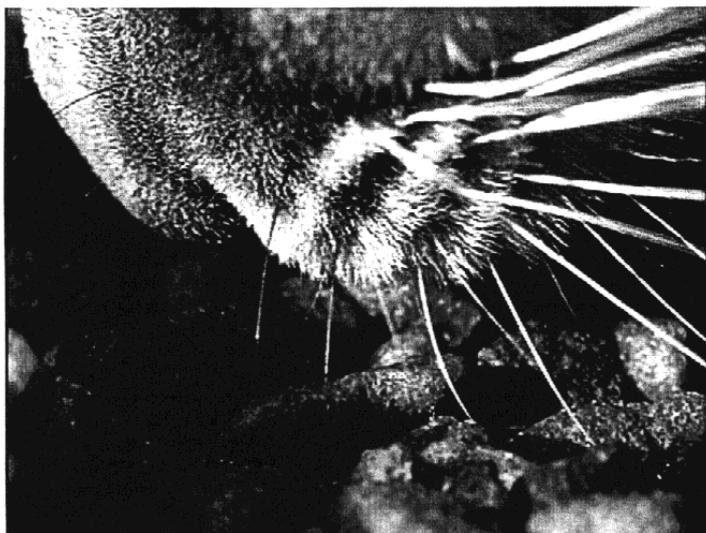




Sempre più pet food nel carrello della spesa

Rapporto ASSALCO 2010: nel 2009 il mercato è cresciuto del 5,9%



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 gatto, 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 presi-

dente 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 avanzi".

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'edu-

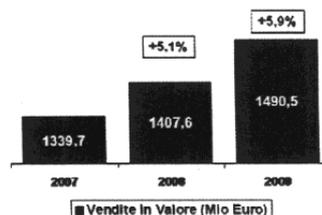
cazione verso l'alimentazione industriale è aumentata nel tempo, ed anche sul canale GDO, il consumatore non cerca più esclusivamente o prevalentemente il primo prezzo. Il petshop continua a crescere, registrando una variazione di +5,3% sul 2008, proponendo una diversa esperienza di acquisto ed una maggiore specificità dei prodotti trattati.

I NUMERI

Il costo medio per il mantenimento di un gatto è di circa 0,60 euro al giorno mentre per il cane varia, a seconda della taglia, da 0,70 a 1,50 euro al giorno. I numeri complessivi del mercato del petfood si attestano a Dicembre 2009 sui 581,2 milioni di Euro sul canale specializzato e 909,3 sul canale GDO, per un totale di 1.490,5 milioni di Euro e una crescita sul 2008 del 5,9%. Tale valore corrisponde a 495.800 tonnellate vendute. Per quanto riguarda gli alimenti per altri animali, quali uccelli, roditori, pesci, ecc., la rilevazione in GDO mostra anche nel 2009 una buona prestazione, seppure inferiore a quella degli alimenti per cane e gatto, con vendite per 21 milioni di euro (in aumento del 4,6%).

FIDUCIA NEL PET FOOD

Se il settore cresce, lo si deve soprattutto al fatto che sempre più italiani proprietari di pet si rivolgono al pet food e stanno imparando a scegliere quello che meglio si adatta alla tipologia, razza e necessità del proprio pet. L'aumento costante di questi ultimi anni dei valori e dei volumi complessivi del pet food indica che, nei consumatori italiani, è cresciuta la fiducia



Dati IRI Anno 2009

nelle preparazioni industriali allo scopo di garantire una nutrizione bilanciata e corretta, fondamentale per il benessere del proprio animale. I dati, infatti, mostrano una crescita costante della percentuale di popolazione pet nutrita con alimenti industriali piuttosto che con preparazioni casalinghe o, peggio, con gli avanzi. Dal 2004 ad oggi si è passati dal 52 al 57% per il cane e dal 60 al 64% per il gatto.

Un dato significativo anche se ancora lontano dalla media dei Paesi dell'Europa Occidentale che si attesta sull'80%.

ACCESSORI

Cresce anche il settore del pet care. La categoria degli "accessori", rilevata solamente in GDO continua, infatti, un trend estremamente favorevole di crescita, con un +9,1% a valore. Un incremento che riflette una precisa tendenza del proprietario ad una maggior sensibilità per le esigenze, la salute e il benessere globale del proprio amico a 4 zampe. I 56 milioni di euro del settore sono composti dal 48% di prodotti per l'igiene (es. shampoo, prodotti per la pulizia e toelettatura, ecc.), 13,2% per giochi (es. topo meccanico, palline, ecc.) e il 38,8% da altri accessori per il trasporto, cuccie e utensileria varia. Le lettiere per gatto, pur appartenendo alla voce igiene, meritano una considerazione a parte in quanto costituiscono il più importante segmento non food nel canale GDO; nel 2009 vale, infatti, 60,63 mio Euro (+3,3% rispetto al 2008).

	Valore in mio Euro	Variazione 2009/08
alimenti cane e gatto (GDO + petshop)	1.490,5	+ 5,9%
alimenti altri animali (solo GDO)	21,13	+ 4,6%
accessori (solo GDO)	56,37	+9,1%
lettiera gatto (solo GDO)	60,62	+3,3%

Dati IRI Anno 2009 - Dati a valore

Alimenti CANE						
% consumo	2004	2005	2006	2007	2008	2009
alimenti industriali	52,3	54,2	55,3	55,8	56,4	57,1
alimenti "casalinghi"	47,7	45,8	44,7	44,2	43,6	42,9
Totale alimenti	100	100	100	100	100	100

Alimenti GATTO						
% consumo	2004	2005	2006	2007	2008	2009
alimenti industriali	60,1	61,3	62,5	62,8	63	64,1
alimenti "casalinghi"	39,9	38,7	37,5	37,2	37	35,9
Totale alimenti	100	100	100	100	100	100

Fonte: Euromonitor 2009

2009 GDO	Mio €	Quota	Var% 2009/08
A - Igiene	27,1	48,0%	+16,2
B - Giochi	7,4	13,2%	+7,1
C - Altri Accessori	21,9	38,8%	+2,1
Tot	56,37	100%	+9,1%

Veloci. Precisi. Sicuri.
I nuovi profili PCR

Profilo vie Respiratorie Superiori del cane

- Adenovirus canino tipo 2 (DNA)
- Herpesvirus canino CHV-1 (DNA)
- Parainfluenzavirus canino tipo 3 (RNA)
- Influenzavirus canino (RNA)
- Coronavirus Respiratorio canino (RNA)
- Cimurro (CDV) (RNA)

Contattaci per ricevere le nuove schede di richiesta esami necessarie per poter inoltrare il tuo ordine!
Numero verde 800 011 822

IDEXX Vet•Med•Lab
IDEXX
LABORATORIES

