

Presentato il Rapporto ASSALCO 2010

## Cresce il mercato del "pet food"

### Gli italiani hanno più fiducia negli alimenti per animali da compagnia: garantiscono il corretto fabbisogno nutrizionale

*Nel 2009 il mercato è cresciuto del 5,9%; oltre il 60% degli italiani scelgono il petfood.*

*I veterinari italiani: "Con il petfood, gli animali hanno guadagnato molto in salute, qualità della vita e longevità".*

*In arrivo nuove disposizioni sull'etichettatura per una migliore informazione ai proprietari di animali*

Milano, 22 aprile 2010 – Il settore del pet food cresce e aumenta la fiducia degli italiani nei confronti degli alimenti industriali per animali che garantiscono il corretto fabbisogno nutrizionale ai nostri amici "a quattro zampe". In sintesi è questo il contenuto del **Rapporto 2010 di ASSALCO** (Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia) che annualmente aggiorna sullo stato del settore del pet food e pet care in Italia e che è stato presentato questa mattina a Milano (Circolo della Stampa).

I dati, infatti, confermano ancora una volta una performance nel suo complesso molto positiva come dimostra la **crescita annuale a valore del segmento dominante degli alimenti cane e gatto<sup>1</sup>, pari al +5,9%**.

*"La crescita del settore premia la qualità degli alimenti industriali per animali da compagnia (pet food). La performance molto positiva del mercato è un indicatore che sempre più proprietari si affidano al pet food per alimentare i propri amici a 4 zampe - commenta il presidente di Assalco, Luigi Schiappapietra – negli anni è cresciuta e continua a crescere la consapevolezza che per garantire agli animali da compagnia il corretto fabbisogno nutrizionale occorre rivolgersi al pet food e non al 'fai da te' o ai dannosissimi avanzzi".*

	<b>Milioni di Euro</b>	<b>Variazione 2009/08</b>
Alimenti cane e gatto (GDO + petshop)	1.490,5	+ 5,9%
Alimenti altri animali (solo GDO)	21,13	+ 4,6%

*Dati IRI Anno 2009 – Dati a valore*

Anche i dati confermano che all'aumento costante di questi ultimi anni dei valori e dei volumi complessivi del pet food corrisponde, nei consumatori italiani, una crescita della fiducia nelle preparazioni industriali capaci di garantire una nutrizione bilanciata e corretta, fondamentale per il benessere del proprio animale. Seppur lontana dalla media dei Paesi dell'Europa Occidentale che si attesta sull'80%, **in Italia è andata sempre crescendo la percentuale di pet nutriti con alimenti industriali** piuttosto che con preparazioni casalinghe o, peggio, con gli avanzzi. Dal 2004 ad oggi, infatti, si è passati dal 52 al **57% per il cane** e dal 60 al **64% per il gatto**. Un dato che indica ancora un ampio potenziale di crescita.

**Incremento anche per il pet care** (prodotti per il benessere, la cura e l'igiene degli animali da compagnia) che registra un +9,1% a valore in GDO, segnale di una maggior sensibilità per le esigenze, la salute e il benessere globale del proprio animale da compagnia. Nel 2009, infatti, i proprietari di

<sup>1</sup> Misurata sul canale GDO + petshop



# ASSALCO

Associazione Nazionale Imprese  
per l'Alimentazione e la Cura  
degli Animali da Compagnia

animali hanno speso 27milioni di euro in prodotti per l'igiene (es. shampoo, prodotti per la pulizia e toelettatura, ecc.), 7,4 milioni di euro in giochi (es. topo meccanico, palline, ecc.), 21,9 milioni in altri accessori per il trasporto, cucce e utensileria varia e 60,63 milioni di euro in lettiere per gatto, il più importante segmento non food nel canale GDO.

Intervenendo alla Presentazione del Rapporto ASSALCO 2010, Antonio Manfredi, Direttore Generale ANMVI (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani) ha sottolineato:

*"Ci fa molto piacere constatare che, dai risultati dell'indagine ASSALCO, la medicina preventiva è il primo motivo che porta l'animale dal veterinario e che tra i consigli richiesti al veterinario risultano al primo posto quelli riferiti alla prevenzione seguiti subito per importanza da quelli nutrizionali. Con il petfood, gli animali hanno guadagnato molto in termini di benessere e salute e quindi qualità della vita e longevità. Le diverse tipologie di petfood in commercio permettono oggi una scelta molto ampia ma sempre con la garanzia che si tratta di alimenti studiati e prodotti considerando le specifiche esigenze degli animali. E' pertanto ovvio, - ha inoltre affermato Manfredi - che il veterinario consigli nell'80% dei casi solo l'utilizzo del petfood e nel restante 20% un'alimentazione mista industriale - casalinga, che, ovviamente, è bene valutare con il veterinario per evitare scompensi nutrizionali e che, comunque, non deve mai contenere scarti della tavola".*

Oltre a numerose curiosità e tendenze del mondo pet, il Rapporto ASSALCO 2010 anticipa anche alcune **novità in arrivo in campo legislativo.**

Con il nuovo Regolamento Comunitario (CE n. 767/2009 "norme in materia di immissione sul mercato ed uso dei mangimi", comprese le prescrizioni relative all'etichettatura, all'imballaggio e alla presentazione), di prossima applicazione, **verranno modernizzate e migliorate le norme che definiscono quali dichiarazioni devono essere apposte sull'etichetta e quali informazioni devono essere comunicate attraverso l'etichettatura del prodotto.**

L'etichettatura viene, per la prima volta, identificata come "tutto ciò che viene comunicato al consumatore", non soltanto sull'etichetta applicata sul prodotto, ma attraverso qualsiasi altro mezzo utilizzato per la promozione e la vendita. L'etichettatura assume, dunque, un duplice valore: da una parte si configura come l'indispensabile strumento che consente l'applicazione della legislazione, la tracciabilità e i controlli della filiera, e dell'altra ha il compito fornire agli acquirenti tutte le informazioni necessarie per consentire loro di scegliere il prodotto più adatto alle diverse esigenze dell'animale.

Dopo il "Manuale di Buone Pratiche per la Produzione di Pet Food Sicuro" in applicazione del Regolamento Comunitario sull'igiene dei mangimi (CE n. 183/2005), la Fediaf (Federazione Europea delle Industrie per Alimenti per Animali da Compagnia, di cui Assalco fa parte) ha quindi elaborato il **"Codice per la Corretta Comunicazione sul Pet Food"**, attualmente al vaglio del parere della Commissione europea.

*"Dalla collaborazione tra le competenti Autorità nazionali e comunitarie e la Fediaf, la nostra industria è riuscita a trarre le giuste indicazioni per raggiungere importanti traguardi utili per applicare al meglio le nuove disposizioni comunitarie" - ha commentato Luigi Schiappapietra, Presidente di ASSALCO - "Il Manuale di Buone Pratiche di Produzione" del 2006 e il prossimo "Codice per la Corretta Comunicazione sul Pet Food" sono strumenti che nascono e si integrano da un lato per migliorare la sicurezza del pet food, e dall'altro per favorire una maggiore trasparenza delle informazioni, garantire la massima chiarezza e facilitarne la comparazione per il consumatore."*

**Per ulteriori informazioni:**

[www.assalco.it](http://www.assalco.it)

Ufficio Stampa ASSALCO

**D'Antona & Partners**

**STRATEGIE DI COMUNICAZIONE**

**Andrea Sarto**

tel. +39 02 8545701

E-mail: [a.sarto@dandp.it](mailto:a.sarto@dandp.it)