

IL TREND

Addio agli avanzzi, per il cibo si spende più per loro che per noi

Mentre lo shopping delle famiglie è fermo, quello per i quattrozampe cresce: il giro d'affari tocca i due miliardi di euro

Il capitolo di spesa più consistente per chi tiene in casa un animale da compagnia è quello del cibo. Dare da mangiare a cani, gatti, conigli o - ancora di più - bestie di origine esotica richiede un'attenzione particolare. È finito il tempo in cui si sparcchiava la tavola e si davano gli avanzzi al cane. Ora la dieta va curata, anche perché molte razze hanno esigenze particolari. Secondo il decimo rapporto Assalco-Zoomark, il mercato italiano del *pet food* ha toccato 1,97 miliardi di euro, con una crescita in valore del 2,7 per cento per ciò che riguarda l'alimentazione di cani e gatti, segmento principale della categoria, e quantità pari a 559.200 tonnellate commercializzate di prodotti (+1,3 per cento).

Due miliardi di euro per sfamare i quattrozampe è una somma sbalorditiva. Ma ciò che sorprende maggiormente è che, come rileva il rapporto, le percentuali di sviluppo di questo mercato superano quelle del largo consumo umano, che invece ristagna. Nel periodo 2013-16, il mercato del *pet food* si è evoluto con un tasso di crescita annuo composto pari a +3,2 per cento a valore. Si risparmia per nutrire sé stessi, ma non si lesina quando si tratta degli animali domestici. Che vengono trattati proprio alla stregua di bambini, ai quali sono riservati tutti i riguardi. Una volta si sarebbe detto che un genitore si toglieva il pane di bocca per sfamare i figli. Oggi si può dire che ciò avvenga per gli animali.

Il mercato degli alimenti per gatto rappresenta il 53,2 per cento del totale del mercato con un fatturato di un miliardo di euro e un volume di 250.306 tonnellate. Gli alimenti per cane rappresentano, invece, il 46,8 per cento a valore, pari a quasi 923 milioni di euro. Nel 2016 hanno registrato una variazione positiva tutti i principali sottosegmenti alimentari (umido, secco, snack & treat). Si è speso di più soprattutto per gli snack funzionali e fuoripasto, che hanno segnato una crescita a due cifre (+10,3 per cento). Dice Gianmarco Ferrari, presidente di Assalco: «L'industria del settore ha saputo investire in ricerca e innovazione per rispondere in modo sempre più mirato alle esigenze degli animali da compagnia. Gli alimenti industriali sono sicuri, formulati da nutrizionisti esperti e differenziati in base a età, razza e stile di vita dell'animale d'affezione, e giocano un ruolo fondamentale per il benessere e la salute dei nostri pet».

Somme importanti riguardano anche gli accessori: prodotti per l'igiene, giochi, guinzagli, cucce, ciotole, gabbie, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia. In questo settore gli acquisti nei supermercati sono cresciuti del 6 per cento in valore e del 7 in volume, per un corrispettivo pari a 72,3 milioni di euro.

Il trend positivo è trainato dai prodotti per l'igiene (shampoo, spazzole, deodoranti e tutto ciò che ha a che fare con la cura dell'animale), che sono saliti del 27,4 per cento rispetto al 2015. Seguono i giochi (+10,1 per cento) e gli antiparassitari (+3,5). In crescita sono anche le lettiere, per le quali sono stati spesi 67,4 milioni di euro nei negozi della grande distribuzione.

Sfil

