



Crescono i Pet e si sviluppano ancora i mercati.
Studio sul mercato del Petfood e del Petcare in Italia

Maggio 2017

Crescono i Pet e si sviluppano ancora i mercati.

Studio sul mercato del Petfood e del Petcare in Italia

Un mercato in crescita

Sono almeno 60 milioni i piccoli animali da compagnia in Italia, di cui 7 milioni sono i cani e circa 7,5 milioni i gatti. Tra i più numerosi animali ci sono i pesci, che sono quasi 30 milioni, e gli uccellini, che si attestano a circa 13 milioni, numero che ci vale il primato in Europa. Gli altri piccoli mammiferi (tra cui conigli, furetti e roditori come criceti, cavie, cincillà e degu) raggiungono quota 1,8 milioni e i rettili (tartarughe, serpenti e iguane) sono circa 1,3 milioni.

Non sorprende quindi come il mercato del Petcare in Italia sia in continua crescita. Nel 2016 il giro d'affari relativo agli alimenti per cani e gatti ha raggiunto un incremento del 2,2% rispetto all'anno precedente.

I volumi commercializzati hanno anch'essi registrato andamenti positivi segnando un +1.9%.

Come illustrato dal grafico a destra i tassi sono superiori a quelli del Largo Consumo Confezionato.

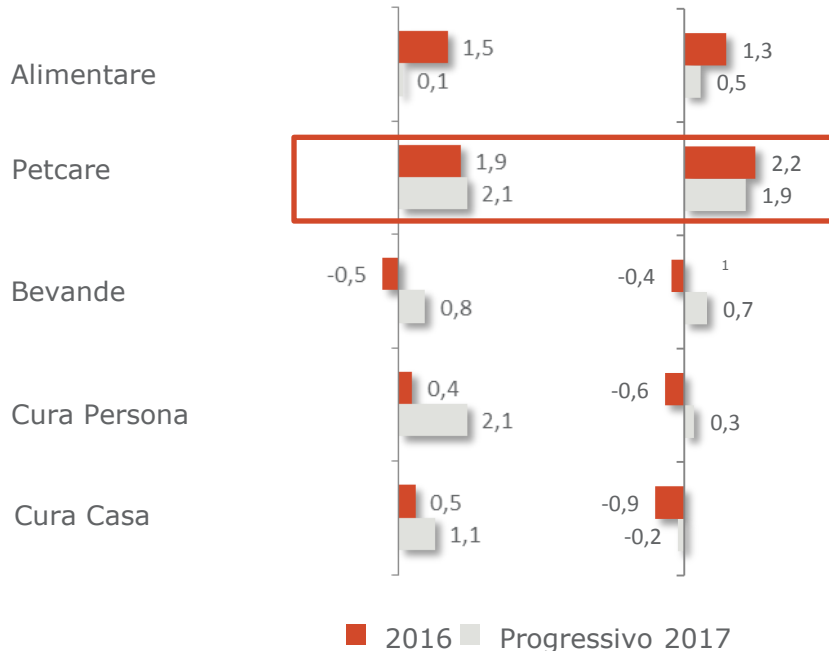
Il Petfood è il mercato più importante che registra anche gli andamenti più brillanti. Se vengono considerati tutti i canali di vendita, nel 2016 il giro di affari del Petfood raggiunge quasi 2 miliardi di € per un totale di 559.200 tonnellate commercializzate.

La crescita a valore è doppia rispetto a quella a volume, a testimonianza di un mercato che anche di questi tempi continua a creare valore.



Andamento dei reparti di Largo Consumo

Trend % Vendite a Volume (1) Trend % Vendite a Valore



Fonte: IRI. Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Drugstore, Discount. (1) Volume = Valori a prezzi costanti Prog. 2017 aggiornato a Marzo

Crescono i Pet e si sviluppano ancora i mercati.

Studio sul mercato del Petfood e del Petcare in Italia

L'andamento dei segmenti nel Mass market.

Considerando il canale Mass Market nel periodo 2013-16, il mercato si è sviluppato con un tasso di crescita annuo pari al +2,1% a valore.

Il mercato degli alimenti per gatto rappresenta il 52% del totale mercato in termini di fatturato, mentre gli alimenti per cane rappresentano il 34%. Tutti i principali sotto segmenti sia dell'alimentazione cane, sia gatto (umido, secco, snack & treat) hanno registrato andamenti positivi durante gli ultimi anni.

Per quanto riguarda gli accessori (prodotti per l'igiene, giochi, guinzagli, cucce, ciotole, gabbie, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia), il tasso di crescita annuo composto degli ultimi 3 anni è particolarmente positivo (+7,6%). Manifesta invece sofferenza il segmento del Petcare Altri Animali (- 5,9% il tasso di crescita annuo composto del 2013-2016).

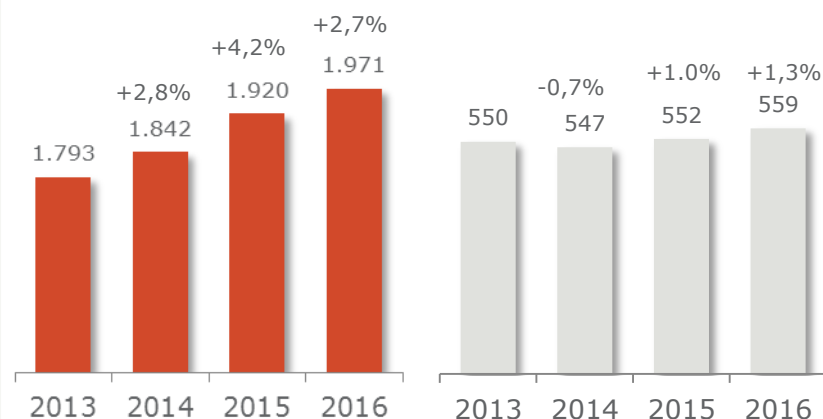
Le catene restano il canale più dinamico

Dal punto di vista commerciale in Italia il Petfood è diviso in tre canali distributivi: il grocery (iper, super, superette e negozi affiliati), le catene specializzate e i petshop tradizionali.

Nel 2016 il contributo positivo a valore alla crescita del Petfood arriva da catene specializzate, Petshop tradizionali e Supermercati.

Andamento del Petfood nella totalità dei canali

Trend Vendite a Valore (Mio €) Trend Vendite a Vol. (Mio Kg)



Fonte: IRI – Tot Petfood – Mass Market + Discount + Specializzato (petshop tradizionali + catene)

Trend % a valore e a volume del Petfood e Petcare

| | % CAGR* Val 2013-16 | % CAGR* Vol* 2013-16 | % CAGR Unità* 2013-16 |
|---|------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Petcare | 2,1 | | 0,6 |
| Petfood | 2,0 | -0,2 | 0,6 |
| <i>Cibo Gatto</i> | 1,8 | 0,3 | -0,7 |
| <i>Cibo Cane</i> | 2,4 | -0,6 | 3,2 |
| Lettiere Gatto | 1,3 | 0,0 | 0,0 |
| Accessori/Igiene (Cane/Gatto) | 7,6 | 8,7 | 8,7 |
| Petcare Altri Animali (cibo+accessori) | -5,9 | -5,1 | -5,1 |

Fonte: IRI – DB ECR *Mass Market= Iper+Super+Libero Servizio Piccolo+Tradizionali+Discount (67.075 negozi) ; Anno 2013- 2016
*CAGR (Compounded Average Growth Rate) = Tasso di crescita annuo composto

Crescono i Pet e si sviluppano ancora i mercati.

Studio sul mercato del Petfood e del Petcare in Italia

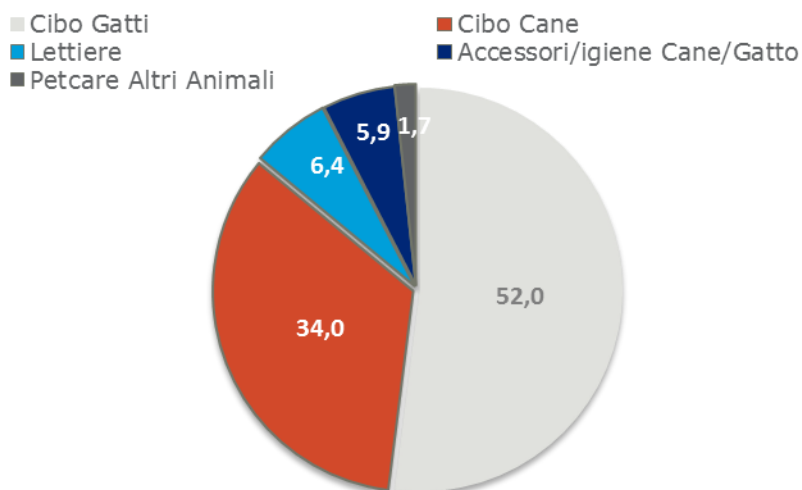
Il grocery (Mass market) veicola il 56,8% del fatturato complessivo del mercato pet food (ossia 1.222,5 milioni di euro) e il 75,1% dei volumi (420.234 tonnellate).

La crescita è guidata dai supermercati che sviluppano il 30,1% del giro d'affari e il 33,6 delle quantità. Da sottolineare le performance dei superstore, che, anche in questo comparto, si confermano virtuosi, con un'ampiezza d'offerta maggiore rispetto ai format di prossimità e una proposta più efficace in confronto agli iper.

Anche qui l'ipermercato è in affanno e, nonostante gli assortimenti in crescita, raccoglie solo il 10,7% dei volumi e il 9,3% dei valori. Alla crisi strutturale del format si somma lo sviluppo dei superstore e delle superfici specializzate; restano in campo negativo le piccole superfici a libero servizio (100-399 mq) che generano il 5,8% del fatturato e il 6,6% dei volumi. In crescita le vendite dei discount (20,6 in quantità e 8,4 in valore). È, in sostanza, una geografia degli acquisti che rispecchia quella generale dei beni di largo consumo.

In questo caso la Gdo si trova a competere con insegne specializzate molto forti - con un totale di 503 punti vendita, solo contando i gruppi con almeno 7 negozi - che, oltre all'alimentare, offrono una vastissima gamma non food e molteplici servizi, come la toelettatura, le cure veterinarie, la consulenza degli esperti durante la crescita, i

Petcare: peso a valore dei segmenti



Fonte: IRI - DB ECR *Mass Market= Iper+Super+Libero Servizio Piccolo+Tradizionali+Discount (67.075 negozi) ; Anno 2013- 2016

corsi sportivi per animali.

Inoltre le catene spaziano molto sull'acquariologia e sui piccoli animali: volatili, roditori, rettili e pesci. Le grandi insegne di petshop (7,2% dei volumi e 11,2% dei valori, per un totale di 40,2 tonnellate e 221,2 milioni di euro) hanno continuato a crescere a due cifre.

Nel 2016 il canale di vendita più dinamico del mercato pet food è stato ancora quello delle catene. A fronte di un mercato totale in crescita del 2,7% a valore, il giro d'affari di questi negozi è cresciuto infatti del 12,6% arrivando a coprire una fetta del mercato totale pari a 11,2% a valore. Rimane molto estesa, con 4.912 negozi, la rete dei petshop classici, che coprono solo il 17,7% dei volumi, ma che generano il 31,8% dei

valori. Per il terzo anno consecutivo il canale mostra una crescita del fatturato.

Nonostante la forza della Gdo e degli specialisti, la strategia, mirata sul servizio e l'innovazione, garantiscono, agli esercenti tradizionali, una buona vitalità e un'interessante redditività.

Il grafico nella pagina a seguire illustra il contributo alla crescita fornito dai diversi canali distributivi.

La tabella successiva (sempre della pagina a seguire) illustra invece il peso dei diversi segmenti del Petfood nei canali distributivi. Ne emerge che per il canale specializzato l'incidenza degli alimenti secchi è superiore al mass market. Nel canale specializzato si nota però che l'umido cresce più del secco.

Per quanto riguarda gli assortimenti, Pet shop e catene

Crescono i Pet e si sviluppano ancora i mercati.

Studio sul mercato del Petfood e del Petcare in Italia

tendono a ridurre leggermente le referenze esposte, mentre gli ipermercati le aumentano. Nonostante queste modifiche, nella Gdo non aumenta l'efficienza. Da questo indicatore risulta quindi che le nuove referenze inserite in assortimento sono spesso basso-vendenti e non portano grandi risultati.

Conclusioni

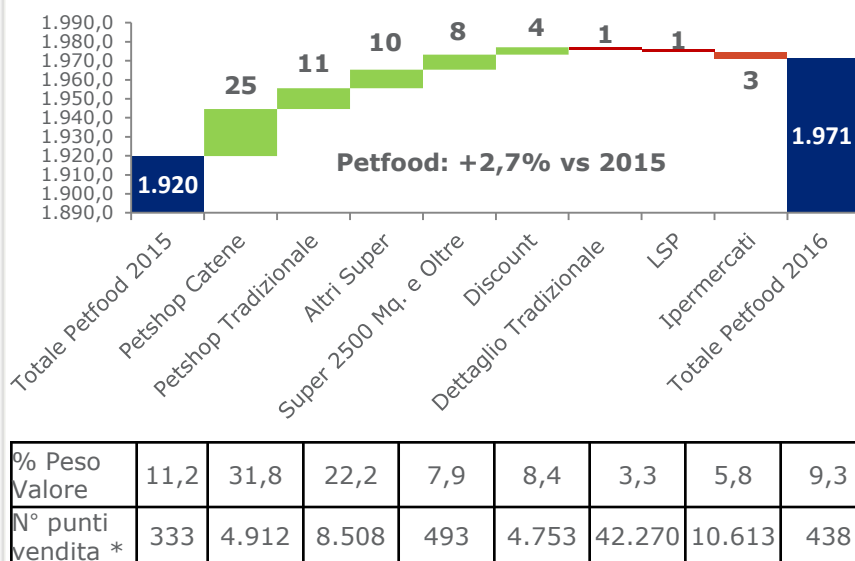
Il Petfood rappresenta un settore dinamico, con ancora grandi potenzialità di crescita date anche dal fatto che il numero di Pet in famiglia è in costante aumento.

In tutti i canali la richiesta del consumatore è sempre più orientata verso un'offerta innovativa e realizzata con alti standard qualitativi secondo le nuove tendenze legate alla salute e benessere che perseguono i consumatori di oggi e che ricercano anche per i loro animali. Il premium è, infatti, il posizionamento di prezzo che riscuote da alcuni anni maggior successo, come del resto sta accadendo in numerose categorie del Largo Consumo Confezionato.

L'assortimento è uno dei driver di crescita del mercato: la crescente importanza dei pet in famiglia e società spinge l'industria e la distribuzione a rispondere in modo sempre più efficace e diversificato alle esigenze di ognuno.

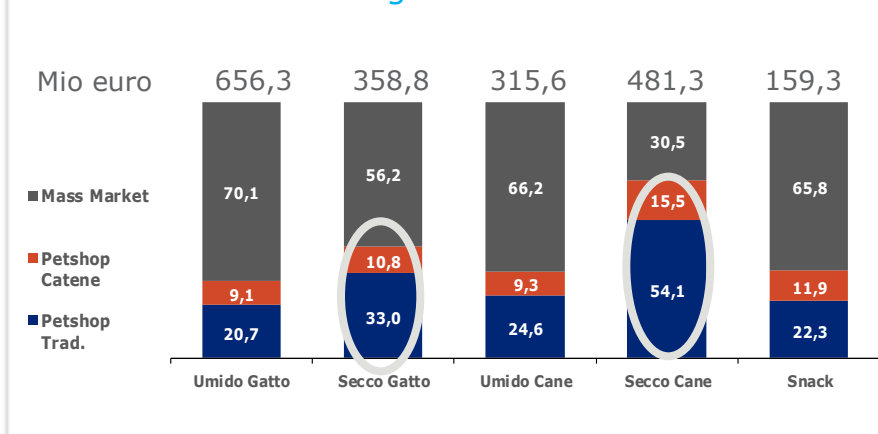
Su questi elementi devono puntare industria e distribuzione per stimolare ulteriormente la crescita di questo interessante mercato.

Il contributo alla crescita dei canali



Fonte: IRI – Totale Italia + Discount + Specializzato - Vendite in Valore (Mio €)*Aggiornamento universi IRI 1/1/2017 – Per Petshop e catene Petshop l'aggiornamento è al 1/1/2016

Petfood: l'incidenza degli alimenti nei canali



Fonte: IRI – Tot Petfood – Tot Italia+ Discount+ Specializzato. Anno 2016

Fonti utilizzate per lo studio

- Questo Studio contiene dati provenienti dal servizio IRI InfoScan Petshop ed IRI Infoscan ® sull'andamento del mercato del Petfood e Petcare in Italia. I canali considerati sono quelli degli Ipermercati, Supermercati e Libero Servizio Piccolo, Discount, Catene Petshop, Specializzati nel Totale Italia.
- Per avere maggiori informazioni sull'andamento dei mercati del Largo Consumo Confezionato contatta il tuo account IRI di riferimento o scrivi a: Marketing.Italy@iriworldwide.com

IRI è leader mondiale nella gestione di big data, soluzioni analitiche predittive e generazione di insight con l'obiettivo di supportare la crescita delle aziende del largo consumo, retail e media. Facendo leva sul più grande patrimonio di informazioni su acquisti, investimenti sul punto vendita, media, shopper loyalty e comportamento dei consumatori, il tutto integrato in piattaforme tecnologiche on demand, IRI guida oltre 5.000 Clienti nel mondo nella ricerca continua di eccellenza, nello sviluppo della quota di mercato, nello stabilire un legame con i propri consumatori, con l'unico obiettivo di far crescere il loro business. Visita il sito www.iriworldwide.com per saperne di più.

Via dei Missaglia 97, 20142 Milano, T +39 02 52579 1
Via del Porto Fluviale 35, 00154 Roma, T +39 06 5195961

Copyright © 2017 Information Resources, Inc. (IRI). All rights reserved. IRI, the IRI logo and the names of IRI products and services referenced herein are either trademarks or registered trademarks of IRI. All other trademarks are the property of their respective owners.