

**Il settore**

# Non solo cibo, ma benessere quando l'animale è di casa

VITO DE CEGLIA, MILANO

**Il petfood industriale è in forte crescita e gli italiani si mostrano molto diligenti con cani e gatti. Oggi a Bologna il rapporto di Zoomark International**

**P**iù di 20 di italiani hanno un cane o un gatto in famiglia. La maggior parte di loro, oltre l'80%, vive nel nord del Paese. È risulta mediamente un "padrone" diligente e disposto a spendere per il benessere e l'alimentazione del proprio animale da compagnia. A confermarlo sono i numeri del petfood industriale, il segmento principale dell'industria di settore, che ha realizzato nel 2018 un giro d'affari superiore ai 2 miliardi di euro, con un incremento del fatturato del +1,5% rispetto al 2017 e un tasso di crescita superiore a quello del Largo consumo confezionato (+0,1%). A volume, il mercato del petfood non raggiunge il risultato del 2017 ma viaggia in terreno positivo rispetto al biennio 2015-2016.

**INCREMENTO MODERATO**

È quanto emerge dall'ultimo rapporto Assalco-Zoomark, compendio annuale sul mondo dei pet, che sarà presentato oggi a Bologna al convegno inaugurale di Zoomark International 2019, il Salone internazionale b2b sui prodotti e le attrezzature per gli animali da compagnia, organizzato da BolognaFiere dal 6 al 9 maggio. Il rapporto è stato curato da Assalco (Associazione nazionale imprese per l'alimentazione e la cura degli animali da compagnia), Zoomark International, con il contributo di Iri, e Anmvi (Associazione nazionale medici veterinari italiani).

L'analisi segnala che nel 2018 si è avuto un moderato incremento dei prezzi del mercato, legato soprattutto alla composizione del carrello da parte dei clienti che si orienta sempre più verso prodotti premium, di alta qualità, formati più piccoli con un rapporto Euro/Kg più alto, alimenti dietetici nel canale specializzato e prodotti che cavalcano i trend emergenti come bio, naturali, referenze con materie prime selezionate e rigorosamente light. "L'industria del petfood ha saputo farsi interprete delle nuove esigenze degli italiani, sempre più attenti al benessere dei propri animali. E si conferma anche nel 2018 un mercato in salute", spiega Gianmarco Ferrari, presidente di Assalco. "Un mercato che nel periodo 2015-2018 - aggiunge - si è sviluppato con un tasso di crescita annuo composto (Cagr) pari a +2,7% a valore (+1,2% a valore il tasso del Lcc) e +0,9% a volume".

**CANALI DI VENDITA DEL PETFOOD**

Più di un miliardo di euro, cioè il 55,3% del fatturato del cibo per cani e gatti è realizzato attraverso il canale grocery (ipermercati, supermercati, Lsp, micro market inferiori a 100 mq e discount). Canale che nel 2018 riporta una lieve crescita del fatturato (+0,4%), grazie ai supermercati (+0,8%) e ai discount (+1,3%), ma con una riduzione dei volumi (-2,2%). Corrono gli affari delle catene petshop specializzate (+10,1% a valore e +7,3% a volume). Mentre i petshop tradizionali mostrano ricavi in linea con il 2017 e una flessione dei volumi (-1%). Rispetto alla Gdo, gli altri due canali si confermano a più alta redditività. Nel frattempo, l'e-commerce si segnala come il comparto più dinamico per l'acquisto di alimenti per cani e gatti. Il fatturato nel 2018 raggiunge 8,3 milioni di euro, crescendo il doppio rispetto ad un anno prima. Rappresenta il 52,3% del totale mercato (grocery, petshop tradizionale e catene) con un fatturato di 1,1 miliardi di euro (+0,7%

verso il 2017). A volume gli alimenti per gatto realizzano 251.248 tonnellate, il 44,5% del totale mercato. Gli alimenti per cane pesano a valore il 47,7%, quasi 993 milioni di euro. Nel 2018 tutti i principali segmenti (umido, secco, snack&treat) degli alimenti per cani e gatti registrano però trend a valore positivi o in linea con l'anno precedente. Il segmento degli alimenti umidi, con un fatturato stabile rispetto allo scorso anno, è ancora il più importante (vale il 48,1% sul totale del mercato). Cresce, invece, di 2,5% il giro d'affari degli alimenti secchi fino a pesare quasi 900 milioni di euro sul totale mercato. Gli snack funzionali e fuoripasto continuano a mostrare dinamiche positive (+5,4% a valore). Le migliori performance si riscontrano nelle catene, dove gli snack gatti crescono del +11% e gli snack cani del 15,2%. Per quanto riguarda le confezioni, il sacco e la lattina evidenziano le vendite maggiori cross canale (50,3% la quota a valore per il sacco e 21,9% la quota a valore della lattina).

**CURA DELLA SALUTE E ALIMENTAZIONE**

Il rapporto degli italiani con i propri animali è diligente e responsabile. Quasi il 90% dei proprietari dei cani e 1 proprietario di gatto su 2, nonostante per questi ultimi non sia obbligatorio, registra il proprio pet all'anagrafe. Il 30%, secondo il Censis, li considera come figli. Anche la cura dell'alimentazione è centrale: il 76% dei cani e il 90% dei gatti viene oggi nutrito con alimenti industriali. "Non dimentichiamo che, se oggi l'aspet-



tativa di vita degli animali da compagnia è sensibilmente aumentata, lo si deve ad un'alimentazione equilibrata che il petfood e le diete specifiche per determinate patologie possono garantire”, spiega il presidente Anmvi, Marco Melosi. Che conclude: “In questi anni l'attenzione nei confronti degli animali è cresciuta molto, però resiste una criticità: sono ancora pochi i proprietari che fanno visite di prevenzione ai loro pet”.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

