

# Arcaplanet amplia la rete, fatturato oltre 600 milioni e altre 50 aperture nel 2023

**Previste oltre 250 assunzioni e 100mila ore di formazione per i dipendenti, che hanno un'età media di 30 anni**

## Grande distribuzione

**La più grande catena italiana di alimenti e servizi per pet blocca i prezzi dei prodotti**

**Mercato in costante crescita: nel nostro Paese ci sono più animali che persone**

**Giulia Crivelli**

Nel 2022, per il terzo anno consecutivo, in Italia il numero di animali da compagnia ha superato quello delle persone: 65 milioni circa a fronte di 59 milioni. L'aumento di adozioni negli anni della pandemia – in particolare di cani e gatti – ha influito sui numeri degli animali che vivono nelle nostre case, ma il trend era in atto da tempo e il mercato di beni e servizi e la pet economy in generale cresce di conseguenza. Il caso più eclatante è quello di Arcaplanet, che in 25 anni, partendo da una piccola società in Liguria, è diventata la prima catena italiana di cibo, accessori e servizi per pet a quattro zampe (cani, gatti, piccoli roditori), ma non solo: il rapporto Zoomark 2022 certifica che i pet più numerosi in Italia sono i pesci (30 milioni), seguiti da uccelli (13), gatti (10), cani (8,7), piccoli mammiferi e rettili (3 milioni).

Con l'apertura del negozio Arcaplanet all'Eur di Roma, prevista per dopodomani, sabato 28, la catena arriva a 500 punti vendita e continuerà a crescere nel resto dell'anno, aprendo altri 50 negozi e ristrutturandone un centinaio per

incorporare gli spazi Pet Wash, dedicati alla toelettatura, assumendo almeno altre 250 persone. «Le nuove insegne saranno soprattutto al centro e sud del Paese, mentre gli ampliamenti riguarderanno l'intera rete – spiega Nicolò Galante, amministratore delegato dall'aprile 2022 –. Accanto all'introduzione dei Pet Wash, dobbiamo ancora affinare la trasformazione dei 120 punti vendita a insegna Maxi Zoo acquisiti nello scorso anno. Il cambio delle insegne è già completato, dobbiamo ancora lavorare ad arredi e assortimenti interni, per allineare l'offerta e il concept agli altri negozi». Negli ultimi tre anni la crescita di Arcaplanet è stata esponenziale: nel 2020 il fatturato era arrivato a circa 340 milioni, passando a 450 nel 2021, mentre nel 2022 la cifra è stata di circa 600 milioni. «Il balzo è legato all'acquisizione di Mazi Xoo, ma anche alla crescita organica dei punti vendita fisici e del canale digitale – sottolinea Galante –. Per il 2023 prevediamo un andamento simile, senza ulteriori acquisizioni». L'impresa di Carasco (Genova) dal 2021 ha come azionista di maggioranza il fondo Cinven (subentrato a Permira), mentre una partecipazione di minoranza è detenuta dal gruppo tedesco di pet care Fressnapf, che era proprietario dell'insegna Maxi Zoo.

La selezione del personale e la formazione sono tra i punti chiave del successo di Arcaplanet: «L'età media dei nostri dipendenti è inferiore ai 30 anni e praticamente tutti hanno un animale da compagnia e spesso più di uno – aggiunge l'ad –. Oltre all'espansione retail multicannale, obiettivo del 2023 è la formazione di tutto il personale attraverso l'Arcaplanet Academy, con un piano di quasi 100mila ore per le 2.750 persone che lavorano in azienda». Anche sulla multicanalità e le infrastrutture digitali ver-

ranno fatti nuovi investimenti: «Oggi mediamente, nel settore pet, dall'ordine online alla consegna dei prodotti passano circa 4 giorni lavorativi. Noi siamo più veloci, ma volgiamo arrivare, quest'anno, a garantire che passi un solo giorno, con la possibilità del click & collect, ritirando nel negozio più vicino al cliente», sottolinea l'ad.

Le spese per i pet, come quelle per l'alimentazione e la cura di noi esseri umani, non sono facilmente comprimibili, ma l'inflazione si fa sentire. «Per questo è nato il progetto "Contro l'inflazione, a muso duro", che include diverse iniziative – conclude Galante –. Tra queste, il programma Diete leggere, con sconti del 15% su marchi e prodotti aderenti di diete veterinarie, i prezzi ribassati su 400 prodotti ad acquisto frequente, oltre mille prodotti in offerta speciale ogni settimana e il 50% di sconto sul primo acquisto di cibo per chi adotta un cucciolo».

Nelle prime settimane del 2023 sono già molti i segnali del fermento della pet economy: per la prima volta Pitti Uomo – la più grande fiera di moda maschile al mondo – ha allestito una sezione (Pitti Pets) dedicata ad accessori per cani. Si moltiplicano, per restare nell'ambito dei servizi, le nuove linee e partnership tra marchi specializzati come Poldo Dog Couture e la moda. *Last but not least*, aprono pop up dedicati ai pet e arrivano nuove catene: a Milano ad esempio da qualche mese è sbarcato Julius (gruppo Demas), che offre anche prodotti di parafarmacia veterinaria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Il personale.** Nei negozi Arcaplanet si possono avere consigli su salute e nutrizione

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 32 - L.1878 - T.1615