



BOLOGNAFIERE - ITALY 9-12 MAGGIO/MAY 2013

COMUNICATO STAMPA

L'ALTRA META' DEL MERCATO: IL NO FOOD PER GLI ANIMALI DA COMPAGNIA

I risultati della prima ricerca nel comparto comfort del no food realizzata per Zoomark, il Salone internazionale dei prodotti e delle attrezzature per gli animali da compagnia organizzato da BolognaFiere (la 15° edizione dal 9 al 12 maggio 2013 a Bologna).

L'analisi, centrata sui petshop, ne mette in luce l'evoluzione e presenta gli articoli che guidano il pet marketing no food.

I cani il target privilegiato, gli articoli di guinzaglieria quelli più venduti (43,6%). Al secondo posto l'abbigliamento (28%) con i prodotti di alta gamma che guidano le vendite nei petshop decisamente orientati al no food

Bologna, novembre 2012

Il no food nel comparto comfort per gli animali da compagnia cioè gli accessori, i prodotti per l'igiene, la bellezza, l'abbigliamento, il gioco **si impone all'attenzione del mercato a partire dal 2000. E' questo infatti l'anno del boom dei petshop** che mettendo in campo conoscenze e competenze si propongono come gli specialisti del mondo pet. Fra quelli presi in considerazione dalla ricerca, 6 petshop su 10 hanno infatti iniziato l'attività a partire da questa data.

Dal 2010 però la scelta di puntare sui prodotti no food si precisa, a conferma che gli animali da compagnia conquistano un ruolo sempre più importante all'interno delle famiglie italiane che a loro dedicano cure e attenzioni che riguardano tutti gli aspetti del benessere. **Il 38% dei negozi aperti dopo il 2010 dichiara infatti un'incidenza di vendita di questi articoli che supera il 40% (contro il 34% di incidenza media).**

Target privilegiato il cane (96,2%), al secondo posto il gatto (94,8%). Seguono i piccoli mammiferi (84,6%), gli uccelli (81,2%), i pesci (75,4%), rettili, tartarughe e anfibi (70,9%) e conigli (58,7%). **Un esercizio su tre dichiara di dedicare al cane il 50% degli articoli e la percentuale viene superata in quelli avviati dopo il 2010.**

Gli articoli di guinzaglieria sono i più venduti (43,6%) In particolare, se il guinzaglio viene acquistato **nei petshop dove prevalgono prodotti no food è la qualità** dei materiali a guidare l'acquisto (81,5%) negli altri casi l'attenzione è rivolta al **prezzo** (73,1%).

Al secondo posto troviamo l'abbigliamento (28%). Seguono accessori e arredi (17,1%), cucce e trasportini (6,3%).

In generale tra i fattori determinanti nell'acquisto **di prodotti di abbigliamento** troviamo al primo posto il prezzo (77,3%), seguito dalla praticità (71,5%) e, a distanza, dalla qualità dei tessuti e dei materiali (55,4%) e dalla funzionalità (51,9%). E' però **interessante il fenomeno dell'abbigliamento di alta gamma, un indicatore importante del trend evolutivo di questo mercato.** Nel 51,7% degli esercizi interpellati, questi articoli rappresentano fino al 10% dell'offerta ma **prendendo in considerazione i petshop aperti dopo il 2010 e decisamente orientati al no food, il 23,4% degli intervistati dichiara che le vendite di alta gamma superano il 50%.**

La qualità è al primo posto nella scelta di **articoli di igiene e cosmesi** (74,2%) seguita dall'**efficacia** (61%) e dal **prezzo** (48,3%).

Per i gatti la vendita è polarizzata su lettiere e toilette (50,7% degli intervistati) e su accessori e arredi (41,4%).

Le valutazioni degli intervistati sul mercato dei prodotti no food prefigurano un settore che tiene, nonostante la crisi economica: lo dichiara "costante" il 41,2% degli intervistati. Più ottimisti i titolari di petshop che hanno avviato l'attività in tempi recenti: il 31% lo ritiene in crescita.

La sintesi della ricerca e il rapporto completo sul sito <http://www.zoomark.it/area stampa>

I NUMERI DI QUESTO MERCATO

Animali da compagnia: oltre 60 milioni

7 milioni di cani, 7.400.000 gatti, 2 milioni di piccoli mammiferi, 1 milione di animali da terrario, 30 milioni di pesci e 13 milioni di uccelli

Valore stimato del mercato totale: 3.400 milioni di euro

1.700 milioni di euro comparto alimentazione

1.700 milioni di euro comparto no food (pet comfort + pet care)

Si occupano di animali da compagnia: 63.000 persone

negozi specializzati e catene, industrie, grossisti, importatori, forza vendita, ambulatori veterinari, garden, gdo, negozi di caccia e pesca.

Zoomark International è un evento organizzato da BolognaFiere con la segreteria operativa e commerciale di Piesse S.r.l.

UFFICIO STAMPA: GB Studio - Milano

Gabriella Bonvini - Elena Brambilla

Tel 02.70600135 – press@zoomark.it