



an event by



Official Partner

RAPPORTO ASSALCO - ZOOMARK 2015 ALIMENTAZIONE E CURA DEGLI ANIMALI DA COMPAGNIA

Pet: cittadini di serie A

SINTESI

Con la collaborazione di



SINTESI PER LA STAMPA

Il Rapporto ASSALCO – ZOOMARK 2015 sull'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia è realizzato dalla Associazione Nazionale tra le Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia (ASSALCO) e Zoomark International, il salone internazionale dei prodotti e delle attrezzature per gli animali da compagnia, evento organizzato da **Bologna Fiere**, in collaborazione con **l'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (ANMVI)** e **IRI Information Resources**. Appuntamento annuale per chi si occupa di animali da compagnia, il Rapporto è un **osservatorio privilegiato sul mercato del petcare e sul mondo degli animali da compagnia in generale**, realizzato con la collaborazione di alcuni tra i principali esponenti del settore e supportato da evidenze scientifiche, ricerche e contributi di esperti.

1 – MERCATO ITALIA

Un giro d'affari di **1.830 milioni di euro**, per un totale di **544.000 tonnellate commercializzate**. Sono questi i numeri del mercato italiano del pet food per cani e gatti, il segmento principale del mercato dei prodotti per l'alimentazione e la cura degli animali da compagnia nel 2014. Si mantiene **positivo il trend delle dinamiche a valore, che fa segnare una crescita significativa del 2,4%** rispetto all'anno precedente, crescita peraltro superiore a quella già rilevata nel 2013 (+1,9% rispetto al 2012)¹. La variazione dei comportamenti d'acquisto dovuti alla crescente diffusione di animali di piccola/media taglia che hanno consumi giornalieri più contenuti e la riduzione degli sprechi che ha determinato il conseguente passaggio graduale dai formati medi ai formati monoporzione (dal medium al single serve) si riflettono nella flessione dei volumi (-1,2%).

Per quanto riguarda i comportamenti d'acquisto, i proprietari sono sempre più attenti alla salute e al benessere degli animali: crescono gli alimenti premium e superpremium e ad alto contenuto di funzionalità che consentono un'alimentazione corretta ed equilibrata. Nella grande distribuzione crescono tutti i segmenti ad eccezione degli alimenti per altri animali, che flettono di quasi 6 punti percentuali a valore. **Crescono invece i prodotti antiparassitari e gli accessori, in particolare i prodotti per l'igiene, che fanno segnare un incremento di valore del 3,9% rispetto al 2013**. L'andamento positivo dei prodotti per la cura degli animali da compagnia congiuntamente a quello degli snack per l'igiene orale provano la tendenza a considerare i pet sempre più parte della famiglia.

Dinamico anche il segmento degli **snack funzionali (in particolare quelli per l'igiene orale) e dei fuori pasto, che nelle catene pet shop aumentano per i gatti del 17,5%, per i cani del 24,6%**.

1 IRI Information Resources, dicembre 2014, totale Italia.

Il **mercato degli alimenti per gatto**, dove i proprietari sono particolarmente attenti alle preferenze dei propri animali, **rappresenta il 54% del totale, per un valore di 992 milioni di euro**. Il **mercato degli alimenti per cane rappresenta il 46% del totale, con circa 838 milioni di euro**: nell'indagine si rileva una maggiore consapevolezza dei proprietari per una corretta alimentazione quale elemento fondamentale di tutela della salute e del benessere dell'animale, che fanno particolare attenzione ai consigli del veterinario.

Oltre la metà delle vendite dei canali Grocery e Petshop Tradizionale² si concentrano geograficamente nel Nord Italia (53,2%), in particolare nell'area Nord Ovest, che assorbe quasi un terzo dei volumi totali (32,7%) e fa segnare la maggiore variazione rispetto al 2013 seguono Centro e Sardegna con il 28,6%, Nord Est con il 20,5% e Sud con il 18,2%.

Dati in netta crescita nella grande distribuzione per gli accessori, che fanno segnare un incremento a valore del 3,9% e un aumento a volume del 2,7%: al dicembre 2014 il valore degli accessori è pari a circa 66 milioni di euro. I canali Iper e Super coprono in gran parte l'ammontare del mercato degli accessori, con il 97% per volumi e fatturato. Questo trend positivo è trainato dall'igiene animali, che comprende shampoo, spazzole, ossi masticabili e per dentizione, deodoranti e tutto ciò che ha a che fare con la cura e la bellezza, con un 12,8% di crescita a valore e un 10,7% a volume rispetto al 2013.

2 - MERCATI ESTERI

A livello globale il valore totale del mercato pet (pet food, prodotti e accessori) è di quasi 100 miliardi di euro, in forte crescita (+10%) negli ultimi 5 anni e con un aumento di 18,5 miliardi di euro negli ultimi 10 anni³. Da padrone la fanno gli alimenti per cane, che rappresentano circa la metà del mercato totale, con vendite che superano i 41 miliardi di euro nel 2014, con un segmento snack del valore di 5,5 miliardi di euro. Gli alimenti per gatto si attestano a 25 miliardi di euro, con un segmento snack pari a 900 milioni di euro. Gli alimenti per cani e gatti di fascia premium continuano a guadagnare quote di mercato: rappresentano oggi il 20% delle vendite complessive, contro il 18% degli alimenti di fascia economy e il 62% degli alimenti di fascia media. Cresce la distribuzione dei prodotti pet nei supermercati, con vendite per 19 miliardi di euro, e gli ipermercati a 13 miliardi di euro⁴, mentre pet shop e catene si mantengono saldi con valori a 16,5 miliardi di euro e 14 miliardi di euro, rispettivamente, con gli Stati Uniti in quest'ultimo canale distributivo che primeggiano globalmente con il 63% delle vendite.

² Unici canali distributivi rilevati nell'indagine IRI.

³ Euromonitor International, 2014.

⁴ http://www.petfoodindustry.com/Global_update_premium_petfood_sales_projected_to_continue_growth_through_2019.html

Stati Uniti

Negli ultimi 20 anni negli Stati Uniti la percentuale di proprietari di animali da compagnia è più che raddoppiata: ben 79,7 milioni di famiglie oggi vivono con un “pet”; il 10% sono nuovi proprietari e appartengono principalmente alle Generazioni X⁵ e Y⁶. Secondo una indagine dell'Associazione americana dei produttori di prodotti per animali da compagnia⁷ il 74% degli intervistati non ha mutato la propensione a spendere per il benessere dei propri animali seppure in tempo di crisi. In **USA si stima un mercato di 83 milioni di cani, 96 milioni di gatti, 21 milioni di uccelli, 18 milioni di roditori, circa 160 milioni di pesci e 11 milioni di rettili**⁸. Sempre negli USA sta diventando consuetudine portare con sé il proprio pet, cosa che fa negli hotel pet-friendly il 28% degli intervistati, ma anche nei ristoranti con ingresso consentito ai cani il 9% e sul posto di lavoro l'8%⁹. **Non solo, gli americani sono convinti che i propri pet abbiano un effetto benefico sulla salute: lo pensa il 64% dei proprietari e il 97% di 1.000 medici di famiglia coinvolti in una indagine realizzata nel 2014 nel contesto della Human Animal Bond Research Initiative**¹⁰, che si dicono anche propensi a raccomandare l'adozione di un pet per migliorare la salute dei pazienti (60% dei medici intervistati).

Nel 2014 il mercato USA è cresciuto del 4,2% rispetto al 2013, con una spesa complessiva che va dall'acquisto dell'animale all'acquisto di alimenti, snack, accessori, prodotti per l'igiene, cura e servizi di quasi 54 miliardi di euro, così suddivisi: 20,6 miliardi di euro per gli alimenti; 12,7 miliardi di euro per medicinali veterinari da banco; 13,9 miliardi di euro per cure veterinarie; 3,17 miliardi di euro per altri servizi come toelettatura e pensione; quasi 2 miliardi di euro per l'acquisto di animali vivi¹¹. Per quanto riguarda il mercato degli alimenti, le vendite sono cresciute dell'1% nel 2014 rispetto al 2013.

Europa Occidentale

In Europa si contano più di 200 milioni di pet, di cui 66 milioni di gatti, 60 milioni di cani, 39 milioni di uccelli, 21 milioni di roditori, 9 milioni di acquari e 7 milioni di rettili¹². Analizzando i soli dati del Mass Market, è possibile notare come nel 2014, per la prima volta dopo anni di crescita, la macrocategoria del pet care (intesa qui come alimenti per cani, gatti, altri animali e accessori) subisca un freno a livello europeo. Tra i Paesi rilevati da IRI, gli unici a mostrare un **trend positivo sono la Francia e l'Italia che, in questo contesto, è il mercato con le dinamiche migliori (+1,3% rispetto all'anno precedente).**

5 Nati tra il 1960 e il 1980.

6 Nati tra il 1980 e il 2000.

7 APPA - 2015-2016 National Pet Owners Survey.

8 Ibidem.

9 Ibidem.

10 Human Animal Bond Research Initiative (HABRI) - http://www.habri.org/docs/HABRI_Physicians_Survey.pdf.

11 APPA - 2015-2016 National Pet Owners Survey.

12 FEDIAF 2012.

Il segmento degli alimenti per gatti, che nel Mass Market rappresenta il core business della categoria pet food a livello europeo, pari alla metà delle vendite della macrocategoria pet care (50%), fa segnare una flessione negativa del -0,5% di fatturato rispetto al 2013 (-19,5 milioni di euro), così come gli alimenti per cani (-7,6 milioni di euro) e gli altri cibi per animali (-24 milioni di euro), mentre risulta **buona la crescita degli accessori (+2,5%), per un valore incrementale complessivo di +20,3 milioni di euro nel 2014**. Fra i lanci che beneficiano di particolare innovazione vi sono gli snack dedicati all'igiene orale.

Europa Orientale

Partendo da una base molto bassa, il mercato pet care dell'Europa orientale mostra una forte crescita negli ultimi anni¹³. Il pet viene considerato un membro della famiglia, per questo il proprietario si preoccupa sempre di più della sua salute e del suo benessere prediligendo il pet food industriale agli scarti e all'alimentazione casalinga e dando luogo a un incremento di vendite di prodotti premium soprattutto negli alimenti per cani e gatti. In questa regione si registrano una forte polarizzazione e differenze molto significative da paese a paese: da un lato vi sono mercati caratterizzati da una spesa media relativamente alta ma con una crescita lenta (in particolare in Ungheria e nella Repubblica Ceca), dall'altro mercati con spesa media relativamente bassa ma con una crescita più significativa (in particolare in Russia e in Romania). A dominare il mercato è senza dubbio il gatto, con vendite per snack cresciute del 30% nel quadriennio 2009-2014 e del 15% per i prodotti premium¹⁴. Da segnalarsi la forte crescita del segmento dei prodotti per la salute e il benessere in particolare in Ungheria e nella Repubblica Ceca¹⁵.

Sud Est Asiatico

Il mercato del Sud Est Asiatico vale 880 milioni di euro¹⁶, previsti in crescita del 6,8% da qui al 2020¹⁷. A dominare è la Thailandia, che detiene attualmente il 43,2% del mercato, con Filippine e Vietnam destinati ad avere un ruolo sempre più di spicco. Il 51,6% del mercato è detenuto dagli alimenti per cani, con una previsione di crescita del 6,7% nel periodo considerato, con gli elementi di fascia premium in maggiore espansione, nonostante quelli di fascia media ed economy prevalgano ancora sul totale. La maggior parte dei prodotti pet sono venduti nei supermercati, ma sono le cliniche veterinarie dotate di "pet corner" a registrare la crescita più rapida e importante, a dimostrazione del fatto che i consumatori cercano prodotti di qualità per la salute e il benessere dei pet, preferendo punti vendita dove possono avere consigli dagli esperti.

13 Euromonitor International.

14 http://www.petfoodindustry.com/Global_update_premium_petfood_sales_projected_to_continue_growth_through_2019.html.

15 Euromonitor International.

16 Future Market Insight (FMI), Southeast Asia pet care – Market analysis and opportunity assessment, 2014-2010.

17 Tasso di crescita annuale composto (CAGR).

America Latina

L'America Latina rappresenta il più grande mercato in via di sviluppo, certo trainato dal Brasile, uno dei mercati più importanti a livello mondiale. Nel contesto latinoamericano è il segmento pet food secco per il cane a detenere il primato, con il 75% di quota di mercato¹⁸: da non sottovalutare la crescita veloce (al passo di Brasile e Russia) del Messico, già leader a livello mondiale in questo segmento, insieme a USA, Brasile, Giappone e Francia.

Brasile

È sicuramente il Brasile il mercato internazionale cresciuto più velocemente negli ultimi anni: secondo soltanto agli Stati Uniti, oggi **detiene l'8% del mercato mondiale, con 4,5 miliardi di euro registrati nel 2014**¹⁹. L'espansione del mercato è attribuibile alla crescita del reddito medio disponibile delle famiglie e allo sviluppo della classe media, che rendono oggi i brasiliani più disposti all'adozione di pet, con la diffusione di una cultura della salute e del benessere degli animali che traina le vendite di pet food e di accessori per la salute e l'igiene. Secondo paese al mondo per numero di cani e di gatti, quinto per numero complessivo di animali da compagnia, in Brasile vivono attualmente 106 milioni di pet, tra cui 37 milioni di cani, 21 milioni di gatti, 19 milioni di uccelli e 26 milioni di pesci²⁰. Il pet food rappresenta il 65,7% del totale del mercato interno: tra il 2008 e il 2013 le vendite a valore di alimenti per cane sono cresciute da 2,7 miliardi di euro a 4,4 miliardi di euro²¹; altrettanto importante l'aumento nelle vendite di alimenti per gatti, che sono passate dai 494 miliardi di euro del 2008 ai 775 miliardi di euro del 2013; le vendite complessive dei prodotti per la cura e l'igiene hanno raggiunto nel 2013 la quota di 6,65 miliardi di euro, grazie soprattutto alla crescita dei prodotti per la salute e il benessere.

Russia

Aumenta il reddito pro capite e si espande la classe media in Russia, con spese medie mensili delle famiglie per gli animali da compagnia intorno ai 46 euro, tanto da portare il mercato pet nazionale a 2,4 miliardi di euro²². Sono 67 milioni i pet in Russia, di cui 36 milioni cani e gatti, posseduti rispettivamente dal 28% e dal 37% delle famiglie. **Il mercato degli alimenti per animali da compagnia cresce annualmente dell'8,7%, con previsione di raggiungere i 2 miliardi di euro nel 2015.** Forte la crescita della fascia premium di alimenti per cani e gatti, con vendite in incremento del +66% fra 2009 e 2014, oltre a un sensibile aumento delle fasce media (+49%) ed economy (+34%); nello stesso periodo si nota un incremento dei fuori pasto, con snack per gatto che arrivano a registrare vendite per 28,7 milioni di euro e snack per cani di 51,8 milioni di euro.

18 http://www.petfoodindustry.com/Emerging_petfood_markets_Latin_America.html.

19 Euromonitor International.

20 ABINPET.

21 Euromonitor International.

22 Euromonitor - Pets International Settembre 2014.

India

Caratterizzato da una rapida urbanizzazione e da un **crescente numero di adozioni di pet**, l'India si mostra uno dei paesi più dinamici nell'industria degli alimenti e prodotti per animali, con **un mercato pet del valore di oltre 96 milioni di euro**²³. La popolazione pet è in crescita, con 13 milioni di esemplari, di cui 8 milioni di cani, seguiti dai gatti, con differenti distribuzioni nelle diverse regioni del paese: più di 600.000 i pet adottati annualmente dalle famiglie, specialmente da quelle più agiate. Il pet food rappresenta l'80% del mercato totale indiano, con il segmento degli alimenti per cani prevalente in termini di vendite, seguito dagli alimenti per gatti e dagli alimenti per pesce²⁴. Nonostante il basso potere d'acquisto dei consumatori locali, gli snack iniziano a ritagliarsi quote di mercato.

Cina

Il mercato del pet care in Cina registra vendite per oltre 1 miliardo di euro, in crescita anche nel 2014 grazie alla domanda sempre maggiore di pet food e prodotti per animali e a una popolazione pet in costante aumento²⁵. I principali driver della crescita sono il graduale aumento del tasso di penetrazione del pet food e una più diffusa conoscenza e consapevolezza delle esigenze degli animali, oltre a una maggiore disponibilità economica legata a un'economia locale tuttora in espansione. Il pet food rappresenta ancora solo il 37% del mercato totale, ma sono 33 milioni le famiglie cinesi che possiedono almeno un cane o un gatto. Secondo recenti stime in Cina vivrebbero oltre 288 milioni di pet, dei quali 27 milioni sono cani e 11 milioni gatti. La crescita del numero di persone che scelgono di vivere con un pet è dovuto al crescente numero di famiglie senza figli e all'aumento delle persone con età superiore ai 60 anni. Le vendite di pet food sono aumentate tra il 5% e il 12%, a seconda del segmento considerato²⁶, mentre le vendite di alimenti premium sono in crescita con valori fra il +10% e il +13%.

3 - PET&SALUTE

Secondo la ricerca realizzata dal CNR di Milano nel febbraio 2015 e pubblicata su Biological Psychology²⁷ gli animali hanno uno "status" speciale per il nostro cervello, che riesce a distinguerli dagli oggetti inanimati prima ancora che ne abbiamo consapevolezza, con un processo di elaborazione rapido e automatico. Ciò spiega la preferenza dei bambini per gli animali e per ciò che li raffigura, come peluche e cartoni animati (vedi il successo di Peppa Pig). Il legame che si può instaurare tra animali da compagnia ed esseri umani è una relazione dinamica di reciproco beneficio. Sulla base di osservazioni scientifiche e cliniche sempre più numerose, gli animali vengono utilizzati in pratiche

23 Euromonitor International.

24 Research and Markets - India Pet Food Market Forecast and Opportunities, 2019.

25 Euromonitor International.

26 Euromonitor International.

27 Zani A, Marsili G, Senerchia A, Orlandi A, Citron FMM, Rizzi E, Proverbio, ERP signs of categorical and supra-categorical processing of visual information, doi:10.1016/j.biopsycho.2014.11.012

terapeutiche e riabilitative destinate a malati, bambini, anziani, attraverso sessioni di “pet therapy”, che possono affiancare la medicina tradizionale.

La **pet therapy** permette di realizzare attività che apportano beneficio e cambiamento positivo nella persona. Per favorire la corretta relazione uomo-animale con valenza terapeutica, educativa e ludico-ricreativa, in Italia Stato e Regioni promuovono la diffusione degli Interventi Assistiti con Animali (IAA) in forma di Terapie Assistite con Animali (TAA), Educazione Assistita con Animali (EAA) e Attività Assistite con Animali (AAA).

Progetti di pet therapy sono attivi in strutture sanitarie come l’**Ospedale Niguarda di Milano**, l’**Ospedale Cardarelli di Napoli**, l’**Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze**, ma anche in **comunità di recupero come quella di San Patrignano** e presso Scuole, RSA e Istituti penitenziari. Singolare in questo senso l’esperienza della **II Casa di Reclusione di Milano – Carcere di Bollate**, dove il dipartimento di Scienze veterinarie e Sanità pubblica dell’Università Statale di Milano coordina un progetto di pet therapy per le persone sottoposte a misure restrittive nella forma di un corso per operatori di “dog sitter”, che si pone l’obiettivo di legare la crescita culturale e il reinserimento sociale e lavorativo dei detenuti al recupero dei cani ospiti nei canili²⁸. **In ogni Regione è attivo almeno un progetto di terapia assistita con animale: il Friuli Venezia Giulia si è dato Linee Guida per le pratiche di pet therapy nell’ottobre 2014, mentre la Regione Toscana ha approvato nel dicembre 2014 alcune regole** per permettere ai pazienti ricoverati in ospedale di ricevere la visita dei pet, nel rispetto delle esigenze sanitarie e ambientali, dei pazienti e del benessere animale²⁹. Le Linee Guida Nazionali sono in via di definizione.

Secondo la Società Culturale Italiana Veterinari per Animali da Compagnia (SCIVAC)³⁰, uno dei compiti del veterinario è quello di prevenire le patologie, prima ancora di curarle, fornendo al cliente le linee guida necessarie per mantenere il proprio pet in buona salute. In questo contesto, una particolare attenzione va prestata all’alimentazione, visto che il modo in cui nutriamo i nostri animali ne determina più di qualsiasi altra variabile lo stato di salute e le aspettative di vita³¹.

Come dimostra abbondantemente la ricerca scientifica internazionale, **l’utilizzo di alimenti correttamente bilanciati ha permesso di ridurre l’incidenza di patologie associate a carenze o squilibri di determinati componenti nutrizionali**: per numerose condizioni patologiche, il medico veterinario ha a disposizione un alimento dietetico completo in grado di

28 “Cani dentro e ...fuori” è il nome del progetto, promosso in collaborazione con il Centro Sportivo Educativo Nazionale, ente nazionale riconosciuto dal CONI, insieme alle onlus “Cani Dentro” e “Cercapadrone”.

29 Delibera N 1233 del 22-12-2014 Regione Toscana.

30 La SCIVAC (Società Culturale Italiana Veterinari per Animali da Compagnia), fondata nel 1984, è la più grande Società Scientifica Veterinaria d’Italia. Finalizzata all’educazione scientifico-professionale dei propri iscritti, oltre che alla salvaguardia degli interessi del Medico Veterinario e alla tutela della dignità e della considerazione pubblica della categoria, propone annualmente un piano di appuntamenti scientifici articolati in Congressi e Seminari Nazionali, Seminari Regionali, Iniziative delle Società Specialistiche, Corsi Pratici, Itinerari Didattici, al quale si affianca un consistente impegno editoriale che copre una vasta gamma di pubblicazioni scientifiche.

31 Zoran, Debra L, et C A Tony Buffington. 2011. «Effects of nutrition choices and lifestyle changes on the well-being of cats, a carnivore that has moved indoors». Journal of the American Veterinary Medical Association 239 (5): 596 606.

contribuire a risolvere o minimizzare la sintomatologia, rendendo l'alimentazione un vero e proprio strumento di salute per gli animali³². Recenti studi evidenziano ad esempio che cani e gatti affetti da insufficienza renale cronica, alimentati con specifici alimenti dietetici presentano un miglioramento della funzionalità renale e un aumento dei tempi di sopravvivenza medi³³.

Il Piano Nazionale di controllo ufficiale sull'Alimentazione degli Animali (PNAA)

In ragione dell'importanza che l'alimentazione riveste per la salute e il benessere degli animali da compagnia, **il pet food rientra tra i prodotti verificati regolarmente dalle Autorità. Uno dei normali controlli svolti dalle Autorità competenti è attuato nell'ambito del Piano Nazionale di controllo ufficiale sull'Alimentazione degli Animali (PNAA), a cura del Ministero della Salute in collaborazione con le principali Autorità nazionali di controllo, di cui è stata recentemente predisposta l'edizione per il triennio 2015 - 2017.** Obiettivo del documento è quello di istituire un sistema ufficiale di controllo degli alimenti per animali lungo l'intera filiera per conseguire un elevato livello di protezione della salute umana, animale e dell'ambiente, in ottemperanza alle normative comunitarie.

Il Piano contiene disposizioni coerenti e complete per raggiungere gli obiettivi prefissati sulla sicurezza degli alimenti per gli animali, compresi quelli da compagnia, sempre più membri della famiglia e sempre più presenti nella nostra società, e armonizzare l'organizzazione generale dei controlli a livello territoriale, nonché le procedure e le azioni da intraprendere in caso di non conformità.

Dal Rapporto sui controlli ufficiali nell'anno 2013³⁴, in cui i Servizi Veterinari sono stati impegnati in una importante ma consueta attività di campionamento effettuata a tutti i livelli dalla produzione alla commercializzazione di prodotti destinati sia ad animali da compagnia che da reddito, **su un totale di 10.700 campioni prelevati soltanto lo 0,55% sono risultati non conformi alla normativa.** Siamo quindi di fronte alla conferma della meticolosa attenzione dell'industria del pet food nella realizzazione di prodotti sicuri, non soltanto in risposta alla normativa ma anche grazie all'implementazione di manuali di autoregolamentazione di respiro europeo³⁵.

Secondo una **recente indagine dell'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (ANMVI)³⁶**, in Italia sono presenti oltre 7.000 strutture veterinarie, che possiamo distinguere in cinque tipologie: lo studio medico (che non offre prestazioni chirurgiche), l'ambulatorio medico (che rappresenta il 77% circa del totale strutture), la clinica e casa di

32 O'Brien, Teresa, David G. Thomas, Patrick C. H. Morel, et Kay J. Rutherford-Markwick. 2015. « Moderate Dietary Supplementation with Vitamin E Enhances Lymphocyte Functionality in the Adult Cat ». Research in Veterinary Science, janvier. doi:10.1016/j.rvsc.2015.01.007

33 ELLIOTT DA "Nutritional management of chronic renal disease in dogs and cats", Vet Clin North Am Small Anim Pract. 2006 Nov;36(6):1377-84,

34 "Rapporto sui controlli ufficiali nel settore dell'alimentazione animale eseguiti nell'anno 2013" http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_2267_allegato.pdf

35 Federazione Europea delle Industrie per Alimenti per animali da compagnia (FEDIAF), "Manuale di Buone Pratiche di Produzione".

36 ANMVI, 2014.

cura (con possibilità di degenza dell'animale, rappresentano il 13% del totale), l'ospedale privato (con possibilità di servizi di pronto soccorso e laboratorio), il laboratorio di analisi. Oltre alle visite generiche, di controllo e preventive, effettuate dalla totalità delle strutture (99,3%), il 94% eroga anche prestazioni di chirurgia di base, mentre il 41% può fornire prestazioni radiologiche specialistiche; significativa la percentuale che offre servizi di consulenza comportamentale (4%), nuovo ramo della veterinaria destinato a crescere.

4 - IL PET CITTADINO DI SERIE A

Sono quasi **60,5 milioni i pet nelle case degli Italiani, di cui 14 milioni fra cani e gatti, 13 milioni di uccelli, 30 milioni di pesci e circa 3 milioni fra rettili, roditori e altri piccoli animali**. Sono i dati rilevati da Euromonitor nel giugno 2014³⁷, che attestano sostanzialmente una stabilità generale negli anni. Per quanto riguarda i cani, risultano iscritti all'Anagrafe (obbligatoria ormai da 24 anni) 7,7 milioni di esemplari.

Dall'indagine GfK Eurisko³⁸ condotta nel 2015 per conto di Assalco su 1.000 persone rappresentative della popolazione nazionale, risulta che **334 di queste possiedono un cane o un gatto**. Alla domanda su quali sentimenti i pet portino, gli intervistati hanno risposto così: **serenità e gioia (43%), allegria e divertimento (36%), pace e tranquillità (16%), sicurezza (6%)**. Va notato che fra i proprietari più giovani prevalgono le emozioni di allegria e divertimento, mentre le emozioni di serenità, gioia, pace e tranquillità appartengono di più al target adulto. In generale, **gli Italiani non proprietari risultano d'accordo con chi vive con un pet sul fatto che questi possano migliorare la qualità della vita in diversi modi**: stimolano a svolgere attività fisica (94% dei proprietari, contro l'87% dei non proprietari); hanno effetti positivi sulla salute psicologica (95% vs 86%); possono favorire la socialità e la comunicazione (81% vs 79%); possono produrre effetti positivi sulla salute fisica (74% vs 67%) e stimolare l'intelligenza (76% vs 67%).

Le impressioni rilevate sono confermate dalla ricerca scientifica internazionale, con studi che dimostrano ad esempio l'utilità della pet therapy anche in casi di autismo³⁹, non soltanto grazie a cani e gatti ma anche a pesci, come emerge da uno studio dell'Università della California sui benefici dell'acquariologia⁴⁰, e, in un contesto clinico più propriamente psichiatrico, dallo studio del Neurobehavioral Research Laboratory and Clinic (NRLC) su un progetto di "acquarioterapia": del resto da tempo sono noti i benefici della "contemplazione dei pesci" in un acquario, che possono ridurre i livelli di stress e di ansia⁴¹, la tensione muscolare e la frequenza cardiaca⁴².

37 Euromonitor, Giugno 2014

38 GfK Eurisko per il Rapporto Assalco - Zoomark 2015

39 Ricerca pubblicata su Ethos - Journal of the society for psychological anthropology, Marzo 2010 - Solomon, O. (2010), What a Dog Can Do: Children with Autism and Therapy Dogs in Social Interaction. Ethos, 38: 143-166. doi: 10.1111/j.1548-1352.2010.01085.x

40 Aline H. Kidd and Robert M. Kidd (1999), Benefits, problems, and characteristics of home aquarium owners. Psychological reports: volume 84, issue, pp. 998-1004. Doi: 10.2466/pr0.1999.84.3.998

41 Nancy Edwards, Purdue University, giugno 1999, <http://www.purdue.edu/uns/html4ever/1999/990628.Edwards.fish.html>

42 DeSchriver, Mary M.; Riddick, Carol Cutler, Effects of Watching Aquariums on Elders' Stress, Anthrozoos: A Multidisciplinary Journal of The Interactions of People & Animals, Volume 4, Number 1, 1990, pp. 44-48(5)

<http://www.ingentaconnect.com/content/bloomsbury/azoos/1990/00000004/00000001/art00006>

Benefici che tutti quanti possono permettersi, perché – sempre secondo l'indagine GfK Eurisko del 2015 – vivere con un cane o un gatto non è particolarmente costoso: in altri termini **“il pet è democratico”**. Secondo un'altra indagine⁴³, per il 65% degli italiani tutti possono permettersi la compagnia di un cane o di un gatto. **Le uniche spese dei bilanci familiari dei proprietari sono quelle legate ai farmaci a uso veterinario, dato che l'IVA su pet food e spese veterinarie pesa al 22%, un “record di pressione fiscale” riconosciuto dallo stesso OCSE.**

Pet 2.0

I contenuti presenti online relativi al mondo degli animali da compagnia hanno un forte valore aggregante, non solo tra i proprietari, ma anche tra gli internauti che online possono trovare numerose testimonianze dei proprietari. **Di pet si parla davvero ovunque, soprattutto su Internet, basti pensare che nel corso del 2014 le ricerche sui motori di ricerca inerenti la categoria “animali e animali da compagnia” sono cresciute del 16% solo in Italia⁴⁴**: nel contesto italiano, in particolare, ricercando la parola “cani”, appare un elenco di più di un milione di video, mentre digitando la parola “gatti” i risultati si attestano a 748.000. Gli animali sono presenti abbondantemente anche nei forum dedicati, ai quali si rifanno sistematicamente i proprietari per risolvere dubbi o condividere esperienze.

La Legislazione Italiana

La legislazione italiana sui pet ha avuto una significativa accelerazione negli ultimi anni, a partire dall'istituzione nel 1991 dell'obbligo di iscrizione per i cani all'Anagrafe degli Animali da Affezione. Basti citare la L.189/2004 che iscrive nei reati punibili dal codice penale l'abbandono di un cane o un gatto, o la L.120/2010 che impone l'obbligo di soccorso di un animale in difficoltà a seguito di un incidente stradale, oppure ancora la L.201/2010 di divieto di traffico illegale di cuccioli, o la recentissima Legge proroga del divieto di utilizzo e detenzione di esche e bocconi avvelenati. La stessa riforma del 2013 del regolamento condominiale viene ad agevolare la vita con i pet stabilendo che non è più possibile vietare di possedere o detenere animali da compagnia in appartamento. **Per il futuro resta l'auspicio del riconoscimento istituzionale del pet come membro della famiglia con il diritto/dovere di venire censito nel Censimento del 2021, nonché del riconoscimento nella Costituzione Italiana degli animali quali esseri senzienti.**

Per ulteriori informazioni:

Ufficio stampa ASSALCO

Chiara Roncaglio - Cohn & Wolfe

chiara.roncaglio@cohnwolfe.com

02 20239.1 - 348 8503126

43 Fuori TG su RAI 3 Mercoledì, 20 Gennaio 2015

44 Google Italia 2014 vs 2013