



Animali domestici

Pet food, acquisti record nella Gdo

Natascia Ronchetti — a pag. 22

Il pet food conquista anche la Gdo

Rapporto Assalco-Zoomark. In un periodo caratterizzato dal protrarsi della pandemia, l'attenzione per gli animali d'affezione è cresciuta significativamente ed è sempre più diffusa la consapevolezza dei tanti benefici fisici e psicologici che portano in famiglia

Natascia Ronchetti

Le misure restrittive imposte dalla pandemia, a partire dal lockdown del 2020, hanno spinto le adozioni di cani e gatti come antidoto alla solitudine: una impennata del 15% in un anno. Ma non basta questo a spiegare il grande fermento del mercato del pet food, al quale attingono oggi 12,2 milioni di famiglie, un milione in più in un solo anno.

Incide anche la tendenza, sempre più accentuata, alla scelta di prodotti di alta qualità. Tendenza che fa volare il valore delle vendite. Sempre in un anno, tra giugno del 2020 e giugno di quest'anno, ha raggiunto complessivamente, solo per l'alimentazione di cani e gatti, oltre 2,4 miliardi, con un incremento dell'8%, contro il 5,7% a volume.

Numeri provenienti dall'ultimo rapporto Assalco-Zoomark, ai quali vanno aggiunti quelli relativi agli altri animali da compagnia - tra pesci, uccelli, piccoli roditori, tartarughe -, con un volume d'affari di 12 milioni, e quelli che riguardano gli accessori, dai prodotti per l'igiene alle lettiere per gatti: altri 153 milioni circa solo nel canale della Gdo. Il boom sembra inarrestabile. Nel solo canale di vendita aggregato costituito da grocery, catene specializzate e negozi tradizionali (che in Italia sono 4.857) il volume d'affari dei prodotti alimentari per cani e gatti ha superato i 2,3 miliardi, con un balzo del 6,4%. Una crescita che si protrae ininterrottamente dal 2017, quando il fatturato aveva superato di poco i 2 miliardi. «Nell'anno dell'emergenza sanitaria la relazione con i pet ha acquisito mag-

giore valore», conferma Gianmarco Ferrari, presidente di Assalco, l'associazione a cui fanno capo le imprese che operano nel settore dei prodotti per gli animali da compagnia. «Oggi sempre di più - prosegue Ferrari - parte integrante delle famiglie in cui vivono e questo si riflette anche nell'andamento positivo del mercato».

Una spinta ulteriore potrebbe arrivare dalla riduzione dell'aliquota Iva sul food per cani e gatti e sulle prestazioni dei veterinari. Adesso è al 22%, le imprese chiedono da tempo che venga portata al 10. «La nostra industria - spiega Antonella Baggini, segretario generale di Assalco - durante il lockdown è stata riconosciuta come attività essenziale. Nonostante ciò non è ancora stata recepita la richiesta di un alleggerimento del carico fiscale, per allinearci ad altri Paesi europei come la Germania, dove l'aliquota Iva è al 7%». A dominare il mercato sono sempre gli alimenti per cani e gatti, con il grocery (che comprende anche supermercati, ipermercati, minimarket, discount) che canalizza il 56,5% del fatturato complessivo del pet food e mette a segno una crescita, sempre fino allo scorso mese di giugno, del 6,2% a valore. Ci sono poi i petshop tradizionali, che hanno generato un volume d'affari di oltre 653 milioni, con un aumento dell'1,3%. Infine le catene specializzate, che fanno leva su una rete nazionale di oltre 750 punti vendita.

In base al panel rilevato da Iri, che ne comprende solo una parte, presidi-ano ancora una quota minore del mercato ma sono anche quelle, tra i negozi fisici, che hanno registrato l'incremento più significativo del valore delle vendite, arrivando a sfiora-

re il 20%. Tra queste catene ci sono strutture organizzate con almeno sette punti vendita di proprietà come l'Isola dei tesori, Arcaplanet o Zoomegastore. E tutte insieme assorbono il 12,8% del mercato, contro il 26,9% dei punti vendita tradizionali e il 28,5% dei supermercati.

L'aumento della domanda di pet food sta però muovendo anche alcune tra le principali insegne della grande distribuzione organizzata, da Conad a Coop, con punti vendita specializzati che puntano sulla ricchezza dell'assortimento ma anche sul servizio, con personale qualificato che propone toelettatura e in alcuni casi con l'offerta di prestazioni veterinarie.

Si tratta di un nuovo format, per contrastare la crescente concorrenza delle catene Petshop, che ha chiuso l'anno con un fatturato pari a 43,6 milioni. In forte crescita anche il canale e-commerce. Le vendite online di alimenti per cani e gatti, attraverso gruppi della Gdo e Amazon, hanno raggiunto i 49 milioni.

E nonostante l'e-commerce costituisca ancora una quota minoritaria rispetto al valore complessivo delle vendite dei negozi fisici (siamo al 2%) è il canale con il tasso di crescita più elevato, ha infatti superato il 100%. Complessivamente i prodotti per i gatti rappresentano il 53,5% del volume d'affari complessivo, con un fatturato superiore a 1,2 miliardi, mentre quelli per i cani costituiscono il 46,5% del totale. Quanto agli accessori, il balzo del fatturato è del 4,1%. La domanda, in questa categoria, si concentra soprattutto sui prodotti per l'igiene.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pet economy

QUANTI SONO

Il numero di animali nelle famiglie italiane. In milioni



+ 1

MILIONI DI FAMIGLIE ACQUIRENTI DI ALIMENTI PER CANI E GATTI

IL GIRO D'AFFARI

Quanto vale il pet food in Italia

CANE E GATTO

2.431 Mln € (Giro d'affari Giugno 2021 in GDO*) +8%



Canali principali grocery, petshop tradizionali e catene petshop** +6,4%

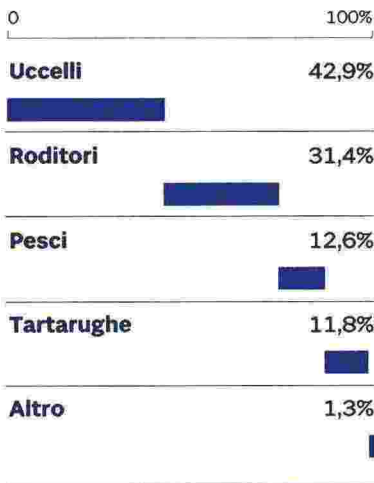


Petshop GDO 43,6

Generalisti Online 49,0

PICCOLI ANIMALI DA COMPAGNIA

12 Mln € (Fatturato in GDO*)

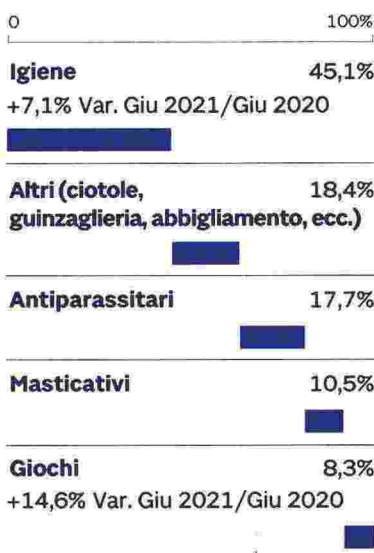


GLI ACCESSORI

La ripartizione per tipologia

ACCESSORI

75,1 Mln € (Fatturato in GDO*)



LETTIERE PER GATTO

78,3 Mln € (Fatturato in GDO*)

+4,6% Var. Giu 2021/Giu 2020

Nota: (*) permercati, Supermercati, LSP, (**) GDO + Discount e dettaglio tradizionale. Fonte: Euromonitor 2020, GFK Panel Consumer, IRI

IL NUMERO

2,4

Il giro d'affari

Nell'anno terminato a giugno 2021, il mercato dei prodotti per l'alimentazione dei cani e gatti in Italia ha sviluppato un giro d'affari di 2,431 miliardi di euro con un incremento del fatturato dell'8 per cento. In Italia si stima la presenza di oltre 62 milioni di animali d'affezione, di cui quasi 30 milioni di pesci, più di 16 milioni di cani e gatti, circa 13 milioni di uccelli e oltre 3 milioni e mezzo tra piccoli mammiferi e rettili



Gli alimenti per cani e gatti trainano il mercato; incide anche la tendenza alla scelta di prodotti di qualità





L'evento.
Da oggi e fino al 12 novembre a Bologna Fiere va in scena la 19esima edizione di Zoomark International: sostenibilità e hi-tech sono il fil rouge che lega le novità del pet food e del pet care



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

074194