



NEWSMERCATO

Indagini

Nel 2016 il pet food in Italia cresce del 2,6% a valore

Daniela Gasparri è la nuova responsabile relazioni esterne e ufficio stampa di Morando

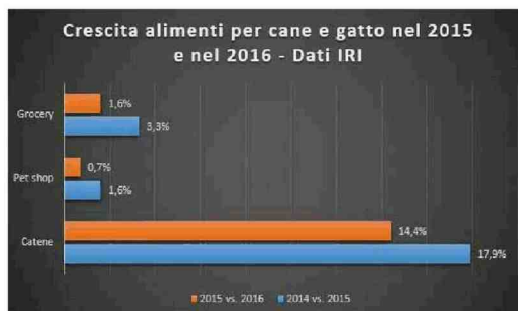


Daniela Gasparri

Daniela Gasparri è la nuova responsabile delle relazioni esterne e dell'ufficio stampa di Morando Corporate. La scelta è legata, come spiega una nota dell'azienda, "all'importante sviluppo delle aziende del gruppo negli ultimi anni; sviluppo che ha reso necessario istituire questa funzione stabilmente integrata all'interno dell'organizzazione". L'incarico affidato a Daniela Gasparri prevede l'obiettivo di gestire al meglio i progetti di comunicazione integrata e ufficio stampa attraverso una costante relazione con la proprietà, la struttura marketing e con le altre aree delle aziende del gruppo. Laureata in giurisprudenza con master in marketing e comunicazione, Daniela Gasparri si unisce a Morando Corporate dopo una quindicinale esperienza nel settore marketing e comunicazione, dove ha maturato una significativa esperienza nei settori della pubblicità, dell'ufficio stampa e degli eventi, focalizzandosi negli ultimi anni sulla comunicazione digitale.

Continua a crescere in Italia il mercato dei prodotti per gli animali da compagnia. Stando alle previsioni IRI diffuse a fine anno in vista della prossima edizione di Zoomark International, gli alimenti per cane e gatto, che nel 2015 avevano generato un giro d'affari di 1.914 milioni di euro, chiuderanno il 2016 con una crescita a valore del 2,6% per quanto riguarda il totale mercato Italia, del 14,4%

nelle catene, del 1,6% nel canale grocery e del 0,7% nei pet shop tradizionali. Anche il comparto accessori e prodotti per l'igiene degli animali dovrebbe registrare una crescita: questo settore aveva fatto registrare nel 2015 un fatturato di oltre 67 milioni di euro, con un incremento delle vendite del +2,4% a valore rispetto all'anno precedente. Fra i principali trend degli ultimi anni, dovrebbe proseguire la tendenza ad aumentare il numero di referenze nei canali di distribuzione, in virtù della sempre maggiore specializzazione dell'offerta del settore. Per quanto riguarda il comportamento di acquisto, si è verificato un incremento nelle vendite dei piccoli formati, legato alla crescente diffusione di animali di piccola/media taglia e a una maggiore sensibilità verso il tema della riduzione degli sprechi. Infine si è registrata una lieve flessione della frequenza di acquisto, a fronte di un aumento della penetrazione.



UK: 1 proprietario su 4 sottovaluta le esigenze per il mantenimento

Nel Regno Unito sono più di 5 milioni i proprietari che prima di portare un pet in casa non hanno svolto ricerche a scopo di informarsi sulle necessità e i bisogni dell'animale. È quanto emerso dal PDSA Animal Wellbeing Report. Dall'indagine si evince inoltre che 4,8 milioni di pet owner hanno avuto più difficoltà di quante si aspettassero inizialmente nella gestione dell'animale. Molti sono inoltre i casi di coloro che hanno sottovalutato le spese per il mantenimento: circa 2,6 milioni di persone credono che basterebbero circa 500 sterline per tutta la durata della vita del pet, mentre un cane mediamente richiederebbe tra le 21 e le 33mila sterline, un gatto tra le 17 e le 24mila sterline e un coniglio tra le 10 e le 15mila sterline.



Tendenze Il 39% degli anziani ha un animale domestico

Nel nostro Paese il 39% delle persone anziane hanno un pet. Lo rivela il rapporto di Senior Italia, la federazione delle associazioni della terza età che anche quest'anno ha pubblicato l'indagine "Sic- Sanità in cifre". Fra le altre

tendenze emerse dalla ricerca, si evince che in media vengono spesi dagli anziani poco meno di 800 euro ogni anno per il mantenimento dell'animale, di cui circa 125 per i servizi veterinari, 425 per il cibo e 237 per la cura e l'igiene. Il 38% degli intervistati ha dichiarato che porta il pet con sé in vacanza, il 50% lo lascia a figli, parenti o amici e il 12% a strutture apposite. Circa il 20% ha rinunciato a un viaggio perché dove avrebbe alloggiato non si accettavano animali domestici.



Crescono nel mondo l'attenzione alla salute e la spesa per gli alimenti premium

I consumatori spenderanno sempre di più in prodotti che favoriscono la salute dei pet. Questo è quanto emerge dall'analisi di mercato "World Pet Food Market - Opportunities and Forecasts, 2014 - 2022" pubblicata da Allied Analytics LLP. Dall'indagine emerge in particolare che nei prossimi anni crescerà la domanda globale di prodotti alimentari di qualità premium. Le aziende che avranno un ruolo chiave nel pet food market mondiale saranno: Mars, Nestlé Purina, Hill's Pet Nutrition, P & G Pet Care, Del Monte Foods, Heristo AG, Affinity Pet Care, Nutriara Alimentos, Unicharm e Total Alimentos.

Stati Uniti L'e-commerce sostiene la crescita in America

Stando a quanto pubblicato da IbisWorld, negli ultimi cinque anni le vendite online di pet food e accessori per animali da compagnia in America sono cresciute di 9,8% all'anno raggiungendo i 4,9 miliardi di dollari. Fra i principali fattori che hanno contribuito a tale sviluppo c'è la crescente tendenza a considerare i pet come membri di una famiglia. comportamento che ha portato a un aumento della spesa per prodotti di fascia premium e alla conseguente crescita dei profitti del comparto industriale. Si stima in particolare che nel 2016 i profitti saranno del 4,4% sui ricavi, a differenza del 2011 quando sono stati del 3,7%.



Global Pet Expo fra le 100 fiere più influenti



Global Pet Expo è stata eletta fra le 100 fiere più influenti al mondo da Trade Show Executive Magazine (Tse). L'appuntamento per l'edizione 2017 è nei giorni dal 22 al 24 marzo a Orlando. Fra le novità, l'inedito format che prevede la realizzazione di padiglioni specifici per gli espositori internazionali. L'Italia già

nel 2016 ha portato a Orlando un pool di aziende che hanno partecipato all'iniziativa dell'Italian Pavilion in collaborazione con Zoomark International. Il prossimo marzo il progetto della fiera sarà esteso e oltre al nostro anche Paesi quali la Gran Bretagna, il Canada e la Cina saranno rappresentati da collettive.

Appuntamenti

La seconda edizione di ATuttaCoda sarà nel padiglione Oval del Lingotto

È stata presentata la seconda edizione di ATuttaCoda, fiera che ha esordito quest'anno a Torino e che si è caratterizzata per l'approccio dedicato al consumatore e agli appassionati del mondo animale in tutte le sue sfaccet-

tature. La prima novità prevista per il 2017 è rappresentata dalla nuova area espositiva, che sarà il padiglione del Lingotto Oval dove sono ospitate le principali manifestazioni del capoluogo piemontese.

