

PET ECONOMY UN MERCATO DA 7 MILIARDI

Tutte le novità in mostra a Zoomark, dal 5 al 7 maggio, a BolognaFiere. All'evento presenti 1.300 espositori da 58 Paesi. Il direttore generale, Bruzzone: «Pronti ad andare all'estero. Dopo i test in Cina e Polonia, faremo rotta sul Medio Oriente»

«Il comparto è in grande crescita, anche a livello tecnologico, come nelle macchine per il packaging e le scatolette»

di IRENE CONSIGLIERE

Vale oltre 3 miliardi il mercato del *pet food* in Italia, ma il business complessivo arriva a quasi 7 miliardi se si aggiungono le spese relative alla cura, all'abbigliamento e agli accessori per animali.

Nel nostro Paese sono presenti quasi 20 milioni tra cani e gatti, oltre 12 milioni di volatili e 3 milioni di piccoli animali, insieme a quasi 30 milioni di pesci per un totale di oltre 65 milioni di animali. Lo dice l'ultimo rapporto di Assalco-Zoomark (contenente dati Circa ed Euromonitor), che evidenzia inoltre come, nonostante il momento difficile, i proprietari si impegnino ad alimentare correttamente i propri animali da compagnia.

Il mercato degli alimenti per cani e gatti ha generato un incremento di fatturato del +13,4%. In termini di volumi, sono state 673 mila le tonnellate vendute, stabili rispetto all'anno precedente. Secondo Nomisma, le famiglie italiane spendono 6,8 miliardi di euro all'anno per il benessere e la cura dei propri animali. Di questi il 57% è destinato agli acquisti di alimenti mentre il 26% alle spese mediche veterinarie. Il restante 17% è destinato al settore degli accessori.

La tre giorni

Il prossimo Rapporto Assalco-Zoomark sarà presentato in occasione della manifestazione di Zoomark che si terrà dal 5 al 7 maggio a Bologna.

«Zoomark la più importante fiera B2b del settore a livello europeo: quest'anno, alla 21esima edizione, ospiteremo 1.300 espositori, con un incremento del 23% rispetto all'edizione precedente, provenienti da 58 Paesi, tra cui Stati Uniti, Germania, Cina, India e Turchia, Corea del Sud e Polonia», afferma Antonio Bruzzone, amministratore delegato di BolognaFiere. La manifestazione si estende su 90 mila metri quadrati, registrando un aumento del 32% sull' scorso anno.

«Zoomark è un progetto strategico orientato ai mercati esteri, che può contare sul supporto dell'Agenzia Ice e su partnership con realtà come Assalco e Anmvi — continua Bruzzone —. Dopo i primi test di geo-clonazione in Cina e in Polonia in abbinata con Marca, abbiamo appena stretto una partnership con Petzoo Eurasia per rafforzare i legami e favorire la crescita della "pet industry" nell'area del Mediterraneo e del Medio Oriente».

Zoomark è anche lo specchio di una *pet economy* in costante crescita. «Non parliamo solo di economia, ma anche di un cambiamento culturale profondo: gli animali da compagnia sono oggi parte integrante delle famiglie. Cresce l'attenzione alla qualità, alla sostenibilità e al benessere, e la *pet economy* si conferma una leva di sviluppo e occupazione sempre più rilevante», prosegue Bruzzone.

Durante i tre giorni di fiera, ci saranno seminari e conferenze, dove esperti del settore condivideranno le ultime innovazioni e gli *insight* cruciali per rimanere al passo con le tendenze del mer-

cato.

Tra le principali novità il palco «Pawfect» dedicato al *pet beauty* e al *pet wellness*. Presente inoltre un *innovation corner* che sarà il punto di riferimento per approfondimenti sull'innovazione e ospiterà anche le premiazioni «Pet Vision awards».

I numeri

Ma come sta andando il mercato? I prodotti per l'alimentazione dei gatti rappresentano il 55,3% del valore complessivo, con un fatturato di oltre 1,6 miliardi di euro, mentre quelli per cani rappresentano il 44,7% del totale, con più di 1,3 miliardi.

Il segmento degli alimenti umidi registra un fatturato di 1,4 miliardi di euro (+13,4%, più 1,15 a volumi), che equivalgono al 54,4% di quota sul totale. Gli alimenti secchi, invece, hanno generato ricavi per oltre 1,2 miliardi di euro (+13,4% in valore) e si ritaglia una quota del 40,8%.

Secondo Euromonitor il mercato degli alimenti per pesci, rettili e volatili da compagnia è cresciuto a valore del 5,8%, sviluppando un fatturato di 14 milioni di euro presso la grande distribuzione. Il segmento principale si conferma quello degli alimenti per uccelli, che copre quasi il 45% del valore.

Un andamento positivo si è riscontrato anche per quanto riguarda il mercato dei prodotti per l'igiene, i giochi e



l'accessoristica, come guinzagli, cucce, ciotole, gabbie, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia. Nel canale della grande distribuzione, il segmento vale 85 milioni di euro, con il fatturato in crescita del 6%. A trainare il business è stato il segmento dell'igiene (tappetini assorbenti igienici, salviette, shampoo, spazzole, deodoranti, prodotti per la cura e la bellezza), che vale oltre il 51%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BolognaFiere

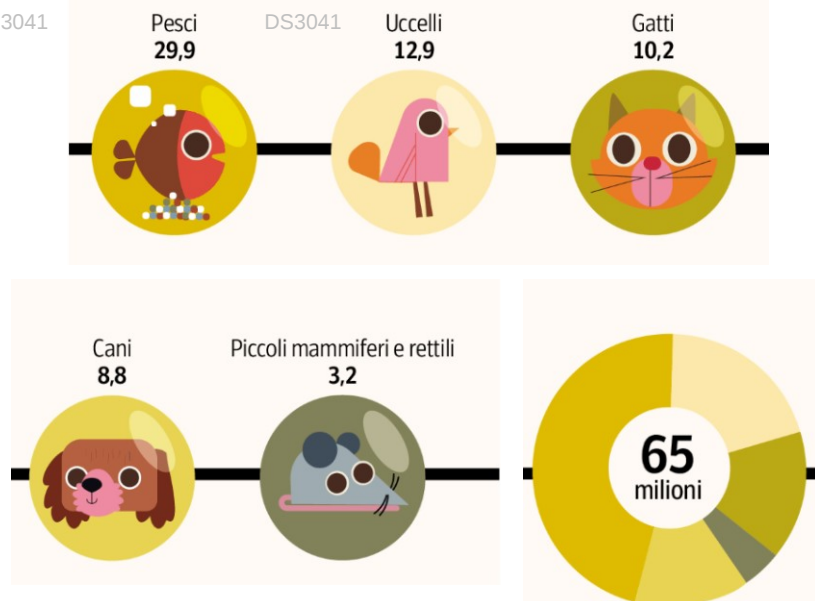
Antonio Bruzzone,
amministratore delegato



La presenza

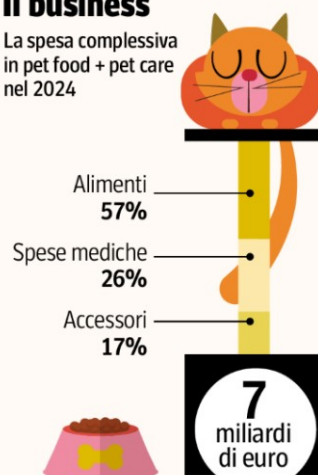
Animali da compagnia in Italia nel 2023 - Dati in milioni

DS3041

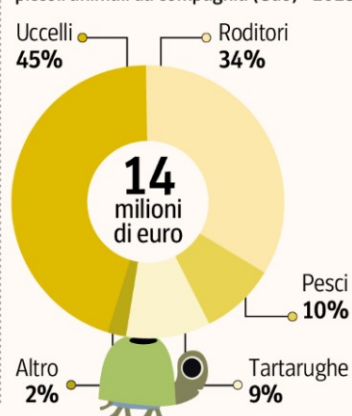


Il business

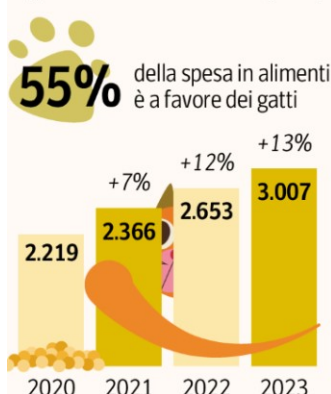
La spesa complessiva in pet food + pet care nel 2024



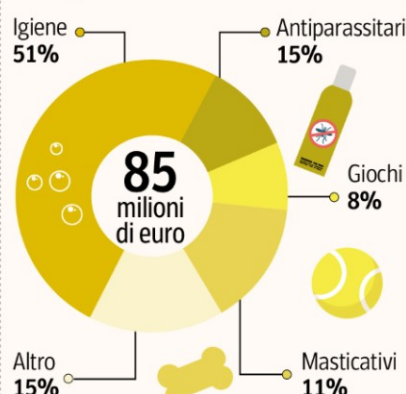
Ripartizione del mercato alimentare per piccoli animali da compagnia (Gdo) - 2023



Crescita dei consumi in alimenti per cani e gatti - Dati in miliardi di euro (2023)



La spesa in accessori - Escluse le lettiere per gatti che valgono da sole 100 milioni di euro - 2023



Fonte: Rapporto Assalco-Zoomark 2024; Euromonitor; Circana; Nomisma