

Mercato pet food e pet care: anche nel 2021 prosegue la crescita

La XV edizione del Rapporto Assalco-Zoomark fotografa la rilevanza che gli animali d'affezione hanno acquisito in famiglia e nella società civile dal 2007 a oggi

19 maggio 2022 – Nel 2021¹, il mercato dei prodotti per l'**alimentazione dei cani e dei gatti** in Italia nei **canali principali** - Grocery, Petshop Tradizionali e Catene Petshop - ha sviluppato un **giro d'affari di 2.419 milioni di euro**, per un totale di oltre **658 mila tonnellate vendute**, registrando un trend positivo del **+7,1%** e dei volumi del **+5%**. Il mercato cresce ad un tasso superiore a quello del Largo Consumo Confezionato che nel 2021 è stato pari a +3,1%².

Aggiungendo a questi dati quelli derivanti dai canali emergenti - Petshop GDO³, che ha fatturato 52 milioni di euro, e canale On Line (rilevato da IRI)⁴, che ha sviluppato un fatturato di 62 milioni di euro – si raggiunge il valore di **2.533 milioni di euro** per un totale di oltre **682 mila tonnellate vendute**, con un incremento del fatturato complessivo del **+8,4%** e dei volumi del **+5,9%**.

I dati, elaborati da IRI Information Resources, sono parte del **XV Rapporto Assalco-Zoomark** realizzato da Assalco, l'Associazione Nazionale delle Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia, che da anni documenta l'evoluzione del mercato del pet food e del pet care e l'importanza che gli animali da compagnia hanno nelle famiglie e nella società italiane.

65 MILIONI DI PET IN ITALIA

Il Rapporto Assalco – Zoomark rileva, come da stime Euromonitor, la presenza nel 2021 in Italia di **64,7 milioni di animali d'affezione**, di cui quasi 30 milioni di pesci, 13 milioni di uccelli, 10 milioni di gatti, 8,7 milioni di cani e poco più di 3 milioni tra piccoli mammiferi e rettili.

“Negli ultimi quindici anni, ovvero da quando viene pubblicato il Rapporto Assalco-Zoomark si osserva un'evoluzione della relazione tra gli italiani e gli animali d'affezione. Registriamo un consolidamento del ruolo dei pet nella famiglia e nella società italiana. La pandemia è stata senza dubbio un acceleratore, ma di un processo in atto da tempo. Tale evoluzione si traduce in una sempre maggior attenzione da parte dei proprietari per il benessere dei propri pet” ha commentato **Gianmarco Ferrari, Presidente di Assalco**. *“L'industria lavora da sempre all'incremento del benessere degli animali familiari tanto attraverso la scienza della nutrizione, sempre più tarata sui fabbisogni dei pet, quanto sulla ricerca costante per l'accessoristica, proponendo conseguentemente un'offerta sempre più avanzata”*.

ANCHE NEL 2021 GATTI E CANI TRAINANO IL MERCATO DEL PET FOOD

Gli alimenti per cani e gatti, che comprendendo prodotti umidi, secchi e snack, trainano il mercato dei prodotti per animali da compagnia. IRI rileva che i **prodotti per gatto rappresentano il 53,7%** del valore realizzato dai canali Grocery, Petshop Tradizionale e Catene Petshop, con un fatturato pari a quasi 1.300 milioni di euro. Gli **alimenti per cane rappresentano a valore il 46,3%** del totale mercato Grocery, Petshop Tradizionale e Catene Petshop, ovvero 1.120 milioni di euro.

Il mercato degli alimenti per gli altri animali da compagnia, nel 2021, **torna a crescere: a valore del 3,3%** e del **10,6% a volume**, sviluppando un fatturato di poco superiore ai **12.455.000 euro** presso Ipermercati, Supermercati e punti vendita LSP (Libero Servizio Piccolo).

Il segmento principale è quello degli alimenti per **uccelli**, che copre il 43,4% del valore (49% dei volumi) con vendite in crescita (+6,3% a valore, +7,4% a volume). Seguono gli alimenti per **roditori** (32,4% del fatturato e 39,6% a volume) anch'essi in crescita (+11,9% a valore e +12,5% a volume).

IGIENE E ACCESSORI PER I PET ANCORA IN CRESCITA

Il crescente ruolo che gli animali d'affezione hanno nelle famiglie e nella società in Italia sostiene anche la crescita dei **prodotti per l'igiene, i giochi e gli accessori**. IRI rileva un giro d'affari di **oltre 77 milioni di euro** nell'anno terminante a dicembre 2021, in crescita del **5,8%** rispetto all'anno precedente.

¹ Anno terminante il 26 dicembre 2021

² Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Specialisti Casa e Persona, Discount, IRI On Line.

³ Petshop GDO: superfici specializzate nella vendita di alimenti e accessori per animali ed appartenenti ad organizzazioni della GDO. I dati contenuti nel rapporto sono relativi ad un leader panel di 86 punti vendita (novembre 2020) con insegna Amici di Casa Coop, Petstore Conad, Animali Che Passione, Joe Zampetti, Pet Elite (Selex) e Ayoka (Vegè Multicedi).

⁴ Fonte IRI On Line. Il canale IRI On Line esclude l'e-commerce specializzato.

I segmenti più dinamici sono stati quelli relativi ai **giochi, con un incremento del +12,5%**, e i prodotti per **l'igiene** (tappetini assorbenti igienici, salviette, shampoo, spazzole, deodoranti ecc.) con una crescita **a valore del +8,7%**. Le **lettiere per gatto**, rilevate a parte, costituiscono il più importante segmento non food nel canale GDO, sviluppando un giro d'affari di circa 80 milioni di euro (+4,6%).

UNO SGUARDO AGLI ULTIMI QUINDICI ANNI

Nel **periodo 2007 - 2021** il mercato del **pet food** ha **più che raddoppiato il fatturato** con un tasso di crescita medio annuo delle vendite a valore del +5,7%. In termini di volumi, il mercato ha registrato un tasso di crescita annuo del 3,1%. La superiore progressione a valore rispetto ai volumi è motivata dallo sviluppo dei prodotti premium e superpremium, segno della maggiore attenzione dei proprietari all'alimentazione e il benessere dei pet, nonché dell'interesse per prodotti ad alto contenuto di innovazione e servizio.

Negli ultimi 15 anni sono **profondamente cambiati i canali distributivi del pet food**. Se nel 2007 il Grocery assorbiva il 70% delle vendite e il restante 30% era appannaggio del canale specializzato, nel 2021 il Grocery ha ridotto il suo peso al 56,3%, lo specializzato è salito al 41,3%, anche grazie allo sviluppo delle catene petshop, ed è comparso il canale IRI On Line, che in pochi anni ha conquistato il 2,4% del fatturato complessivo. Negli ultimi anni si rileva anche la nascita del nuovo petshop GDO, caratterizzato da un elevato livello di servizio con personale qualificato, servizi di toelettatura e, a volte, veterinari.

Tutti i canali hanno operato un **ampliamento dell'assortimento**, inserendo prodotti di fascia premium e superpremium, nuovi formati e referenze sempre più diversificate ad esempio per razza, taglia, età, stile di vita.

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 e 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) e l'evoluzione della veterinaria italiana tra innovazione e tradizione.

Alla stesura della XV edizione hanno contribuito IRI Information Resources, l'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (ANMVI), BVA DOXA e l'Intergruppo Parlamentare per i diritti degli animali.

Per maggiori approfondimenti, l'edizione digitale del Rapporto è disponibile sul sito Assalco.it

Per ulteriori informazioni:

ASSALCO - Ufficio stampa

Silvia Vergani

silvia.vergani@b-story.eu - +39 349 7668102

Massimo Spagarini

massimo.spagarini@b-story.eu - +39 340 3587701

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.