

Cibo e cura per cani e gatti un mercato da 2,7 miliardi

► Lo scorso anno il giro d'affari del settore è salito dell'11,4% anche per l'inflazione ► In quasi una famiglia italiana su due è presente un animale da compagnia

IL FOOD MADE IN ITALY AUMENTA I RICAVI BOOM DI VENDITE NEI GRANDI NEGOZI MA ANCHE NEI PICCOLI PET SHOP DI QUARTIERE

TRA LE 50 AZIENDE TOP NELLA CLASSIFICA INTERNAZIONALE, LA PRIMA DELLE NOSTRE È LA PIEMONTESE MONGE

IL RAPPORTO

ROMA Nel primo giorno del 2023, secondo l'Istat, i cittadini italiani erano 58 milioni e 851 mila. Ben più alto, invece, il numero degli animali da compagnia - quasi 65 milioni - secondo il Rapporto 2023 Assalco-Zoomark, presentato nei giorni scorsi. Una popolazione che fa grande il settore del pet food e pet-care, il cibo e la cura per gli animali, che solo per i 9 milioni di cani e i 10 milioni di gatti italiani produce un giro d'affari di 2,75 miliardi di euro. La crescita a volume nell'ultimo anno è stata dello 0,8% (673 mila tonnellate di cibo). Ancora maggiore a valore (+11,4%), per la pesante dinamica dell'inflazione.

Nel dettaglio, i gatti battono i cani: il fatturato dei cibi per i felini rappresenta il 53,8% del valore complessivo (1.484 milioni di euro); quello per i cani, invece, il 46,2% del mercato totale (1.275 milioni). Briciole per gli altri amici dell'uomo, che ammontano, secondo Euromonitor, a quasi 30 milioni di pesci, 13 milioni di uccelli e 3,2 milioni tra piccoli mammiferi e rettili. Nel 2022 il mercato degli alimenti per questi animali da compagnia è comunque cresciuto a volume del 2,3% e a valore del 5,6%, sviluppando un fatturato di quasi 13,2 milioni presso le catene della distribuzione. In questo caso, la voce principale è quella degli alimenti per uccelli che copre il 43,7% del valore del segmento e il 47,6% dei volumi.

PIÙ PRODOTTI PER L'IGIENE

Il Rapporto Assalco-Zoomark

segnala nel 2022 un andamento positivo (80 milioni, +3,2%) anche per il mercato dei prodotti per l'igiene, i giochi e gli accessori (guinzagli, cuccie, ciotole, gabbie, voliere, acquari e tartarughiere). Insomma, gli italiani fanno sempre meno figli, ma - anche in tempo di crisi - non abbandonano gli amici a quattro zampe. «Oggi - spiega Giorgio Massoni, presidente di Assalco - in oltre il 40% delle famiglie italiane è presente almeno un animale.

Appare sempre più evidente il valore della relazione con gli animali, che contribuiscono a uno stile di vita attivo, alleviano lo stress e sono un antidoto prezioso contro la solitudine.

Sono quindi a tutti gli effetti membri delle famiglie in cui vivono e per questo dedichiamo loro più tempo, curiamo la loro alimentazione e ci preoccupiamo del loro benessere».

LA RICHIESTA ALL'ESECUTIVO

Nel farlo - esattamente come avviene per l'alimentazione umana - grande attenzione alla qualità e ai cibi made in Italy. Motivo per cui Assalco, assieme ad associazioni di consumatori, veterinari ed enti di tutela animale, chiede la riduzione dell'aliquota Iva sui cibi per gli animali da compagnia e le cure veterinarie dal 22% al 10%. «Appare del tutto incoerente - sostiene Massoni - che sia applicata l'aliquota del 22%, come se si trattasse di un bene di lusso. In molti paesi europei, come la Germania, in considerazione della quotidianità d'utilizzo e del ruolo de-

gli animali d'affezione, sugli alimenti per cani e gatti viene applicata l'Iva agevolata del 7%».

LE PREFERENZE IN NEGOZIO

Nel rapporto Assalco-Zoomark ci sono anche indicazioni sulle preferenze degli italiani sui punti vendita. Tutti i principali canali distributivi hanno evidenziato nel 2022 una crescita in valore superiore a quello in volume. Il divario maggiore si riscontra nei negozi di largo consumo (59% del fatturato complessivo del mercato pet food, cioè 1.628 milioni) e dove la spinta inflattiva è stata maggiore. Il resto delle vendite si sono registrate nei 5 mila petshop tradizionali (24,4% del mercato, 673,8 milioni), nelle catene di cibo per animali (circa il 14% del valore totale, 385,1 milioni) e nei negozi specializzati della Gdo, con un fatturato arrivato a quota 72,7 milioni.

Ben quattro, infine, sono le aziende italiane tra le maggiori 50 nella classifica internazionale di Petfood Industry, che vede in testa Mars (19 miliardi di dollari di fatturato) e Nestlé Purina (16,5 miliardi di dollari). La prima delle italiane (23esimo posto) è la piemontese Monge, con un fatturato in crescita nel 2022 a 415 milioni.

Carlo Ottaviano

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I padroni degli animali comprano sempre più cibo, ma anche prodotti per l'igiene, giochi e accessori (per un valore complessivo di 80 milioni). Nella foto gli scaffali di un pet shop.

