

Italiani e animali



«Membri della famiglia»

Il parere del presidente di Assalco



«In questi quindici anni, ovvero da quando viene pubblicato il Rapporto Assalco-Zoomark, è cambiato il rapporto con gli animali da compagnia», ha sottolineato il presidente di Assalco, Gianmarco Ferrari, «e gli italiani sono più consapevoli dei benefici della convivenza con i pet, sia nella dimensione familiare sia in quella pubblica dove, sempre più, ne viene apprezzato l'impiego in attività terapeutiche o socialmente utili». Secondo Ferrari, «la pandemia ha ulteriormente alimentato il processo che vedevamo in atto da tempo e oggi possiamo dire che gli animali d'affezione sono a tutti gli effetti membri della famiglia e della nostra società. È cresciuta di conseguenza la sensibilità delle istituzioni, con un percorso culminato all'inizio di quest'anno con l'inserimento della tutela degli animali tra i principi fondamentali della Costituzione italiana».

Sempre più integrati

Quasi 70 milioni di pet in Italia

Il 15° Rapporto Assalco - Zoomark evidenzia come gli ultimi quindici anni abbiano definito con maggior precisione il ruolo degli animali da compagnia nella nostra società e nelle nostre famiglie. Secondo l'indagine condotta da Bva-Doxa su un campione rappresentativo della popolazione italiana, rispetto al passato oggi gli animali d'affezione sono maggiormente considerati come membri delle famiglie in cui vivono (lo afferma il 96% degli intervistati), vengono nutriti e curati meglio (90%), sono più accettati nei luoghi pubblici (83%) e hanno più spazio sui mezzi d'informazione (80%). La

presenza di animali d'affezione nelle case italiane, inoltre, secondo il Rapporto è aumentata nel tempo, in particolare quella di gatti e cani. Nel 2021, Euromonitor ha stimato la presenza di 64,7 milioni di pet in Italia, di cui quasi 30 milioni di pesci, poco meno di 13 milioni di uccelli ornamentali, oltre 10 milioni di gatti, 8,7 milioni di cani, poco più di 3 milioni tra piccoli mammiferi e rettili. Ma sulle cifre relative ai cani ci sono anche dati più elevati, quelli di Legambiente, che nel suo rapporto 2020 "Animali in città" indica in 12,5 milioni circa gli amici con la coda nelle case degli italiani.

Anche conigli e roditori

sono amati da tanti italiani, soprattutto da chi, per tante ragioni, non riesce a tenere un cane o un gatto.



Uno o più animali

I bambini spingono le adozioni

Più in dettaglio, il 42% delle persone intervistate da Bva-Doxa vive con uno o più animali da compagnia e, di queste, il 9% ha adottato un pet negli ultimi due anni, ovvero nel periodo della pandemia di Covid-19. La ricerca, che evidenzia come i proprietari siano equamente rappresentativi in termini di distribuzione geografica ed età, rileva una maggiore presenza di animali d'affezione nelle famiglie dove sono presenti bambini, "acceleratori" di adozione L'85%

dei proprietari afferma che, rispetto ad alcuni anni fa, oggi i pet partecipano a tutto quello che accade in famiglia, l'83% dedica loro più tempo e il 77% permette il libero accesso a tutti gli spazi della casa. Negli ultimi anni è cresciuta anche l'attenzione per l'alimentazione, ritenuta fondamentale per il benessere degli animali ma anche un modo per coccolarli e ricambiare il loro affetto. L'87% dei proprietari è più consapevole dei bisogni nutrizionali dei pet e non improvvisa diete fai-

da-te, l'88% sceglie prodotti in linea con le esigenze specifiche del proprio animale e il 73% ha smesso di dare al pet gli avanzati della tavola. E questa è decisamente una buona notizia per la salute dei nostri amici.



Più igiene e coccole

Servizi di lusso?

La ricerca di BVA-Doxa rileva comportamenti equilibrati da parte della larga maggioranza dei proprietari, soprattutto grazie alla loro maggiore consapevolezza ed educazione alla proprietà responsabile. Rispetto al passa-

to, anche a causa della pandemia e del maggior tempo trascorso in casa con i pet, l'80% dichiara di acquistare più prodotti per l'igiene e la pulizia e il 69% concede ogni tanto dei regali al proprio animale d'affezione (snack, gio-

chi o abbigliamento). Il 64% usa più servizi, per esempio ricorrendo più spesso al toelettatore, ma soltanto l'11% si dichiara "molto d'accordo" con l'affermazione di scegliere più spesso servizi di lusso per il proprio pet.



Cresce anche la considerazione

Ancora troppo pochi gli spazi dedicati agli animali



Il Rapporto rileva poi come negli ultimi quindici anni sia aumentata in misura significativa la considerazione sociale degli animali d'affezione. L'86% dei partecipanti all'indagine rileva, infatti, come i pet siano oggi più frequentemente impiegati in attività socialmente utili, per esempio a supporto delle forze dell'ordine o delle squadre di soccorso, e l'84% nota

la maggior presenza in attività terapeutiche, nelle strutture mediche e sanitarie a fianco di persone disabili o con specifiche patologie. Quasi 9 italiani su 10, inoltre, sottolineano come in questi anni i pet abbiano fatto nascere nuove professioni e opportunità di lavoro, sia nel campo dei servizi a loro dedicati (toelettatura, dog sitting eccetera), sia della Pet-therapy. L'indagine evidenzia anche quanto gli animali da compagnia siano oggi, rispetto al passato, più tutelati dalla legge. Sono, infatti, maggiormente accettati nei luoghi pubblici e hanno più luoghi ad essi dedicati sebbene per il 77% degli intervistati non sia ancora abbastanza.

Larga parte degli intervistati trova che ai nostri amici venga ora dedicato più spazio sui mezzi di informazione

Chi non li prenderà

Consapevolezza in aumento

Secondo l'indagine, quasi la metà (48%) di chi non ha pet dichiara l'intenzione di prenderne almeno uno in futuro. Le motivazioni di chi, invece, non intende farlo riguardano principalmente la mancanza di spazi adeguati e del tempo necessario a prendersene cura, oltre alla difficoltà di affidarlo a qualcuno quando si è lontani da casa. Le risposte confermano la crescente attenzione e consapevolezza acquisita nei confronti degli animali da compagnia. Nel corso di questi 15 anni, rilevano gli estensori del Rapporto, si può parlare di un possesso sempre più responsabile da parte dei proprietari, che si traduce anche in una crescente consapevolezza per quanto riguarda la loro nutrizione.

Qualità in primis

Un business più
che raddoppiato



Nel periodo 2007-2021, il mercato del pet food ha più che raddoppiato il fatturato, con un tasso di crescita medio annuo delle vendite a valore del +5,7%. In termini di volumi, il mercato ha registrato un tasso di crescita annuo del 3,1%. La superiore progressione a valore rispetto ai volumi è motivata dallo sviluppo dei prodotti premium e superpremium, segno della maggiore attenzione dei proprietari all'alimentazione e al benessere dei pet, nonché dell'interesse per prodotti ad alto contenuto di innovazione e servizio.

E il mercato...

Avanza anche l'online

Nel 2021, spiega il Rapporto, il mercato dei prodotti per l'alimentazione dei cani e dei gatti in Italia nei canali principali (Grocery, Petshop Tradizionali e Catene Petshop) ha sviluppato un giro d'affari di 2.419 milioni di euro, per un totale di oltre 658mila tonnellate vendute, registrando un trend positivo del +7,1% e dei volumi del +5%. Il mercato cresce a un tasso superiore a quello del Largo Consumo

Confezionato che nel 2021 è stato pari a +3,1%. Aggiungendo a questi dati quelli derivanti dai canali emergenti - Petshop GDO, che ha fatturato 52 milioni di euro, e canale On Line (rilevato da IRI) che ha sviluppato un fatturato di 62 milioni di euro - si raggiunge il valore di 2.533 milioni di euro, per un totale di oltre 682mila tonnellate vendute, con un incremento del fatturato complessivo del +8,4% e dei volumi del +5,9%.

I piccoli roditori

e i rettili nelle
case italiane
assommano
a circa 3 milioni
di individui.



Gatti, cani e uccelli

Le tre categorie trainanti

Gli alimenti per cani e gatti (prodotti umidi, secchi e snack) trainano il mercato. IRI rileva che i prodotti per gatto rappresentano il 53,7% del valore realizzato dai canali Grocery, Petshop Tradizionale e Catene Petshop, con un fatturato pari a quasi 1.300 milioni di euro. Gli alimenti per cane rappresentano a valore il 46,3% del totale mercato Grocery, Petshop Tradizionale e Catene Petshop, ovvero 1.120 milioni di euro. Il mercato degli alimenti per gli altri animali da compagnia, nel

2021, torna a crescere: a valore del 3,3% e del 10,6% a volume, sviluppando un fatturato di poco superiore ai 12.455mila euro presso Ipermercati, Supermercati e punti vendita LSP (Libero Servizio Piccolo). Il segmento principale è quello degli alimenti per uccelli, che copre il 43,4% del valore (49% dei volumi), con vendite in crescita (+6,3% a valore, +7,4% a volume). Seguono gli alimenti per roditori (32,4% del fatturato e 39,6% a volume), anch'essi in crescita (+11,9% a valore e +12,5% a volume).



Non solo alimenti

Forte crescita per i giochi

I crescente ruolo che gli animali d'affezione hanno conquistato ormai nelle famiglie e nella società in Italia sostiene anche la crescita dei prodotti per l'igiene, i giochi e gli accessori. IRI rileva infatti un giro d'affari di oltre 77 milioni di euro per questi prodotti nel corso del 2021, in crescita del 5,8% rispetto all'anno precedente. I segmenti più dinamici sono stati quelli relativi ai giocattoli, con un incremento a due cifre pari al +12,5%, e ai prodotti per l'igiene (tappetini assorbenti igienici, salviette, shampoo, spazzole, deodoranti eccetera) con una crescita a valore del +8,7%. Le lettiere per gatto, rilevate a parte, costituiscono il più importante segmento non food nel canale GDO, sviluppando un giro d'affari di circa 80 milioni di euro (+4,6%). □

