Pet economy: uno stile di vita

Negli **ultimi** tre **anni** i **pet** di famiglia sono **5 milioni** in più
Pet **food** e pet **care** fanno parte della **spesa** domestica. L'**inflazione?** Assorbita

Da: Professione Veterinaria n.18-2023

Anche quest'anno, l'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (Anmvi) ha collaborato alla stesura della XVI edizione del Rapporto Assalco-Zoomark. Con questa pubblicazione, l'Associazione delle imprese del pet food italiane (Assalco) mette a disposizione del settore un prezioso strumento di analisi socioeconomica, utile anche alla programmazione delle attività e degli investimenti veterinari. Il *take home message* di Zoomark 2023 (15-17 maggio) è stato, più che in passato, orientato ai decisori politici: una fiera di 70 mila metri quadrati con 1.060 espositori è una grande vetrina dell'imprenditoria e del terziario di qualità, in grado di produrre ricchezza, innovazione, valore aggiunto sociale. Per questo merita politiche economico-fiscali incentivanti e premianti. Una su tutte: la riduzione dell'IVA.

La pet economy è una "nuova economia" per l'Assessore regionale **Vincenzo Colla** (Sviluppo economico della Giunta emiliano-romagnola), che ha mosso i primi passi venti anni fa con i primi padiglioni di Zoomark fino ad assumere proporzioni internazionali come ha osservato **Brunella Saccone** (Agenzia Ice per la promozione delle imprese italiane all'estero) suggerendo un trend in atto sul quale lavorare: l'italianità delle produzioni, un tratto tricolore apprezzato in tutti i settori merceologici, destinato ad avere fortuna anche nell'alimentazione animale.

Alla conferenza inaugurale, a BolognaFiere, il Rapporto Assalco Zoomark, lunedì 15 maggio, ha richiamato media, operatori e analisti. A commentarlo, con **Giorgio Massoni** Presidente di Assalco, è intervenuto **Marco Melosi**, Presidente di Anmvi, secondo il quale l'osservazione del mercato dei prodotti rivolti agli animali da compagnia è indispensabile anche ai Medici Veterinari per prendere le misure di un comparto che continua ad espandersi e a riservare sorprese.

5 MILIONI DI PET IN PIÙ

La XVI edizione del Rapporto Assalco-Zoomark conta 65 milioni di animali da compagnia in Italia: un balzo di circa 5 milioni di pet a confronto con il 2019, quando erano 60 milioni. I cani e i gatti sono circa 4,7 milioni in più rispetto al periodo pre-pandemia, a conferma che l'emergenza ha aumentato la propensione alla relazione affettiva con un animale da compagnia. I cani sono attualmente stimati in 8,8 milioni (erano 7 milioni nel 2019) mentre i gatti sono 10,2 milioni (erano 7,3 nel 2019).

NON SOLO CANI E GATTI

Sono ben 30 milioni i pesci, 13 milioni gli uccelli e 3,2 milioni i piccoli mammiferi e i rettili. Tutti pet ormai assurti allo status di «animali da compagnia» come da recente classificazione legislativa nazionale, in forza del nuovo regolamento europeo di sanità animale.

IMMUNITÀ INFLATTIVA

Secondo i dati elaborati da Circana e presentati da Paolo Garro, in Italia nel 2022 il giro d'affari dei soli prodotti per l'alimentazione di cani e gatti ha superato i 2,7 miliardi di euro. I prodotti per l'igiene, i giochi e l'accessoristica vale oltre 80 milioni di euro. Anche le lettiere per gatti, un indicatore a sé nell'analisi del mercato, registrano un trend positivo e raggiungono un fatturato di oltre 87 milioni di euro.

Pet food e pet care registrano la forte dinamica inflattiva osservata in tutti i settori merceologici. Un fatto inedito per questo comparto, la resilienza è tale da rendere il comparto "immune" dalla crisi inflattiva, ha osservato Garro. Uno scenario inedito, ma assorbito dalla tenuta delle vendite e dal controllo sul prezzo finale. È nei discount che i prezzi evidenziano la maggiore crescita, moderatamente lievitati nella grande distribuzione organizzata, mentre nel segmento specializzato (pet shop e catene) l'aumento dei prezzi risulta più contenuto. E sono sempre i discount a registrare una crescita negli acquisti, senza tuttavia deprimere gli altri canali grazie al maggior assortimento di prodotti. L'effetto dell'inflazione è che i valori crescono più dei volumi.

IL PET FOOD

Il pet food per cani e gatti si conferma il segmento principale del comparto. Nel 2022 ha sviluppato in Italia un giro d'affari di 2,7 milioni di euro (+11% rispetto al 2021) per oltre 673 mila tonnellate vendute (+0,8%). I prodotti per gatto sono il 54% del valore complessivo (fatturato di 1,5 milioni di euro), mentre l'alimentazione del cane copre il 46,% del mercato totale, per un valore di 1,2 milioni di euro. Cresce anche il mercato degli alimenti per altri animali da compagnia, che nel 2022 ha fatto registrare una crescita degli alimenti, a volume, del 2,3%

e a valore del 6%, sviluppando un fatturato di 13 milioni di euro nel canale della grande distribuzione organizzata. Il segmento principale è quello degli alimenti per uccelli (il 43,7% del valore e il 47,6% dei volumi). Seguono gli alimenti per roditori, in crescita del 7,7% a valore e 2,4% a volume rispetto allo scorso anno.

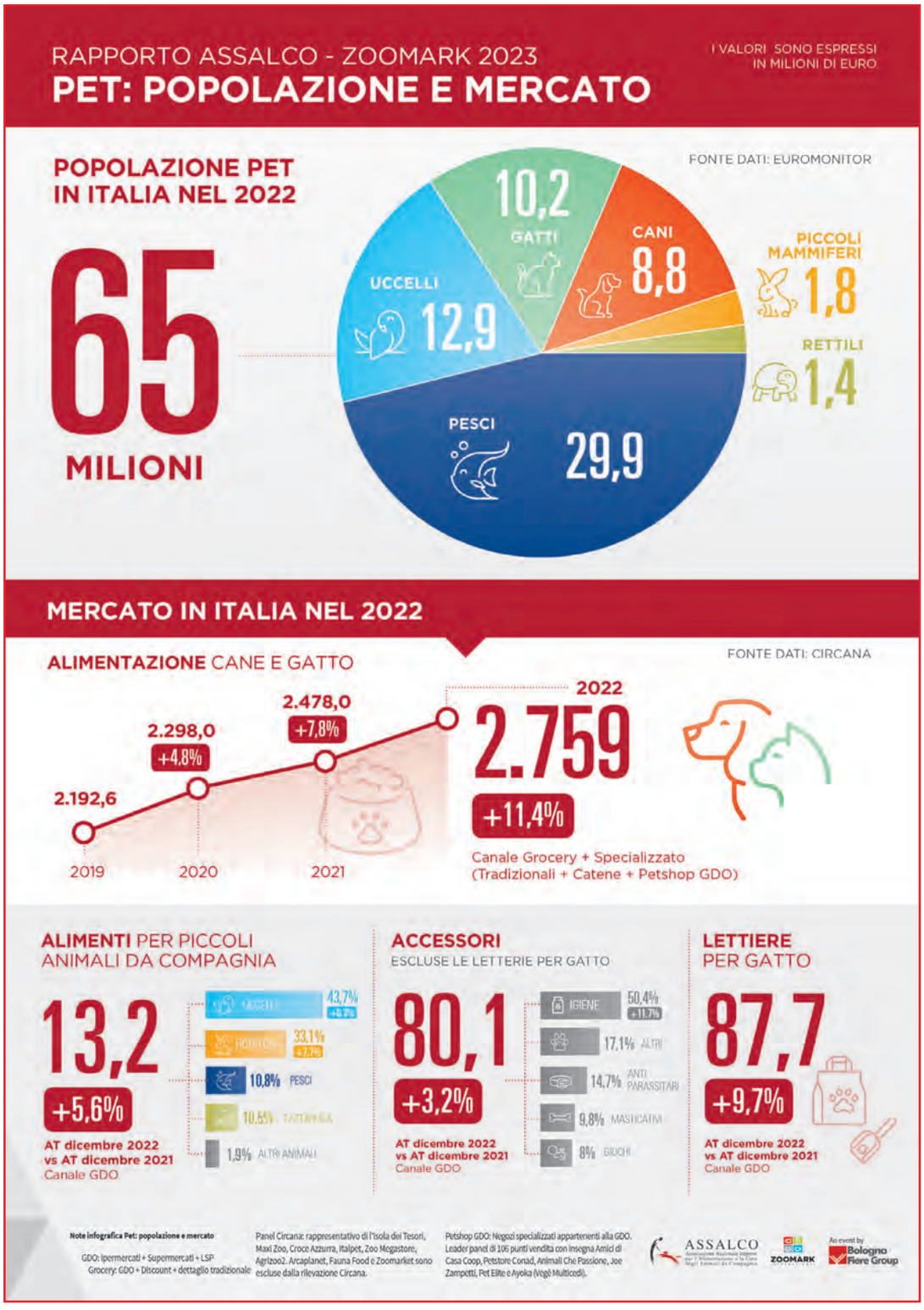
SICUREZZA ALIMENTARE

Il Rapporto mette in luce la regolamentazione sanitaria applicata all'alimentazione degli animali da compagnia, al pari di quanto viene realizzato per gli alimenti per il consumo umano, al fine di raggiungere il massimo livello d'igiene, sicurezza e qualità.

Il Ministero della Salute predispone il Piano Nazionale di Controllo Ufficiale sull'Alimentazione Animale che garantisce sorveglianza sui mangimi. Dall'ultima relazione ministeriale emerge che il 99% dei campioni prelevati per gli alimenti per animali da compagnia è risultata conforme ai parametri stabiliti per legge.

L'IGIENE TRAINA IL PET CARE

Nel 2022 si riscontra un andamento positivo anche per quanto riguarda il mercato dei prodotti per l'igiene, i giochi e l'accessoristica, ovvero guinzagli, cucce, ciotole, gabbie, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia (80 milioni di euro). A trainare questo mercato è per il 50% il segmento dell'igiene (tappetini assorbenti igienici, salviette, shampoo, spazzole, deodoranti, prodotti per la cura e la bellezza). Le lettiere per gatto, rilevate a parte, costituiscono la più importante categoria non food nel canale GDO. Nel 2022 questo mercato vale oltre 87 milioni di euro.

LA CONSULENZA VETERINARIA

Il Rapporto Assalco Zoomark contiene i dati di una indagine realizzata a marzo di quest'anno dall'agenzia di marketing Toluna sui proprietari di cani e gatti. Dalle risposte di 1.800 consumatori interpellati (proprietari diretti o detentori che si prendono cura dei pet) emerge un elevato interesse alla consulenza veterinaria. Interrogati relativamente ai servizi che vorrebbero trovare in un negozio per animali, i partecipanti al sondaggio di Toluna hanno mostrato notevole interesse per la consulenza veterinaria (82% dei proprietari di gatti, 83% di quelli di cani), la vendita di medicinali (78%, 83%), la consulenza alimentare (74%, 77%) e la registrazione via microchip (71%, 78%).