

Petfood. Nei primi otto mesi vendite oltre i 2 miliardi. Nestlé e Mars puntano sempre di più su alimenti sostenibili e salutistici

Cibo per gli animali domestici, vincono i prodotti naturali

Silvia Marzialetti

Più di due miliardi di euro di fatturato nei primi otto mesi del 2020: il business degli alimenti per cani e gatti in Italia si conferma in continua crescita dal 2016 e si prepara all'assalto dell'Asia, puntando su prodotti sempre più sostenibili e salutistici.

Secondo i dati elaborati da Iri per Assalco, da gennaio ad agosto sono state vendute 617mila tonnellate di petfood, dato sostanzialmente in linea con il 2019. Nonostante il lockdown, i consumatori non hanno trascurato i propri animali domestici ricorrendo - quando non fosse possibile rivolgersi direttamente alla grande distribuzione organizzata, o ai negozi specializzati - all'e-commerce, canale cresciuto del 140%.

Negli ultimi anni l'offerta si è ampliata, intercettando trend emergenti come la richiesta di naturalità e trasparenza, la ricerca di risposte nutrizionali avanzate e maggiori contenuti di servizio. «I consumatori sono sempre più attenti al benessere dei loro animali e richiedono prodotti di qualità, a basso contenuto di grassi e con pochi processi di lavorazione», racconta Valentina Menato, direttore marketing Petcare & Food di Mars Italia. Forte anche la spinta verso la sostenibilità. Dai formati pensati ad hoc per non generare sprechi, alle lettine realizzate con i sottoprodotti del grano, fino all'obiettivo di rendere tutti pack riciclabili o riutilizzabili entro il 2025, riducendo a zero l'impatto ambientale.

«Durante la pandemia le nostre fabbriche, inclusa quella italiana di Portogruaro, non hanno mai smesso di produrre e Purina quest'anno è cresciuta in termini di quantità e di volume, incrementando la propria quota di mercato», racconta Rafael Lopez, direttore generale Italia e

Sud Europa. L'azienda del gruppo Nestlé è leader in Italia con dodici brand e una quota a valore del 21,7%.

La resilienza del comparto è provata anche su scala globale: l'ammiraglia della Nestlé ha chiuso il 2019 con ricavi record per 13,622 miliardi di franchi svizzeri (12,2 miliardi di euro) e

si è confermata la divisione con i risultati migliori - insieme con Nestlé Health Science - anche nei primi nove mesi di quest'anno. A fronte di un fatturato di gruppo in calo, a luglio, del 9,5% a 41,152 miliardi di franchi svizzeri (circa 38,3 miliardi di euro), la casa madre svizzera ha promosso una serie di investimenti nello stabilimento australiano di Blayney, specializzato nella produzione di alimenti per animali domestici e in North Carolina e Pennsylvania, per potenziare il brand negli Usa. Una scommessa rivelatasi vincente: pochi giorni fa Nestlé ha dichiarato che «il 2020 è destinato ad essere l'anno migliore per le vendite di petfood targato Purina».

Anche in Mars Italia, presente sul mercato nazionale con linee di prodotto diversificate (cioccolato, riso, caramelle, healthy snack), il 60% del fatturato 2019 - pari a circa 300 milioni di euro - è stato prodotto dalla divisione petcare. Nel 2020 l'azienda - quota di mercato a valore del 12,4% nel 2019 - ha registrato risultati altalenanti, dovuti per lo più alle dinamiche di canale.

Un trend piuttosto generalizzato. «La tendenza all'accumulo registrata nei primi giorni della pandemia, è andata poi regolatizzandosi grazie alla inclusione del petfood tra i beni essenziali», commenta Verdiana Tardi, direttore comunicazione e affari societari di Royal Canin, che nel 2002 è stata acquistata da Mars Italia e che oggi rappresenta il terzo player del mercato, con una quota a valore del 9,4%.

Conquistato il mercato domestico, le grandi aziende ora guardano all'Asia. A inizio ottobre altri dieci operatori che producono in Italia hanno ottenuto il lasciapassare per Pechino, portando a quindici il numero degli autorizzati ad esportare in Cina: tra questi Monge, Morando, Nestlé Italia.



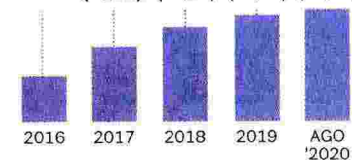
Petfood. Vendute 617mila tonnellate

Business in crescita

Vendite in milioni di Kg e miliardi di €

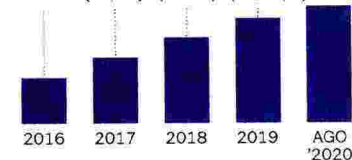
VOLUMI - Mln Kg

2016	577,5	594,5	607,7	614,1	617,2
		(+3,0%)	(+2,2%)	(+1,0%)	(+0,6%)



VALORI - Mld euro

2016	1,99	2,05	2,10	2,17	2,21
		(+3,2%)	(+2,6%)	(+3,0%)	(+2,9%)



Fonte: Iri per Assalco

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.