

## **Pet food: gli alimenti per cani e gatti continuano a trainare il mercato italiano**

*Cresce il valore dei pet in famiglia in tempo di pandemia*

*La XIV edizione del Rapporto annuale Assalco – Zoomark sarà presentata il 10 novembre*

**1° novembre 2021** – Nell'anno terminante a giugno 2021, il **mercato dei prodotti per l'alimentazione dei cani e gatti in Italia** - canale Grocery<sup>1</sup>, Petshop Tradizionali<sup>2</sup>, Catene Petshop<sup>3</sup>, Petshop GDO<sup>4</sup> e Generalisti on Line (gruppi della GDO e Amazon)<sup>5</sup> - ha sviluppato un giro d'affari di **2.431 milioni di euro** con un incremento del fatturato del +8%.

Le principali piattaforme distributive - Grocery, Petshop Tradizionali, Catene Petshop - sviluppano un giro d'affari pari a **2.338,7 milioni di euro** e mostrano un trend positivo del **+6,4%**.

I dati elaborati da IRI Information Resources sono inclusi nella **XIV edizione del Rapporto annuale Assalco – Zoomark** e saranno presentati in occasione del Convegno inaugurale di **Zoomark International**, il Salone internazionale b2b dei prodotti e delle attrezzature per gli animali da compagnia organizzato da BolognaFiere **dal 10 al 12 novembre 2021**.

### **CAMBIA LA RELAZIONE CON I PET, AUMENTA LA POPOLAZIONE**

In un periodo caratterizzato dal protrarsi della pandemia Covid-19, l'attenzione per gli animali d'affezione è aumentata significativamente ed è sempre più diffusa la consapevolezza dei tanti benefici fisici e psicologici che questi portano in famiglia. Il maggior valore della relazione con i pet ha sostenuto l'aumento della popolazione degli animali da compagnia: secondo Euromonitor, in Italia si stima la presenza di **oltre 62 milioni di animali d'affezione**<sup>6</sup>, 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.

*“Nell'anno dell'emergenza sanitaria la relazione con i pet ha acquisito maggior valore. Gli animali da compagnia danno tanto ai loro proprietari che, a loro volta, sono particolarmente attenti alla loro alimentazione e la loro salute. In tempo di pandemia abbiamo inoltre assistito a un incremento delle adozioni, legate al desiderio di alleviare la solitudine e favorire il benessere delle persone più vulnerabili, come i bambini, gli adolescenti e gli anziani”, ha commentato Gianmarco Ferrari, Presidente di Assalco. “Gli animali d'affezione sono parte integrante delle famiglie in cui vivono e questo si riflette anche nell'andamento positivo del mercato del pet food e pet care”.*

<sup>1</sup>Per Grocery si intende la somma dei canali Ipermercati, Supermercati, LSP (Libero Servizio Piccolo), Tradizionali (inclusi i Micromarket, punti di vendita inferiori ai 100 mq) e Discount

<sup>2</sup>I Petshop tradizionali contano 4.857 punti vendita in Italia, dato aggiornato a giugno 2019 - fonte IRI

<sup>3</sup>Panel Iri Catene Petshop: rappresentativo di L'isola dei Tesori, Maxi Zoo, Croce Azzurra, Italpet, Zoo Megastore, Agrizoo2. Arcaplanet, Fauna Food e Zoomarket sono escluse dalla rilevazione IRI che rappresenta pertanto 413 punti vendita - dato aggiornato ad agosto 2020

<sup>4</sup>Petshop GDO: negozi specializzati appartenenti alla GDO. Leader panel di 86 punti vendita con insegna Amici di Casa Coop, Petstore Conad, Animali Che Passione, Joe Zampetti, Pet Elite (Selex) e Ayoka (Vegè Multicedi) - fonte IRI.

<sup>5</sup>Fonte Iri E-Commerce: tracking delle vendite on line di operatori Generalisti On Line e Pure Players (Esselunga, Carrefour, Pam/Panorama, Coop, Bennet, Unes, Finiper, Everli, Gros, Così Comodo, Crai, Basko, Lillapois, Risparmio Casa, Nonna Isa, Più Me e Amazon).

<sup>6</sup>Fonte: Passport – Euromonitor International, maggio 2020 (stime ricalcolate rispetto al passato)

## GATTI E CANI CONTINUANO A TRAINARE IL MERCATO PET FOOD

L'alimentazione di gatti e cani continua a essere la componente più rilevante del mercato italiano del pet food. Il **canale Grocery** assorbe il 56,5% del fatturato complessivo, ovvero 1.373 milioni di euro, e il 75,9% dei volumi, ovvero 503.835 tonnellate. Nell'anno terminante a giugno 2021, IRI ha riscontrato un incremento del fatturato pari al 6,2% e dei volumi pari al 4,5%. Seguono i **Petshop Tradizionali**, che sviluppano il 14,2% dei volumi (corrispondenti a circa 93.953 tonnellate), ma generano il 26,9% del valore (653,6 milioni di euro di fatturato), e le **Catene Petshop**, che rappresentano il 7% dei volumi e il 12,8% del valore, per un totale di 46,7 tonnellate e 312 milioni di euro, con una dinamica di crescita particolarmente interessante (+19,7% a valore e +13,8% a volume rispetto all'anno precedente).

Tra i canali distributivi relativamente nuovi, nell'anno terminante a giugno 2021 i **Petshop GDO** hanno raggiunto un fatturato pari a 43,6 milioni di euro, con un'incidenza sul mercato totale pari all'1,8% (canali fisici e online). L'emergenza sanitaria ha fatto osservare una forte accelerazione dell'**e-commerce**, analogamente a quanto accaduto negli altri segmenti del largo consumo. I dati raccolti da IRI sulle vendite online di alimenti per cani e gatti da parte di operatori generalisti (gruppi della GDO e Amazon) mostrano un fatturato pari a 49 milioni di euro: benché rappresenti al momento solo il 2% del fatturato totale del pet food (canali fisici e online), questo canale è cresciuto del 104% rispetto allo scorso anno e sembra destinato ad acquisire maggior peso in futuro.

Confrontando invece il mercato degli alimenti per gatti e cani, comprendendo umidi, secchi e snack, IRI rileva che i prodotti per **gatto** rappresentano il 53,5% del valore realizzato dai canali Grocery, Petshop Tradizionale e Catene Petshop, con un fatturato pari a 1.251,5 milioni di euro. La crescita a valore è stata dell'8,1%. Gli alimenti per **cane** rappresentano a valore il 46,5% del totale mercato Grocery, Petshop Tradizionale e Catene Petshop, ovvero 1.087 milioni di euro.

## ALIMENTI PER ALTRI ANIMALI DA COMPAGNIA: UCCELLI E RODITORI SEMPRE IN TESTA

Il mercato degli alimenti per i piccoli animali da compagnia ha visto nell'anno terminante a giugno 2021 un fatturato di poco superiore ai **12 milioni di euro** presso Ipermercati, Supermercati e punti vendita LSP (Libero Servizio Piccolo), con una crescita a volume dell'1,9%.

Il segmento principale è quello dei prodotti per gli **uccelli ornamentali**, che copre il 42,9% del valore e poco meno del 50% dei volumi. Seguono gli alimenti per **roditori** (31,4% del fatturato e 39,6% a volume). I prodotti per l'alimentazione dei **pesci** e delle **tartarughe** rappresentano rispettivamente il 12,6% e l'11,8% di questo segmento di mercato.

## PIÙ ATTENZIONE ALL'IGIENE E GLI ACCESSORI PER I PET

L'aumento della popolazione degli animali d'affezione e il maggior tempo trascorso con il proprio pet durante la pandemia ha sostenuto la crescita dei **prodotti per l'igiene, i giochi e gli accessori**. Le rilevazioni IRI presso la Grande Distribuzione Organizzata hanno confermato un giro d'affari di **75 milioni di euro** nell'anno terminante a giugno 2021, in crescita del **4,1%** rispetto al periodo precedente.

In questa categoria i segmenti più dinamici sono stati i prodotti per l'igiene (tappetini assorbenti igienici, salviette, shampoo, spazzole, deodoranti, ecc.), in crescita del 7,1%, e i giochi, con un incremento in valore del 14,6%. Le **lettiere per gatto**, rilevate separatamente, hanno sviluppato nello stesso canale un fatturato di oltre **78 milioni di euro**, in aumento del **4,6%** a valore.

## Nota: IL RAPPORTO ASSALCO-ZOOMARK

Il Rapporto Assalco-Zoomark è la pubblicazione annuale di Assalco, l'Associazione Nazionale tra le Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia, e Zoomark International rappresenta un punto di riferimento per chiunque si occupi di animali d'affezione.



Il Rapporto documenta l'evoluzione delle abitudini d'acquisto dei proprietari di pet (Area Mercato), la presenza e la crescente importanza degli animali da compagnia in Italia (Area Sociale), l'ultima indagine sulle strutture veterinarie (Area Salute). Alla stesura contribuiscono IRI Information Resources e l'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (ANMVI).

L'edizione digitale del Rapporto sarà disponibile dal 10 novembre 2021 sul sito [Assalco.it](http://Assalco.it)

Per ulteriori informazioni:

**ASSALCO - Ufficio stampa**

Silvia Vergani

[silvia.vergani@b-story.eu](mailto:silvia.vergani@b-story.eu) - +39 349 7668102

Massimo Spagarini

[massimo.spagarini@b-story.eu](mailto:massimo.spagarini@b-story.eu) - +39 340 3587701

**Zoomark International - Media contact**

**Communication and External Relations Manager**

Isabella Bonvicini - [isabella.bonvicini@bolognafiere.it](mailto:isabella.bonvicini@bolognafiere.it)

Tel. +39 051 282 920 / +39 335 7995370

**Press Office**

Gregory Picco - [gregory.picco@bolognafiere.it](mailto:gregory.picco@bolognafiere.it)

Tel. +39 051 282 862 / +39 334 6012743

**ASSALCO - Associazione Nazionale tra le Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia** riunisce le principali aziende dei settori pet food & care che operano in Italia. Le aziende che ne fanno parte rappresentano oggi la quasi totalità del mercato nazionale degli alimenti per animali da compagnia. A livello europeo, ASSALCO aderisce a FEDIAF, the European Pet Food Industry Federation.

**BolognaFiere** - Con circa 100 eventi in Italia e nel mondo, Gruppo BolognaFiere è una delle aziende leader nel settore fieristico ed è la Società di maggiore successo in Italia in termini di fatturato realizzato all'estero in mercati chiave come Asia, Russia e Nord America. In Italia, il Gruppo dispone dei quartieri fieristici di Bologna, Modena e Ferrara ed è partner industriale della Nuova Fiera del Levante di Bari. BolognaFiere opera nell'organizzazione diretta e nella gestione di manifestazioni fieristiche e vanta una leadership nei servizi di allestimento.