

Industria
LARGO CONSUMO
Animali domestici,
business a 2 miliardi

Largo consumo. Le stime del Rapporto Assalco all'inaugurazione della rassegna Zoomark di Bologna

Pet, giro d'affari a due miliardi

Prodotti in Italia la metà di beni per i 60 milioni di animali domestici

Ilaria Vesentini

■ Sono più di 60 milioni gli animali domestici che vivono nelle famiglie italiane (200 milioni in Europa) e il loro benessere genera un mercato che sfiora i 2 miliardi di euro solo per l'alimentazione di cani e gatti. Un business cresciuto del 2,7% nel 2016 che conferma un trend sempre positivo, attorno al +3% l'anno, dal 2013 in poi, ben oltre le dinamiche del largo consumo confezionato. E a crescere è anche tutto il segmento di accessori (dai prodotti per l'igiene a cuccie e giochi, altri 72 milioni di euro) e delle lettiere (67,4 milioni), a conferma che il mercato dei quattro zampe non conosce crisi. Mentre cala la spesa per pesci, rettili e roditori (-6,4%). Senza calcolare il risparmio per la spesa sanitaria nazionale che deriva dallo stile di vita più sano, soprattutto degli anziani, quando in casa c'è un cane di cui prendersi cura: si stimano 4 miliardi di minori costi sostenuti dalla collettività ogni anno.

Sono alcuni dei dati che emergono dal X Rapporto Assalco-Zoomark che sarà presentato oggi in fiera a Bologna in occasione dell'inaugurazione della 17esima edizione di Zoomark International 2017 (11-14 maggio), il principale Salone internazionale B2B in Europa su prodotti e attrezzature per animali da compagnia.

Il record raggiunto in fiera con 735 espositori su 50 mila metri quadrati di spazi (un exploit del 17% sull'ultima edizione 2015 - l'evento è biennale - in arrivo da 42 Paesi) è lo specchio «di un settore molto dinamico, con grandi potenzialità di

crescita e che trova a Bologna il più qualificato appuntamento europeo per panoramica di proposte innovative, occasioni di formazione professionale e opportunità di business e confronto con i maggiori produttori internazionali», sottolinea Antonio Bruzzone, direttore generale di Bologna Fiere.

L'industria italiana. Il ruolo del "made in Italy" nel pet food è però ancora marginale: si stima che meno della metà dei quasi 2 miliardi di business 2016 sia generato da imprese domestiche, mentre la parte del leone la fanno da sempre multinazionali come Royal Canin e Hills. «Ma come sta crescendo l'attenzione all'origine di ciò che mettiamo sulle nostre tavole, così aumenta anche l'interesse per qualità e tracciabilità di ciò che finisce nelle ciotole dei nostri amici animali, tanto che noi produttori italiani registriamo tassi di crescita del business doppi rispetto a quelli medi del mercato, tra il 5 e il 10%», afferma Matteo Vestri, responsabile marketing della pavesese Effe Pet Food, specializzata in alimento secco per pet, conto terzi (controlla il 70% del mercato private label secco in Italia), un centinaio di addetti e 50 milioni di fatturato. Una delle 33 aziende che in Italia producono cibo per animali da compagnia, una piccola nicchia rispetto alle 420 realtà (con 8.500 addetti diretti) di mangimi e nutrizione per animali di allevamento. Comparto che, all'opposto del pet food, è quasi indipendente dalle importazioni: il 96% dei mangimi venduti in Italia è ma-

de in Italy, conferma Assalco, associazione di riferimento di un settore che vale 6 miliardi di fatturato l'anno (l'80% della produzione è in mano alle prime 50 imprese).

Il ruolo sociale dei pet. «Gli animali da compagnia danno valore al vivere quotidiano», è il messaggio che emerge dagli ultimi studi scientifici in merito alle funzioni affettive e di scopo dei pet, di cui il legislatore italiano non sembra avere piena consapevolezza, dato il ritardo normativo, rileva Assalco (Associazione nazionale imprese per l'alimentazione e la cura degli animali da compagnia). Di fronte ai 7 milioni di cani e 7,5 milioni di gatti che vivono in Italia e che secondo l'88% dei proprietari e il 70% dell'opinione pubblica sono a pieno titolo componenti della famiglia (analisi GfK) servono interventi sia fiscali sia legislativi: riduzione dell'Iva (oggi al 22%); creazione di un'anagrafe nazionale *canina e felina*; inserimento dei pet nello stato di famiglia del proprietario; inclusione dei pet nel censimento Istat della popolazione; rafforzamento delle politiche di accesso dei pet nei locali pubblici; inserimento nella Costituzione italiana di un riferimento agli animali di affezione. A onore del vero l'Italia si posiziona al di sopra della media europea per ospitalità di quattro zampe negli hotel: il 57% delle strutture - secondo dati di Booking.com - è "pet friendly" contro il 52% di Svizzera, Austria e Germania, tre Paesi all'avanguardia per riconoscimento giuridico degli animali quali esseri senzienti



anche in Costituzione.

LO SCENARIO

Mercato in continua crescita:
nel 2016 i ricavi
sono aumentati del 2,7%
Per le imprese italiane
performance migliori

I NUMERI

14,45 milioni

Cani e gatti

In Italia vivono 7,5 milioni di gatti
e 7 milioni di cani, oltre a quasi
30 milioni di pesci, 12,9 milioni
di uccelli e 3,2 tra roditori e rettili.
In tutto sono 60 milioni di pet, in
un rapporto uno a uno con gli
abitanti del Paese. In aumento i
single che adottano un animale
da compagnia (11,1%) e gli
anziani (23,7%)

-6,4%

La spesa per pesci e uccelli

La crescita del business è legata
agli amici a quattro zampe:
+2,7% la spesa per il food (1,97
miliardi), +6% gli accessori (72,3
miliardi di euro), +3,7% le lettiere,
mentre è in calo il fatturato della
Gdo per gli altri animali da
compagnia "minori" (16,1
miliardi di euro il food, in calo)

33

Le aziende di made in Italy

Il grosso del pet food è importato
da grandi multinazionali ma la
produzione italiana sta
crescendo a ritmi doppi rispetto
al trend di mercato



