

UN ANGOLO PET FORNITO per un mercato in crescita



Poiché il numero di quattrozampe sta aumentando nelle case degli italiani, il punto vendita deve fornire qualcosa in più: ottime marche e buoni consigli

Che il mercato del settore pet vada a gonfie vele non è un mistero: il lockdown, accanto ad abbandoni per motivi economici e per decessi, ha viceversa determinato un boom di adozioni di cani e gatti che sta continuando tuttora.

I numeri lo confermano: il mercato continua a salire consistentemente. Ma lo validano anche i servizi collaterali che stanno nascendo per favorire la convivenza fra umani e pet: qui vi parliamo di un'agenzia viaggi apposta, e nei prossimi numeri vi presenteremo ulteriori iniziative. Ciò significa che, oggi, il punto vendita non può non avere almeno un corner pet: è noto che chi ha un giardino spesso ha anche un cane o un gatto, e la comodità di poter acquistare piante e mangimi nello stesso luogo è impagabile. Come sem-

pre, il consiglio è quello di scegliere linee particolari, ovviamente non quelle da Gdo: una marca abbastanza nota di fascia media di prezzo e altre 2-3 che abbiano referenze ad alto valore aggiunto.

A GONFIE VELE

I primi dati forniti dal XIV Rapporto Assalco-Zoomark – realizzato da Assalco, l'Associazione nazionale tra le imprese per l'alimentazione e la cura degli animali da compagnia, che sarà presentato in occasione di Zoomark International in programma dal 10 al 12 novembre 2021 presso BolognaFiere (vedi anche Garden Flash) – confermano infatti l'andamento positivo del mercato italiano del pet food.

Nel 2020 è cresciuto sia in termini di valore (+4,2% rispetto al 2019) sia di volumi (+2%), con un giro d'affari complessivo ben oltre i 2 miliardi di euro. Complice la pandemia, gli animali da compagnia hanno assunto un ruolo sempre più importante nelle fa-

miglie, in cui oggi vivono oltre 60 milioni di esemplari tra cani, gatti, piccoli mammiferi, uccelli, pesci e tartarughe.

AL TOP CANI E GATTI

L'alimentazione di cani e gatti continua a essere la voce più significativa nel mercato italiano del pet food. Nel 2020, Iri rileva che le vendite nei principali canali di distribuzione, ovvero grocery, petshop tradizionali e catene petshop, hanno raggiunto i 2.257 milioni di euro per un totale di 626.600 t di alimenti venduti, facendo così registrare un incremento rispettivamente del 4,2 e del 2% sul 2019. A questi dati si aggiungono i risultati ottenuti dai petshop della Gdo, ovvero il nuovo format distributivo a cui hanno dato vita alcuni retail della Grande distribuzione organizzata, che nel 2020 hanno venduto 6.036 tonnellate di alimenti per cani e gatti, per un valore di 34,3 milioni di euro.

Nell'eterna sfida tra cane e gatto è quest'ultimo a spuntarla, trainando la spesa degli italiani. Gli alimenti per i felini rappresentano infatti il 53,2% del valore totale del mercato presso grocery, petshop tradizionali e catene, per un valore poco superiore ai 1.200 milioni di euro (+5,9% rispetto al 2019). Gli alimenti per i cani rappresentano il restante 46,8% del mercato, per un valore di circa 1.057 milioni di euro, dato anch'esso in crescita rispetto al 2019 (+ 2,3%).

Il mercato degli alimenti per i piccoli animali da compagnia ha visto nel 2020 un fatturato di poco superiore ai 12 milioni di euro presso ipermercati, supermercati e punti vendita Lsp (Libero servizio piccolo). Sono gli uccelli e i roditori a farla da padrone: gli alimenti destinati agli uccelli ornamentali rappresentano il 42,1% del valore del mercato e il 50,5% dei volumi, mentre i prodotti per l'alimentazione dei roditori assorbono il 30% del valore e il 38,9% dei volumi.

OK ANCHE I PRODOTTI PER L'IGIENE

I dati Iri vedono in crescita anche il comparto degli accessori per la cura e la gestione quotidiana dei pet, all'interno del quale troviamo prodotti per l'igiene, giochi, guinzagli, cucce, ciotole, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia. Nel 2020 questo mercato ha registrato nel canale Gdo un va-

Il gatto muove un valore di mercato food superiore a quello del cane



Collari, pettorine, e guinzagli garantiscono un buon fatturato

lore pari a 72,8 milioni di euro e un incremento a valore del 2,3% e a volume del 6,7% rispetto al 2019.

Il segmento dei prodotti per l'igiene (tappetini, assorbenti igienici, salviette, shampoo, spazzole, deodoranti e altri prodotti di bellezza) si conferma il più importante con un valore di poco inferiore ai 33 milioni di euro, in crescita del 14,7% rispetto all'anno precedente. Anche il segmento dei giochi per i pet ha raggiunto dimensioni rilevanti, con un giro d'affari complessivo vicino ai 6 milioni di euro (+1,7% rispetto al 2019).

Le lettine per gatto, rilevate separatamen-

PET | TENDENZE



Marco Fabris, fondatore di TripForDog, con il suo cane Mela. L'agenzia è nata da un viaggio in Andalusia

te, nel 2020 hanno visto presso il canale Gdo vendite per oltre 76 milioni di euro, con una crescita a valore del 3,1% rispetto all'anno precedente.

AGENZIA VIAGGI CON CANI

Indubbiamente l'alimentazione e l'igiene fanno parte del "pacchetto" che si "acquista" quando il pet entra in casa, una dotazione-base irrinunciabile, e non stupisce che a più cani e gatti & co. corrisponda un incremento di vendite di questi prodotti. Ma in parallelo stanno aumentando anche i servizi "accessori" messi a disposizione dei "proprietari". Per esempio, è nata la prima agenzia di viaggi per chi ha il cane, TripForDog (www.tripfordog.com), che permette di viaggiare in compagnia del proprio cane e magari anche socializzare, creando nuovi legami di amicizia con uomini e donne che condividono la stessa passione, non solo per gli animali, ma anche per la natura, l'arte, la storia, il trekking, il buon cibo e molto altro...

VACANZE A 6 ZAMPE

TripForDog organizza BauTour di branco, dog trekking e tour enogastronomici

pet-friendly, accompagnati da educatori cinofili certificati. Si può andare a vedere una mostra o un museo, con biglietto salta-coda e accessi dedicati, oppure si può avere l'ausilio di un dog sitter certificato che si prende cura del cane per tutto il tempo della visita guidata e che lo fa ritrovare felice all'uscita, al termine del tour umano.

Il portale offre alloggi e pacchetti vacanza BauCamp completamente personalizzabili: mari, monti, campagne, laghi e migliaia di possibilità, sempre ricordando che purtroppo solo un terzo degli hotel accettano cani. Per questo motivo, TripForDog aiuta a individuare le strutture migliori, selezionate accuratamente per garantire i comfort e i servizi più adatti ai cani, ma anche a costruire un pacchetto di viaggio personalizzato, da casa a destinazione, suggerendo treni, navi e traghetti dog-friendly, spiagge per cani, aree verdi sicure dove scorrazzare e gli hotel in cui i cani non solo sono ammessi ma sono davvero benvenuti.

Per i viaggi all'estero, TripForDog ha preparato un utilissimo vademecum per aiutare nella scelta migliore, con tutte le norme da rispettare, i documenti necessari e le infor-

MARCHI DI SICURO SUCCESSO PER IL NEGOZIO

Fra le migliori aziende italiane specializzate nel settore degli animali domestici c'è il Gruppo Croci che, dopo aver chiuso il 2020 con un fatturato di 36 milioni di euro, ha appena annunciato l'acquisto della società francese Canifrance, ulteriore tappa del processo di internazionalizzazione del Gruppo, iniziato nel 2010 con l'acquisto della tedesca Amtra e proseguito nel 2019 con l'apertura di una filiale in Cina. Fondata nel 1946, Canifrance è una storica azienda transalpina specializzata nella produzione di collari e guinzagli di alta qualità per cani e gatti, con un marchio molto noto (Bobby), con un catalogo di circa 4.500 prodotti e un fatturato annuo di circa 5 milioni di euro tramite la vendita di oltre 600mila articoli.

Dunque, Croci è un'azienda sicuramente valida su cui puntare nel punto vendita. Anche perché continua a lanciare prodotti innovativi: l'ultimo della serie, per ora, è Vibrisse Shake, la prima bevanda gustosa e dissetante, pensata per i gatti e la loro corretta idratazione. A base di brodo (95% brodo di carne o pesce, 5% carne o pesce) e con pezzettini di pesce o carne, ingredienti naturali senza conservanti né additivi, è un mix vincente che

favorisce l'assimilazione dei liquidi. È ideale da consumare solo come bevanda o in aggiunta ai normali pasti della giornata; inoltre, è perfetta anche come arricchimento per il cibo secco, soprattutto per quei gatti che non amano l'umido e hanno ancora più necessità di idratazione.

Per promuovere Vibrisse Shake con la comunicazione on line, Croci ha coinvolto 3 influencer e le loro community, per mostrare gli effetti e i benefici del nuovo prodotto sugli amici felini, attraverso un video divertente ed *engaging*, che mostra le reazioni dei gatti all'assaggio del prodotto, condiviso sui loro canali Instagram e Facebook.





Il portale TripForDog è stato pensato per rendere ancora più intuitiva e pratica la user experience degli utenti.

mazioni utili su trasporti, hotel e numeri da tenere a portata di mano.

Il sito ha una selezione di guide specializzate per BauTour privati di mini-gruppi, in tutta Italia, da organizzare in città d'arte o in destinazioni particolari; e provvede anche all'organizzazione di visite private con guida, destinate a piccoli nuclei familiari e a mini-gruppi di amici, accompagnati dai loro compagni a 4 zampe. Infine offre eventi pet-oriented in ogni momento dell'anno, come per esempio il BauCapodanno in location selezionate dog friendly e senza botti, o la

giornata all'"Acqua Park per cani", o un'indimenticabile esperienza con la Scuola italiana cani da salvataggio, sotto l'occhio vigile degli istruttori della Sics, e tanti altri.

TripForDog negli ultimi 6 anni ha portato in vacanza oltre un milione famiglie "allargate".

Per i titolari di un punto vendita con corner pet è un valido consiglio da fornire ai propri clienti con quattrozampe, un modo per dimostrare la propria preparazione e per fidelizzare l'acquirente, risolvendogli un problema.

**In vacanza
con Fido? Ora
si può abbastanza
facilmente**

**Il cane non si
abbandona mai,
tanto meno
per le vacanze!**