

# Pet economy a gonfie vele: cresce la spesa per la cura degli animali

*I dati. Mentre le vendite dei beni di largo consumo frenano (-1,8% a volume), gli acquisti dei prodotti per gli animali domestici sono in continua espansione (+2,7%). Il cibo è al primo posto, in particolare quello per i gatti, seguito da sabbia e lettiera*

Micaela Cappellini



silvia amodio

La pet economy non conosce crisi. Nell'anno in cui, per colpa dell'inflazione, le vendite dei beni di largo consumo in generale sono rallentate a volume dell'1,8%, quelle dei prodotti destinati alla cura degli animali sono cresciute del 2,7%. I dati, relativi ai primi dieci mesi del 2023, arrivano da Circana (ex Iri) e certificano la salute di un settore decisamente anticiclico. Gli italiani, insomma, perdono potere d'acquisto e sul carrello della spesa tirano la cinghia, ma quando si tratta dei loro amici a quattro zampe non badano a spese. Incuranti del fatto che i prodotti per animali nel 2023 hanno ritoccato all'insù i prezzi più della media: +14,3% contro il 10,8% generale.

Il cibo per animali rappresenta ancora il core business del comparto e nei primi dieci mesi dell'anno scorso ha superato i 3 miliardi di euro di incasso, con una crescita del 15% rispetto allo stesso periodo del 2022. Crocchette, buste, scatolette: in tutto, gli italiani hanno acquistato 700 milioni di chili di prodotto. E dato che nel nostro Paese (fonte Assalco) ci sono 10 milioni di gatti e 9 milioni di cani, la fetta più grossa di spesa è per il cibo dei primi. Tra umido e secco, per riempire le ciotole dei felini

italiani sono stati spesi oltre 1,2 miliardi, mentre per quelle dei cani la spesa è stata di 786 milioni. Il cibo per gatti è anche la categoria di prodotti che, secondo i dati Circana, nei primi dieci mesi del 2023 ha visto aumentare di più la spesa (+20,4% le vendite a valore); al secondo posto c'è l'acquisto di un altro prodotto per felini, vale a dire sabbia e lettiera, i cui acquisti sono cresciuti del 17,9%.

Di fronte a una domanda che non conosce stop, l'offerta ha avuto gioco facile nell'aumentare l'assortimento. Secondo i dati puntuali di Circana, solo tra supermercati e discount si contano oltre 363 referenze diverse: soltanto sugli scaffali riservati all'umido per gatti i prodotti sono oltre 130. Ancora più alta la varietà disponibile nei negozi specializzati per gli animali: 2.248 le referenze contate a scaffale, di cui 881 per le scatolette e le buste di cibo umido per gatti contro "solamente" 398 etichette di umido per cani.

Passano gli anni, insomma, e gli italiani confermano il loro amore per gli animali. Del resto, secondo un'indagine commissionata a Bva Doxa da Purina, oltre il 60% dei padroni intervistati ritiene che l'animale di famiglia li faccia stare meglio, perché riduce lo stress e regala momenti di conforto. Oltre il 50% dei proprietari sceglie cani e gatti per ridurre il proprio senso di solitudine, mentre per un terzo degli intervistati accudire un animale aiuterebbe a sviluppare il senso di responsabilità nei bambini. Tra gli amanti dei cani, c'è anche un 34% che li sceglie per uno stile di vita più sano, dovendo portarli a passeggio più di una volta al giorno, così come c'è un 20% che in presenza di un animale al guinzaglio si sente più sicuro, sia in casa che all'aperto.

Date queste premesse, è evidente che gli italiani siano attenti a quello che i loro animali di casa mangiano e non badino troppo a spese. Al primo posto, quando scelgono croccantini e scatolette, mettono la qualità degli ingredienti e i consigli del veterinario di fiducia. Il prezzo? È solo al sesto posto nella classifica dei criteri di scelta, superato dalla conoscenza del marchio e dalla praticità della confezione. La sostenibilità, invece, non è ancora un driver popolare di acquisto: solo il 42% prende in considerazione questo criterio quando sceglie il cibo più adatto al proprio cane o al proprio gatto. Una busta di croccantini o una scatoletta di paté viene considerata sostenibile se utilizza imballaggi riciclabili, se è stata prodotta con fonti di energia rinnovabili e prestando attenzione al benessere degli animali. Ancora poco peso nella scelta hanno le materie prime biologiche o comunque prodotte in maniera responsabile.

E dal veterinario? Gli italiani, sostiene la Bva Doxa, ci vanno prevalentemente per i controlli di routine e le vaccinazioni. I proprietari di cani ci vanno in media più spesso, ogni 4-6 mesi, mentre quelli gatti se la cavano con una o due volte all'anno. Fornire loro il cibo, insomma, resta l'esercizio di cura più importante secondo chi in famiglia ospita un animale. Al secondo posto dei doveri c'è quello di farli giocare, mentre al terzo posto ci sono le azioni di pulizia: della lettiera, della casa e dell'animale stesso. A dispetto di tutta l'attenzione che gli italiani ripongono

nell'alimentazione dei loro animali, però, il controllo del peso è all'ultimo posto della lista dei doveri.

© RIPRODUZIONE RISERVATA