



Il mercato pet in Italia vale 2 miliardi di euro

Secondo il rapporto Assalco (presentato nel corso dell'ultima edizione della fiera Zoomark di Bologna) il valore del mercato del pet nel 2016 in Italia è stato di 2 miliardi di euro (+2,7% rispetto al 2015). Oltre 60 milioni sono di animali d'affezione presenti nelle case italiane, sugli oltre 200 milioni europei.

Dall'11 al 14 maggio si è svolta a Bologna con grande successo **Zoomark International 2017**, la fiera biennale b2b sui prodotti e le attrezzature per gli animali da compagnia. Nel corso della manifestazione è stata presentata la decima edizione del Rapporto Assalco-Zoomark, curato da **Assalco** (Associazione Nazionale tra le Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia) e da **Zoomark International**, con il contributo di **Iri Information Resources** e di **ANMVI** (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani). Il Rapporto, ormai considerato documento di riferimento e compendio di fonti accreditate sull'andamento del mercato dei prodotti per gli animali da

compagnia e sul rapporto uomo-pet, ha fotografato il **trend in crescita del settore degli animali** da compagnia in Italia.

BILANCIO POSITIVO PER ZOOMARK

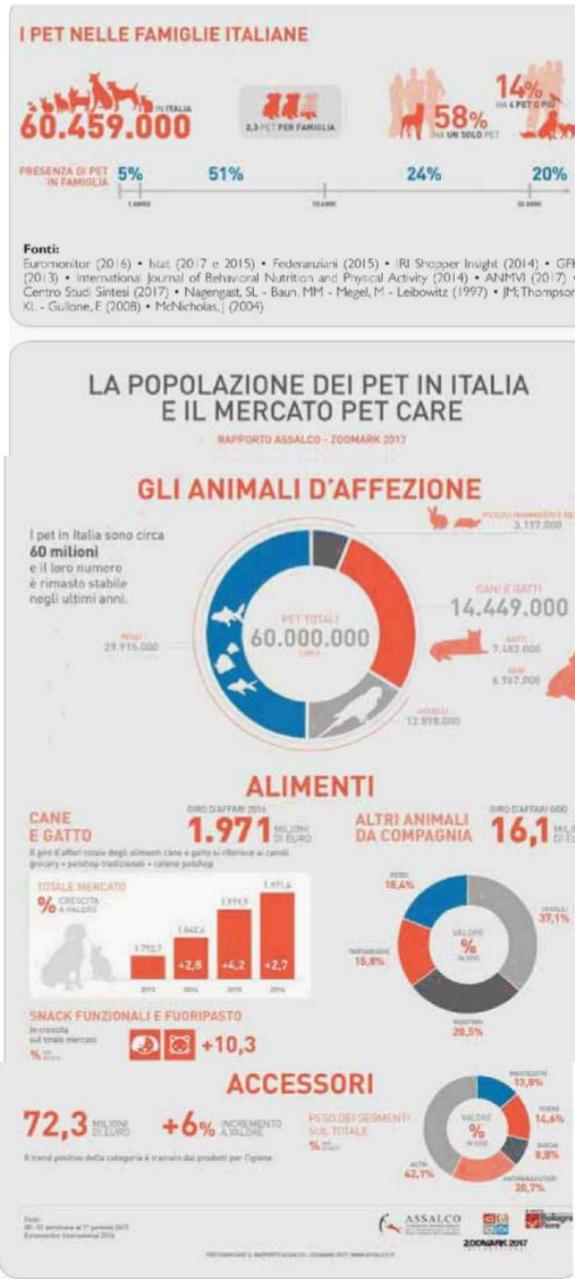
L'edizione 2017 della kermesse del pet, organizzata da **BolognaFiere**, ha visto confermato il trend di crescita della precedente edizione, svoltasi nel 2015. Significativo l'aumento delle presenze internazionali: nei quattro giorni della manifestazione, in particolare, è cresciuto del 36% il numero di buyer e operatori esteri, intervenuti in rappresentanza di ben 100 Paesi, superando così il 30% delle presenze totali. Nei



cinque padiglioni dedicati a Zoomark, che ha coperto quindi una superficie totale di 50.000 mq, erano presenti 735 espositori (+17% rispetto al 2015), di cui 479 esteri provenienti da 42 Paesi del mondo, a partire da Cina (116), Stati Uniti (65), Gran Bretagna (51), Germania (51) e Francia

(21) e 6 grandi collettive organizzate da Brasile, Canada, Cina, Regno Unito, Stati Uniti e Taiwan. Noto inoltre la partecipazione dei visitatori ai 25 convegni e seminari che si sono svolti nell'ambito della Manifestazione, organizzati da BolognaFiere e da partner ed espositori, e

alla nuova area **Aqua Project**, completamente dedicata all'acquariologia. **Interessante anche l'area "Prodotti novità"**, in cui le aziende espositrici hanno potuto presentare gli ultimi articoli lanciati sul mercato. Appuntamento a maggio 2019 per la diciottesima edizione.



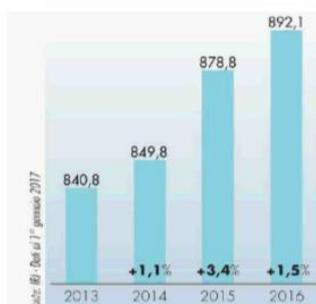
IL RAPPORTO ASSALCO-ZOOMARK 2017

Appuntamento fisso di **Zoomark International**, la presentazione dell'annuale rapporto Assalco-Zoomark sull'andamento del mercato del pet è stata anche quest'anno molto attesa e ha riscosso grande interesse tra gli operatori del settore. Secondo i dati contenuti nel Rapporto 2017, erano oltre 60 milioni gli animali d'affezione presenti in Italia nel 2016 (sugli oltre 200 milioni europei), di cui quasi il 50% rappresentato da pesci; a seguire quasi 13 milioni di uccellini (21,3%), 7,5 milioni di gatti (12,4%), 7 milioni di cani (11,5%) e poco più di 3 milioni tra piccoli mammiferi e rettili (5,3%).

IL MERCATO IN ITALIA

Il giro d'affari in Italia del pet food per cani e gatti, ossia il segmento principale del più vasto mercato dei prodotti per gli animali da compagnia, è stato nel 2016 pari a **1.971 milioni di euro**, per un totale di 559.200 tonnellate di prodotti commercializzate. Come evidenziato anche dal Rapporto pubblicato lo scorso anno, il mercato del pet sembra non conoscere crisi: **nel 2016 si è registrato nuovamente un trend positivo**, con un incremento del fatturato del 2,7% rispetto all'anno precedente e una crescita dei volumi dell'1,3%. Analizzando un periodo più ampio, per l'esattezza l'ultimo triennio, si ha conferma di questa tendenza positiva: il mercato infatti si è sviluppato dal 2013 con un tasso di crescita annuo composto del +3,2% a valore e del +0,5% a volume. In termini di percentuali di crescita di fatturato, l'anno record di questo periodo è stato il 2015 (+4,2%), mentre è proprio il 2016 per quanto riguarda le vendite a volume. **Il segmento degli alimenti umidi è ancora il più importante:** registra circa 972 milioni di euro di fatturato, che equivalgono al 49,3% di quota sul mercato totale. Questo grazie all'importanza ormai consolidata dei prodotti a maggior valore aggiunto in piccola grammatura e caratterizzazione gastronomica o funzionale, in particolar modo negli alimenti per gatti. **Gli snack funzionali e fuoripasto**, però, continuano a mostrare una crescita a due cifre (+10,3% a valore) e **rappresentano il segmento più dinamico del mercato.**

**IL RUOLO DELLA GDO NEL PET FOOD
PER CANI E GATTI**
(vendite in Italia in milioni di euro e confronto
con l'anno precedente)



**LA GDO CONTINUA A
CRESCERE**

Nel 2016 il mercato degli alimenti per cane e gatto veicolato dalla GDO ha continuato a mostrare una tendenza positiva del fatturato, con una **crescita di +1,5% a valore**, seppure in rallentamento rispetto alla crescita dello scorso anno; un segnale positivo arriva anche dai volumi, con un'inversione di tendenza rispetto allo scorso anno: il volume di pet food mosso dalla GDO, infatti, ha registrato un incremento del +1,3%. In particolare, gli alimenti per gatto coprono il 62,8% del fatturato e il 51,8% del mercato in termini di volume. Per quanto riguarda i formati, nella GDO così come nei petshop tradizionali, le confezioni più vendute sono rappresentate dal sacco e dalla lattina, seguite dalla bustina e dalla vaschetta.



LE PRIVATE LABEL

Nel 2016 **le private label hanno sviluppato una quota a valore del 17,8%** sul totale del Largo Consumo Confezionato (mercati food e non food), con un aumento di +0,2 punti rispetto al 2015 dopo la battuta di arresto che aveva subito nel biennio precedente. All'interno dell'offerta generale della private label si conferma la flessione nel primo prezzo e una sempre maggiore attenzione ai prodotti di fascia premium e/o biologici, che rappresentano ancora una nicchia del mercato realizzando circa il 7% del fatturato ciascuna (sul fatturato totale della marca del distributore), ma crescono rispettivamente del 16,6% e del 15,5% a valore. Pur continuando quindi, in generale, a rivolgersi a un target di acquirenti che valorizzano il rapporto qualità-prezzo, le insegne cercano di aprirsi a nuovi acquirenti che, pur attenti al prezzo, preferiscono prodotti sempre più ricchi e differenziati come quelli biologici e premium. In particolare, nel mercato del pet food distribuito in GDO le private label rappresentano il 22,1% del valore di mercato.

GLI ACCESSORI

Il mondo del pet non si esaurisce però nei prodotti alimentari, ma comprende anche tutte le referenze che il Rapporto Assalco-Zoomark riunisce sotto l'etichetta di "accessori" (igiene, giochi, guinzagli, cucce, ciotole, gabbie, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia), per **un giro d'affari totale che si attesta intorno a 72,3 milioni di euro**. Il settore ha registrato nel 2016 una crescita nella GDO del +6% a valore e del +7% a volume, trainata dai prodotti per l'igiene, i giochi e gli antiparassitari (rispettivamente +27,4%, +10,1% e +3,5% a valore). Le lettine per gatto, pur considerabili come accessori appartenenti al segmento igiene, vengono invece rilevate a parte, in quanto costituiscono l'ulteriore e più importante segmento non food nel canale GDO; nel 2016 esso vale infatti oltre 67 milioni di euro, con una crescita del +3,7% sul 2015.



IL MERCATO EUROPEO

Anche a livello internazionale la macro categoria del pet care - che riunisce alimenti per cani, gatti, altri animali e accessori - si conferma in crescita. Secondo i dati dell'Istituto di ricerca Iri, questo mercato in Europa (rilevato in Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Regno Unito, e Spagna), nell'anno terminante a giugno 2016 ha registrato una crescita a valore pari a +0,9%, raggiungendo i **9.980 milioni di euro** in questi soli sei Paesi. Il trend è stato trainato da Spagna (+5,5%), Italia (+2,2%), Germania (+2,1%) e Francia (+1,4%). Valori in linea con lo stesso periodo dell'anno precedente per l'Olanda, mentre registra una flessione negativa la Gran Bretagna (-2,1%), pur restando il primo Paese per fatturato sviluppato.

> www.zoomark.it
> www.assalco.it