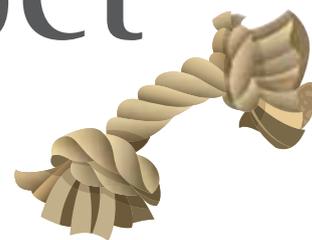


# Ancora in crescita il mercato del pet in Italia



Il mercato del pet italiano continua a vivere una crescita inarrestabile: è quanto rivelano le anticipazioni del nuovo Rapporto Assalco-Zoomark, giunto alla sua quindicesima edizione.

**D**urante la conferenza stampa di presentazione della prossima edizione di **Zoomark International**, che si terrà nel quartiere fieristico di Bologna dal 15 al 17 maggio 2023, è stato presentato il nuovo rapporto Assalco-Zoomark relativo al mercato del pet in Italia.

La conferenza stampa si è svolta a Norimberga, dove ha avuto luogo **Interzoo**, l'altra manifestazione b2b del mondo del pet che si svolge ad anni alterni rispetto a Zoomark.

## IL CIBO PER ANIMALI TRAINA IL MERCATO DEL PET ITALIANO

Nel periodo 2007-2021 il mercato italiano dei prodotti per l'alimentazione di cani e gatti ha più che raddoppiato il fatturato, passando da 1.163 a 2.533 milioni di euro, con un tasso di crescita medio annuo delle vendite a valore del +5,7%. Secondo i dati Iri, rispetto al 2020 l'incremento del fatturato complessivo è pari al 7,1% e quello dei volumi al 5%.

L'accelerazione che questa crescita ha subito negli ultimi due anni è riconducibile anche al maggior numero di adozioni di cani e gatti coincisa con la fine

del primo lockdown del 2020. L'aumento del numero di proprietari si è tradotto in una crescita consistente delle famiglie acquirenti di alimenti per cani e gatti, che hanno raggiunto quota 12,2 milioni: circa 1 milione in più rispetto all'anno precedente, per lo più costituite da giovani e di condizione socio-economica medio-alta.

La penetrazione di queste famiglie ha raggiunto il 46,9% del totale delle famiglie italiane (+3,4 punti rispetto allo scorso anno).

## I CANALI DI DISTRIBUZIONE DEL MERCATO DEL PET ITALIANO

Rispetto a 15 anni fa, il mercato del pet food vede profondamente mutato il peso del canale specializzato e del Grocery: il primo ha avuto un tasso di sviluppo in valore medio annuo pari a +8,3%, ovvero il doppio del secondo (+4%).

Tra i canali emergenti, si segnalano il Petshop Gdo e il canale online, che ha raggiunto un peso sul totale mercato pari a 2,4%. Sviluppatosi durante l'emergenza sanitaria, l'online ha attirato e fidelizzato nuovi shopper, abbattendo molte barriere culturali e conoscitive.



ve che, fino a un paio di anni fa, sembrava potessero frenarlo.

### PIÙ ATTENZIONE AL BENESSERE

La crescita del pet food è sostenuta soprattutto dallo sviluppo dei prodotti premium e superpremium, che sono sinonimo di innovazione e di una sempre maggiore attenzione al benessere dei pet.

Quello dei prodotti per l'igiene, i giochi e gli accessori è un mercato estremamente vitale, che ottiene ottime performance in Gdo (+5,8% rispetto al periodo precedente). Il segmento più dinamico si conferma quello delle lettiere, con una crescita del 5% nell'anno terminato a dicembre 2021.

### IL RAPPORTO UOMO-PET NEGLI ULTIMI 15 ANNI SECONDO BVA-DOXA

Negli ultimi 15 anni, il rapporto tra uomo e animali da compagnia ha subito una profondissima evoluzione. L'indagine sui proprietari italiani di pet

condotta da BVA-Doxa per il Rapporto Zoomark-Assalco 2022 conferma la crescente attenzione da parte dei proprietari agli aspetti di cura, salute e benessere dei loro animali d'affezione.

Ecco alcune delle principali risultanze della ricerca, raccolte lo scorso aprile attraverso interviste online a un campione di mille individui tra i 35 e i 74 anni.

### MEMBRI DELLA FAMIGLIA

Dalle risposte degli intervistati emerge come gli animali da compagnia siano sempre più equiparati a membri della famiglia a pieno titolo.

Per l'85% dei proprietari, gli animali da compagnia partecipano a tutto quello che accade in famiglia. Da evidenziare che tale percentuale non è attribuita ai soli proprietari di cani, ma è trasversale anche a chi ha gatti e altri tipi di pet.

### PIÙ CURA NELL'ALIMENTAZIONE

Se il modo di nutrire i pet è cambiato rispetto al passato, lo si deve anche a una maggiore consapevolezza delle

esigenze nutrizionali degli animali da compagnia. È ormai risaputo che l'improvvisazione di un'alimentazione fai da te può essere dannosa, mentre la cura dell'alimentazione è sempre più considerata una dimostrazione di affetto al proprio pet.

### PIÙ RICERCA E INNOVAZIONE NEGLI ALIMENTI INDUSTRIALI

Quando si parla di alimentazione, i proprietari di pet percepiscono che negli ultimi 15 anni c'è stata un'evoluzione e riconoscono i progressi fatti dalle aziende. In particolare, il 90% dei rispondenti ritiene che ci siano maggiore ricerca e innovazione da parte delle imprese del pet food e l'89% trova gli alimenti industriali più pratici rispetto a 15 anni fa.

### PIÙ TEMPO INSIEME

Secondo l'89% degli interpellati, rispetto a 15 anni fa, proprietari e animali da compagnia passano più tempo insieme, anche fuori casa: sono, infatti, sempre più numerosi i luoghi che permettono l'accesso agli amici a quattro zampe e, in proporzione, non sono trascurabili le percentuali di chi afferma di portare con sé il proprio pet in vacanza.

### IGIENE E GIOCO

Cresce, inoltre, il tempo dedicato agli animali da compagnia per le attività ludiche, le coccole, ecc., e alla scelta di prodotti adeguati alla cura, quali i prodotti per l'igiene e i giochi. ●

