

Rapporto Assalco Zoomark 2012, il Petfood non conosce crisi

Anmvi oggi Giovedì, 17 Maggio 2012



Nonostante la situazione economica gli italiani continuano a scegliere l'alimentazione industriale preconfezionata per i propri animali da compagnia, l'unica studiata appositamente per soddisfare le loro esigenze nutrizionali. Il mercato del pet food cresce del 2,1%. Lo rileva il quinto Rapporto Assalco – Zoomark 2012. Il mercato italiano degli alimenti per animali da compagnia non sta risentendo della recessione economica: la principale categoria, quella degli alimenti per cane e gatto, cresce del +2,1%. Nel 2011 il mercato del pet food ha raggiunto un giro d'affari di 1.604 milioni di Euro, di cui 870 milioni di alimenti per gatti e 650 milioni per cani, a cui si aggiungono 80 milioni di snack e fuoripasto, categoria prevalentemente dedicata al cane. La crescita italiana è superiore alla media europea (considerando Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Spagna, Olanda), pari all'1,6%. (Dati SymphonyIRI, Anno Terminante Dicembre 2011).

“Nonostante la crisi economica,” segnala **Luigi Schiappapietra**, presidente di Assalco “il consumatore considera l'animale da compagnia un vero e proprio membro della famiglia e non rinuncia a garantirgli un'alimentazione industriale preconfezionata in grado di assicurare un'alimentazione sana, correttamente bilanciata e studiata appositamente per soddisfare le loro specifiche esigenze nutrizionali. Il mercato rispecchia questa scelta: il settore del pet food continua a crescere, del 2,1% nel 2011, per un totale di 1.604 milioni di Euro. La crescita è trainata dal canale grocery, che registra un aumento del fatturato del 2,7%, mentre il canale petshop, ovvero i negozi specializzati in prodotti per animali da compagnia, cresce dell'1% a valore. Sempre più proprietari si rivolgono agli alimenti preconfezionati, scegliendo con attenzione tra le molteplici offerte del mercato l'alimento che meglio si adatta alla tipologia, razza e necessità del proprio pet”.

Dall'analisi dei volumi emerge che oltre la metà delle vendite di pet food per cani e gatti sono concentrate nel Nord Italia (53,1%), ed in particolare nel Nord Ovest, che da solo rappresenta quasi un terzo dei volumi totali (32,3%). Il Centro insieme alla Sardegna arriva a coprire il 28,4%. L'area del Nord Est si ferma, invece, al 20,8% dei volumi. Fatta eccezione proprio per il Nord Est, che risulta in calo del -1,4%, nel 2011 crescono tutte le aree d'Italia. E' in particolare il Sud ad evidenziare la maggiore crescita (+3,8%), nonostante resti tuttora l'area che copre i minori volumi: il 18,5% del totale. Per il futuro, dato il difficile contesto economico, le sfide saranno molteplici.

Tuttavia, la penetrazione del pet food è ancora limitata nel Paese e ciò suggerisce ampi margini di crescita legati all'acquisizione di nuovi consumatori. “Partendo proprio da queste sfide,” sottolinea **Marco Momoli**, Exhibition Director di Zoomark International, “siamo già al lavoro per la prossima edizione di Zoomark 2013. Le indicazioni del Rapporto

Assalco – Zoomark 2012 sono per noi uno strumento importante per consolidare il ruolo di motore del cambiamento e di piattaforma internazionale della nostra manifestazione. Un ruolo riconosciuto quest'anno dal Dipartimento del commercio degli Stati Uniti con il conferimento della Trade Fair Certification e la conferma della partecipazione ufficiale USA. Un segnale importante e un punto di forza per tutti i mercati internazionali". Per quanto riguarda gli alimenti per altri animali (uccelli, pesci, roditori, ecc.), rilevati nel canale della Grande Distribuzione Organizzata, il mercato si attesta sui 20,8 milioni di Euro, mostrando una flessione dello 0,7%. Positivo il settore accessori, ovvero i prodotti per la cura, l'igiene, il comfort ed il gioco, che nel canale GDO sviluppa un valore complessivo di 60,1 milioni di Euro, facendo registrare una crescita dell'1,5%. Il segmento delle lettiere per gatti si conferma come il più forte del non-food nel canale GDO, generando da solo un valore di 61,7 milioni di euro, sebbene in flessione del -1,9%.

Il **Rapporto**, giunto alla quinta edizione, è redatto dall'Associazione Nazionale tra le Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia in collaborazione con Zoomark International, il Salone internazionale dei prodotti e delle attrezzature per gli animali da compagnia.

[Scarica la versione integrale e di sintesi](#)



COMUNICATO STAMPA V RAPPORTO ASSALCO ZOOMARK.pdf171.53 KB