

Diario de a bordo

# La fuerza del mercado del *petcare* en Italia

En los **últimos quince años** las **mascotas** han asumido un papel **protagonista** en la **sociedad italiana** y muy especialmente en el ámbito **familiar**. Según una reciente encuesta, el **96 %** de los **italianos** las considera como un miembro más de la **familia**.

**Fito Santa-Olalla**  
Presidente de  
AEDPAC

**aedpac**  
Asociación Española  
de la Industria y el Comercio  
del Sector del Animal de Compañía

En Italia hay 64,7 millones de animales de compañía, de los cuales casi 30 millones son peces, algo menos de 13 millones aves ornamentales, hay más de 10 millones de gatos, 8,7 millones de perros, y algo más de 3 millones de pequeños mamíferos y reptiles.

Para alimentarlos se gastaron alrededor de 2.500 millones (incluidas las compras en supermercados y *online*) de un total de 658 mil toneladas de alimentos.

Según el informe anual de Assalco-Zoomark (Asociación Nacional de Empresas para la Alimentación y el Cuidado de los Animales de Compañía-Feria de referencia internacional que se celebra cada dos años en Bolonia), el 42 % de los encuestados vive con una o más mascotas y el 9 % de estos han adoptado una en los últimos dos años.

## Mercado en auge

En los últimos años gracias a una mayor concienciación y educación en la tenencia responsable, ha crecido la atención a la alimentación de las mascotas, tanto que el 87 % de los propietarios elige productos acordes a las necesidades específicas de su mascota.

En comparación con el pasado, también debido a la pandemia y al mayor tiempo que pasan en casa con las mascotas, el 80 % dice comprar más produc-

tos de higiene y limpieza y el 69 % compra de vez en cuando pequeños obsequios como *snacks*, juguetes o ropa. El 64 % utiliza más servicios, principalmente la peluquería y lavado para perros.

## Perros y gatos lideran el mercado de alimentos

Los productos para gatos representan el 53,7 % del valor alcanzado por los canales de alimentación, *petshop* tradicional y cadenas, con una facturación de casi 1.300 millones de euros. La comida para perros representa el 46,3 % del mercado total de supermercados, *petshop* tradicional y cadenas en valor: 1.120 millones de euros.

En los últimos 15 años, la facturación del mercado del *petfood* se ha duplicado en Italia. En el periodo 2007 al 2021, el mercado de alimentos para mascotas más que duplicó su facturación con una tasa de crecimiento anual promedio en valor de ventas de +5,7 %. Este crecimiento está motivado por el desarrollo de productos *premium*, muestra de esta mayor cultura de los propietarios por la nutrición y el bienestar de las mascotas.

El mercado de accesorios también crece. Los productos de higiene, juguetes y accesorios facturaron más de 77 millones de euros en el año 2021, un 5,8 % más que el año anterior.

## Conciencia italiana

Otro dato revelador es que al menos el 48 % de quienes no tienen mascotas planean tener al menos una en el futuro. Quienes no tienen la intención de hacerlo creen que no tienen el espacio y el tiempo adecuados para cuidarlo, unido a la dificultad de encomendarlo a alguien.

Los italianos hoy son más conscientes que nunca de los beneficios de vivir con una o varias mascotas, tanto en la dimensión familiar como en la pública. Como resultado, ha aumentado la sensibilidad entre las instituciones, hasta el punto de que a principios de este año se ha incluido la protección animal entre los principios fundamentales de la constitución italiana. **e**



Los italianos hoy son más conscientes que nunca de los beneficios de vivir con una o varias mascotas.