

PET FOOD, RAPPORTO ASSALCO 2010

Anmvi 22-04-2010



I dati di ASSALCO (l'Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia) contenuti nel Rapporto 2010 che aggiorna sullo stato del settore del pet food e pet care in Italia confermano una tendenza in crescita. Ancora una volta, infatti, la performance nel suo complesso è molto positiva, come dimostra la crescita annuale a valore del segmento dominante degli alimenti cane e gatto¹, pari al +5,9%.

Il Rapporto è stato presentato questa mattina a Milano in conferenza stampa. Sono intervenuti il Presidente di Assalco, **Luigi Schiappapietra**, il Direttore dell'ANMVI, **Antonio Manfredi**, e **Paolo Garro**, di IRI Information Resources Inc, la società che si occupa a livello di mondiale di servizi informativi e insights sul consumatore, shopper e distribuzione.

"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".

Anche per il pet care (prodotti per il benessere, la cura e l'igiene degli animali da compagnia), si registra un significativo incremento che riflette una precisa tendenza del proprietario ad una maggior sensibilità per le esigenze, la salute e il benessere globale del proprio animale da compagnia.

Inoltre, un dato che si evidenzia per la prima volta da almeno un decennio, è il sorpasso nel tasso di crescita a valore del canale GDO su quello petshop, che fa registrare un +6,3% sul 2008. D'altra parte la cultura generale e l'educazione verso l'alimentazione industriale è aumentata nel tempo, ed anche sul canale GDO, il consumatore non cerca più esclusivamente o prevalentemente il primo prezzo. Il petshop continua a crescere, registrando una variazione di +5,3% sul 2008, proponendo una diversa esperienza di acquisto ed una maggiore specificità dei prodotti trattati.