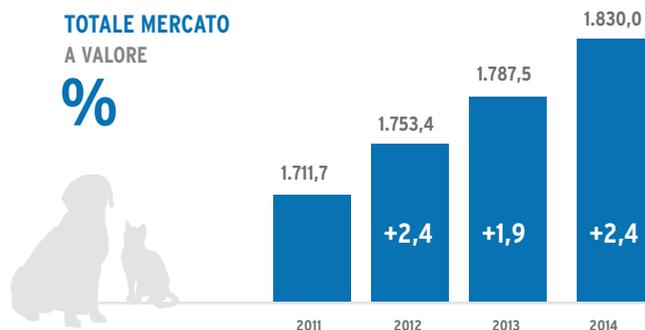
GLI ANIMALI D'AFFEZIONE IN ITALIA

I pet in Italia sono circa 60 milioni e il loro numero è rimasto stabile negli ultimi anni



ALIMENTI PER CANE E GATTO

In Italia il mercato dei prodotti per l'alimentazione degli animali da compagnia chiude il 2014 con un giro d'affari di **1.830 MILIONI DI EURO**



IL MERCATO SI COMPLICHA

Il mercato in valore cresce ma è sempre più complesso: la concorrenza è più agguerrita, i clienti più informati e quindi più esigenti, sempre più attenti al rapporto qualità/prezzo e per tutto questo sono necessarie nuove strategie di vendita. I cambiamenti in questi tempi sono rapidi e, in alcuni casi, bisogna prendere atto delle nuove abitudini ed elaborare nuove idee e soluzioni.

Le promozioni delle vendite attraverso offerte speciali, distribuzione di campioni gratuiti e opuscoli informativi, buoni sconto, consegne a domicilio..., se ben impostate e comunicate portano non solo a un aumento di fatturato, ma soprattutto alla fidelizzazione del cliente che nel punto vendita avrà individuato criteri di affidabilità, serietà e convenienza.

sere e la tendenza a considerarli sempre più parte della famiglia.

Il mercato cresce perché i proprietari di pet sono sempre più attenti alla loro salute e al loro benessere, non rinunciano a garantire ai propri animali un'alimentazione sicura, corretta e bilanciata che si manifesta attraverso la tendenza ad acquistare alimenti di alta qualità, i cosiddetti premium e superpremium, che garantiscono una dieta equilibrata e corretta, in quanto studiati appositamente per le loro esigenze.

Si evidenzia inoltre una variazione dei comportamenti d'acquisto dovuti alla crescente diffusione dei cani di piccola e media taglia che hanno consumi giornalieri più contenuti ma anche alla riduzione degli sprechi che ha determinato il passaggio graduale dai formati medio/grande ai formati monoporzione. ♦

© RIPRODUZIONE RISERVATA



AgriCommercio

& Garden Center

www.agricommerciogardencenter.it

terroevito
WWW.AGRICOLTURA.COM

AgriCommercio
& Garden Center

ColtureProtette
ORTICOLTURA E FLOROVIVAISMO

Conto•terzista
IN AGRICOLTURA

IZ
INFORMATORE
ZOOTECNICO

MMA
MACCHINE E MOTORI AGRICOLI

OlivoeOlio

rivista di
FRUTTICOLTURA
e di ortofloricoltura

RIVISTA DI
Suinicoltura

VIGNEVINI



Edagricole - Edizioni Agricole di New Business Media s.r.l.

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edagricole - Edizioni Agricole di New Business Media s.r.l. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.

edagricole