



*an event by*



# **RAPPORTO ASSALCO - ZOOMARK 2017 ALIMENTAZIONE E CURA DEGLI ANIMALI DA COMPAGNIA**

Pet: dal ruolo in famiglia al  
riconoscimento in società

*Con il contributo di*





## RAPPORTO ASSALCO - ZOOMARK 2017

<b>AREA SOCIALE</b>	<b>3</b>
<i>Infografica "Pet: dal ruolo in famiglia al riconoscimento in società"</i>	4
<b>PET, DAL RUOLO IN FAMIGLIA AL RICONOSCIMENTO IN SOCIETÀ</b>	5
• La presenza dei pet nelle famiglie italiane	6
• L'importanza sociale dei pet nelle famiglie	9
• Il benessere dei pet: cura e alimentazione	12
<b>AREA ISTITUZIONALE</b>	<b>16</b>
<i>Infografica "Società, famiglia e cura della salute"</i>	17
<b>POPOLAZIONE PET</b>	
• Diffusione pet in Europa e in Italia	18
• Attuale gestione delle anagrafi canine regionali in Italia e Anagrafe nazionale nell'Atto d'Indirizzo 2017 del Ministero della Salute	22
• Identificazione e registrazione a livello Europeo	24
• Esigenza di evoluzione e perfezionamento	25
• Elementi fondanti e vantaggi derivanti dall'inserimento del pet nello Stato di Famiglia	26
<b>NORMATIVA</b>	
• I Paesi più avanzati, con normative più complete	27
• Animali tutelati dalla Costituzione e dalla legge quali esseri senzienti	29
• Regole e norme in Italia	31
• Proposta di inserimento degli animali nella Costituzione italiana	36
• Proposte e progetti in essere per migliorare le norme che regolano la convivenza con i pet e che sanciscono il loro ruolo nella famiglia e nella società in Italia e all'estero	37
• Norme che regolano i viaggi all'estero	41
<b>AREA SALUTE</b>	<b>44</b>
• Ricerche e aggiornamenti sui benefici dei pet per l'uomo	45
• I proprietari dei pet e i veterinari: una ricerca dell'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani	51
• Piano Nazionale Alimentazione Animale Del Ministero della Salute Italiano: Pet food sicuro in ciotola, Sicurezza per la salute umana, animale e dell'ambiente	65
<b>AREA MERCATO</b>	<b>68</b>
<i>Infografica "La popolazione dei pet in Italia e il mercato pet care"</i>	69
<b>IL MERCATO ITALIANO DEI PRODOTTI PER I PET: DIMENSIONI, TREND, SEGMENTI DI MERCATO, ASSORTIMENTO DEI CANALI, GEOGRAFICA DELLE VENDITE</b>	70
• Il petshop tradizionale - performance canale	83
• Le catene petshop- performance canale	87
• La GDO - performance canale	91
• Alimenti per altri animali da compagnia	98
• Accessori	99
<b>INDAGINE SUI PROPRIETARI DI PET SHOP</b>	103
• Il profilo del negoziante moderno	103
• Servizi, vendita di animali, livello di fidelizzazione della clientela	103
<b>PANORAMICA SUL MERCATO EUROPEO DEL PET CARE</b>	106
• Europa, Francia, Germania, Spagna, Regno Unito	106
<b>Glossario</b>	108

**Il Rapporto Assalco - Zoomark 2017 è disponibile all'indirizzo [www.assalco.it](http://www.assalco.it)**

# Area Sociale

# PET: DAL RUOLO IN FAMIGLIA AL RICONOSCIMENTO IN SOCIETÀ

RAPPORTO ASSALCO-ZOOMARK 2017

## I PET NELLE FAMIGLIE ITALIANE

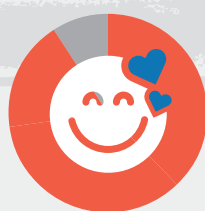
IN ITALIA  
**60.459.000**

**2,3 PET PER FAMIGLIA**

**58%** HA UN SOLO PET  
**14%** HA 4 PET O PIÙ



## L'IMPORTANZA SOCIALE DEI PET



Il **90%** di chi ha un pet afferma che un pet aiuta a **VIVERE MEGLIO**

**Focus anziani**  
**39%** degli **over-65** convive con un pet

AVERE UN PET AIUTA GLI ANZIANI A...

- aumentare il benessere psicofisico
- mantenere le relazioni sociali
- migliorare la circolazione sanguigna

**Focus bambini**

GRAZIE AGLI ANIMALI I BAMBINI...

- sviluppano la propria autostima
- imparano a essere responsabili
- fanno meno assenze a scuola

## PET E ALIMENTAZIONE

**77%**

dei pet mangiano **alimenti industriali**

**85%**

dei veterinari raccomandano **pet food industriale** perché bilanciato, sicuro e garantito

**RADDOPPIATA** l'aspettativa di vita dei pet oggi rispetto a 30 anni fa grazie alle cure veterinarie e alla qualità del pet food industriale

## PER IL BENESSERE E IL RICONOSCIMENTO SOCIALE DEI PET



Creare un'**Anagrafe canina e felina nazionale** (aggiornata puntualmente con nascite e decessi)



Rilevare i pet nel **Censimento generale della popolazione italiana**



**Ridurre l'aliquota IVA** sulle spese per il mantenimento degli animali da compagnia (alimentazione + cure veterinarie)



Promuovere ulteriormente l'**accesso dei pet presso locali**, esercizi pubblici e attività ricettive



Inserire gli animali d'affezione nello **stato di famiglia** del proprietario



Introdurre nella **Costituzione italiana** un riconoscimento dello **status degli animali d'affezione**

Fonti: Euromonitor (2016) • Istat (2017 e 2015) • Federanziani (2015) • IRI Shopper Insight (2014) • GFK (2013) • International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity (2014) • ANMVI (2017) • Centro Studi Sintesi (2017) • Nagengast, SL - Baun, MM - Megel, M - Leibowitz (1997) • JM; Thompson, KL - Gullone, E (2008) • McNicholas, J (2004)

ASSALCO  
Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia



an event by  
**Bologna Fiere**

ZOOMARK 2017  
INTERNATIONAL

PER SCARICARE IL RAPPORTO ASSALCO - ZOOMARK 2017: WWW.ASSALCO.IT

## PET, DAL RUOLO IN FAMIGLIA AL RICONOSCIMENTO IN SOCIETA'

### Elementi per il riconoscimento e la valorizzazione del ruolo sociale degli animali d'affezione

#### INTRODUZIONE

I pet sono membri della famiglia a tutti gli effetti...

*"Pet, membri di diritto della famiglia italiana"*: questa frase costituisce una ovvia e assodata verità per milioni di proprietari di animali d'affezione. Tuttavia, spesso ciò viene ritenuto scontato finisce per essere trascurato o, quanto meno, privato della giusta importanza e non adeguatamente valorizzato.

L'opinione pubblica, i media e i decisori istituzionali, con tutta probabilità, non hanno contezza della presenza degli animali da compagnia nel nostro Paese. Analizzando i risultati di numerosi studi scientifici recentemente pubblicati, raccolti insieme dal Centro Studi Sintesi, si evince come la diffusione dei pet all'interno delle famiglie sia ampiamente consolidata; inoltre, tali ricerche dimostrano come l'interazione tra gli animali d'affezione con i vari componenti produca effetti benefici per tutto il nucleo familiare.

...ma sono anche titolari di diritto

Alla luce del loro ruolo nell'ambito del contesto familiare e della società in generale, si può ragionevolmente ritenere che gli animali da compagnia, oltre ad essere a tutti gli effetti membri della famiglia, siano anche titolari di diritto. Si tratta di un'affermazione non fine a se stessa, bensì supportata da ricerche e indagini scientifiche, tutte concordi sul fatto che i pet diano valore al vivere quotidiano.

Per ragioni espositive, i contenuti degli studi considerati sono stati organizzati in tre sezioni.

1. **La presenza dei pet nelle famiglie italiane.** Questo "percorso" inizia necessariamente con una "radiografia" relativa alla presenza numerica degli animali d'affezione all'interno delle famiglie italiane.
2. **L'importanza sociale dei pet nelle famiglie.** La seconda parte affronta il ruolo sociale dei pet all'interno delle famiglie. Infatti, non è sufficiente censire e divulgare il dato statistico degli animali d'affezione; è opportuno e doveroso andare oltre, esplorando i molteplici aspetti sociali che riguardano il rapporto tra i pet e le famiglie.
3. **Il benessere dei pet: cura e alimentazione.** La terza e ultima sezione concerne le azioni finalizzate a migliorare la qualità della vita degli animali d'affezione, la cui presenza è così benefica nella vita quotidiana di milioni di famiglie italiane.

**LA PRESENZA DEI PET NELLE FAMIGLIE ITALIANE**

**1 pet per ogni cittadino**

Le statistiche più recenti individuano in **60 milioni gli animali d'affezione** (più brevemente, "pet") presenti in Italia nel 2016: secondo l'ultima rilevazione di Euromonitor, quasi il 50% dei pet sono pesci; a seguire gli uccellini (21,3%), i gatti (12,4%), i cani (11,5%) ed infine, con percentuali più contenute, piccoli mammiferi e rettili (tabella 1). In altri termini, **il rapporto cittadini-pet è di 1 a 1**, considerato che, secondo le ultime statistiche dell'ISTAT, la popolazione italiana ammonta a 60.579.000 abitanti<sup>1</sup>: in media, nel nostro Paese, vi è **un pet per ciascun abitante**

**Tabella 1 - I pet in Italia (2016)**

	numero	distribuzione
pesci	29.915.000	49,5%
uccellini	12.898.000	21,3%
gatti	7.482.000	12,4%
cani	6.967.000	11,5%
piccoli mammiferi	1.833.000	3,0%
rettili	1.364.000	2,3%
<b>Totale pet in Italia</b>	<b>60.459.000</b>	<b>100%</b>

Elaborazioni su dati Euromonitor

**1 gatto ogni 3,5 famiglie, 1 cane ogni 3,7 famiglie**

La rilevanza della presenza degli animali d'affezione in Italia può essere spiegata da un'altra riflessione: ciascuna delle 25,8 milioni di famiglie presenti nel nostro Paese avrebbe in media **2,3 pet**. Inoltre, appare doveroso far notare che in Italia è mediamente presente **1 gatto ogni 3,5 famiglie e 1 cane ogni 3,7 famiglie** (figura 1). Si tratta di una media semplicistica poiché alcune famiglie non dispongono di animali da compagnia, ma che, proprio per questo, contribuisce a definire meglio la valenza "statistica" dei pet in Italia.

**Figura 1 - Diffusione di cani e gatti in Italia**  
Elaborazioni su dati Euromonitor e ISTAT



**Il rapporto tra mondo degli animali e i proprietari è di lunga data**

Come accennato in precedenza, per milioni di persone i pet sono membri di diritto delle rispettive famiglie. Lo dimostra il fatto che spesso il rapporto tra famiglie e mondo degli animali d'affezione è di lunga data, **superando i 20 anni nel 20% dei casi**; vi è poi una quota, pari al 24%, in cui il rapporto famiglia-pet esiste da un tempo compreso tra 11 e 20 anni, mentre la modalità più frequente (51%) corrisponde ad un tempo che intercorre tra 1 e 10 anni (tabella 2).

<sup>1</sup> Dato al 1° gennaio 2017, <http://www.istat.it/it/archivio/197544>

**Tabella 2 - Il rapporto famiglia-pet esiste...**

	distribuzione
da meno di 1 anno	5%
da 1 a 10 anni	51%
da 11 a 20 anni	24%
da oltre 20 anni	20%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>

Fonte: A.N.M.V.I.

Secondo un'indagine dell'A.N.M.V.I.<sup>2</sup>, nel 58% delle famiglie proprietarie di pet vive un solo animale, nel 20% dei casi vi è la compresenza di 2 animali, mentre la modalità "3 pet" rappresenta l'8%. Appare opportuno mettere in rilievo che nel **14% delle famiglie** proprietarie di pet si arriva anche a **quattro e oltre animali d'affezione** (figura 2). Inoltre, nello stesso rapporto si precisa che il valore medio di 4 animali viene superato nei nuclei famigliari che hanno sia cani che gatti e in quelli con "small pet". Le statistiche evidenziano una certa correlazione tra dimensione familiare e presenza di animali d'affezione: le famiglie che convivono con animali da compagnia sono tendenzialmente più numerose (2,8 componenti) rispetto alla media delle famiglie italiane (pari a 2,4 componenti).

**Figura 2 - Distribuzione delle famiglie per numero di pet**

Fonte: A.N.M.V.I.

**Più della metà delle famiglie dei proprietari è composta da almeno 3 componenti, ma sono in aumento i proprietari che vivono da soli con il pet**

Il 34,4% delle famiglie con pet è costituito da 2 componenti: i nuclei con tre componenti valgono il 24,1%, mentre quelli con quattro persone rappresentano il 22,4%. Tuttavia, se si considera tutte le **famiglie con almeno 3 persone** (aggregando le modalità "3 componenti", "4 componenti" e "5 o più componenti"), si arriva complessivamente al **54,5%** (tabella 3). Negli ultimi anni alcune tipologie di soggetti stanno accrescendo la loro presenza: tra il 2011 e il 2017, le **famiglie con un solo componente** che vivono con un animale d'affezione sono passate dall'8,4% all'11,1% del totale; nello stesso periodo, i **proprietari over 65** hanno accresciuto la loro presenza dal 21,5% al 23,7%<sup>3</sup>

<sup>2</sup> A.N.M.V.I. (2017).<sup>3</sup> A.N.M.V.I. (2017).



**Tabella 3 - I proprietari di pet**

	2011	2017
<u>famiglie per numero di componenti</u>		
1 componente	8,4%	11,1%
2 componenti	28,9%	34,4%
3 componenti	26,5%	24,1%
4 componenti	24,9%	22,4%
5 o più componenti	11,3%	8,0%

Elaborazioni su dati A.N.M.V.I.

**Tabella 3 (continuo)- I proprietari di pet**

	2011	2017
<u>proprietari per classe di età</u>		
meno di 35 anni	17,4%	15,4%
35-44 anni	15,0%	14,8%
45-54 anni	23,8%	23,7%
55-64 anni	22,1%	22,5%
65 anni e oltre	21,5%	23,7%

Elaborazioni su dati A.N.M.V.I.

## L'IMPORTANZA SOCIALE DEI PET NELLE FAMIGLIE

**I pet fanno bene agli anziani....**

Sempre più persone anziane vivono con animali da compagnia, molto spesso prendendosene cura personalmente ogni giorno: nello specifico, ben **il 39% degli over 65 vive con un animale d'affezione**, pari a 2,1 milioni di individui<sup>4</sup>. È stato dimostrato, infatti, che i pet hanno effetti benefici nelle persone più anziane, favorendo il buonumore, le relazioni personali e l'attività fisica (figura 3). Ad esempio, una camminata di un'ora al giorno col proprio pet contribuisce al miglioramento della circolazione sanguigna, all'abbassamento della pressione e alla riduzione del colesterolo. Ed è anche per questo che il 65% dei proprietari di pet raccomanda fortemente ad una persona anziana di prendere un animale da compagnia<sup>5</sup>.

Gli effetti positivi del rapporto pet-anziani non si registrano solo sulla salute e sul benessere di quest'ultimi ma anche sulle finanze pubbliche nazionali: è stata stimata in **4 miliardi di euro la spesa sanitaria risparmiata** grazie al migliore stile di vita negli anziani, reso possibile proprio dalla presenza dei pet<sup>6</sup>.

**Figura 3 – I pet aiutano a condurre una vita attiva**



Fonte: International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity; Federanziani

I pet non fanno bene solamente agli anziani, ma possono dare un importante aiuto anche ai più piccoli. I bambini che crescono con un cane, un gatto, un coniglio o un altro animale imparano spontaneamente a vincere fobie e paure, ad essere più responsabili e a prendersi cura di un essere vivente. Inoltre, è ormai noto l'importante ruolo della **pet therapy** in caso di malattie e in altre situazioni di disagio.

**...e ai bambini**

Una ricerca britannica ha evidenziato come le **assenze scolastiche per malattia** dei bambini che vivono con animali d'affezione siano **inferiori di 18 giorni** all'anno rispetto agli altri coetanei: la ragione è imputabile proprio alla maggiore attività del sistema immunitario<sup>7</sup> degli alunni che vivono con i pet (figura 4). Così come per gli anziani, l'accoglienza di un pet è molto consigliata (nello specifico, dal 59% dei proprietari) alle famiglie in cui vi sono bambini<sup>8</sup>.

<sup>4</sup> Federanziani (2015).

<sup>5</sup> IRI Shopper Insight (2014).

<sup>6</sup> Federanziani (2015).

<sup>7</sup> McNicholas, J (2004).

<sup>8</sup> IRI Shopper Insight (2014).

Figura 4 - I pet compagni per crescere meglio



Fonte: Nagengast, SL - Baun, MM - Megel, M - Leibowitz, JM; Thompson, KL - Gullone, E; McNicholas, J

### I pet apportano valore al vivere quotidiano

Più in generale, è possibile affermare che i pet danno **valore al vivere quotidiano**. La presenza di animali da compagnia rientra nei valori della sostenibilità sociale e culturale, in quanto si riconosce loro un concreto aiuto per sé e per gli altri membri della famiglia. Oltre il **90% dei proprietari** e più dell'**80% dell'opinione pubblica** attribuisce benefici reali alla presenza di animali da compagnia, che sono in grado di favorire il benessere e la buona qualità della vita di chi li possiede<sup>9</sup>.

### I pet donano più di quanto ricevono

Questo è particolarmente vero negli anni della crisi: in una fase caratterizzata dalle difficoltà economiche e da una generale incertezza, il cane o il gatto funzionano come attori che **donano di più rispetto a ciò che ricevono**<sup>10</sup>. Si tratta di una funzione che può trovare conferma dal fatto che il 59% dei proprietari non bada a spese per la cura e la salute del proprio pet, anche nel periodo della crisi.

Il fatto che gran parte dei proprietari non rinunci alle spese per la salute dei propri pet nonostante la crisi economica offre lo spunto per una opportuna considerazione in merito all'attuale regime di tassazione sul pet food. Infatti, gli alimenti per gli

animali da compagnia e le spese per cure veterinarie sopportano l'IVA di lusso (aliquota al 22%), ai massimi storici e fra le più alte d'Europa<sup>11</sup>. Da un'indagine sulla popolazione italiana, emerge come **la maggior parte dell'opinione pubblica (56%) ritenga eccessiva l'attuale tassazione sul pet food**, ingiustamente paragonato ad un bene di lusso (mentre gli alimenti ad uso umano hanno aliquote più favorevoli)<sup>12</sup>. Tra i proprietari di cani e gatti si arriva al 70%, ma è possibile notare come questo punto di vista sia diffuso e radicato in gran parte della popolazione (figura 5). Pertanto, alla luce di tali elementi, si auspica la **riduzione dell'aliquota IVA sulle spese per il mantenimento degli animali da compagnia**.

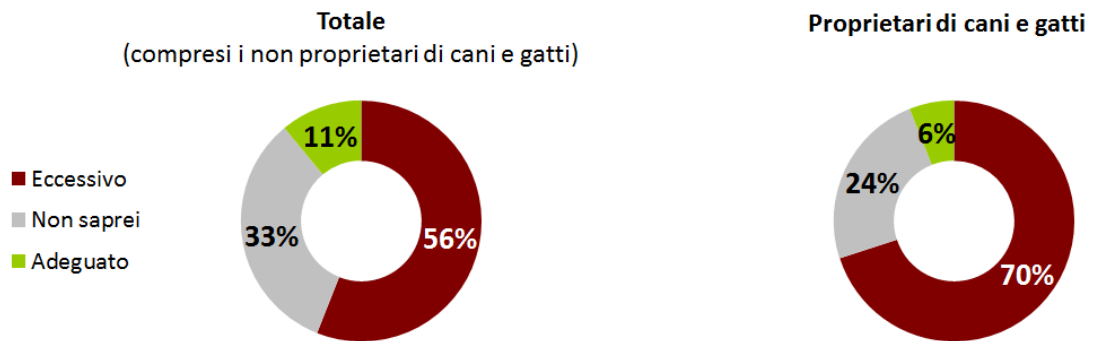
<sup>9</sup> GFK (2013).

<sup>10</sup> GFK (2013).

<sup>11</sup> A.N.M.V.I. (2013)

<sup>12</sup> GFK (2013)

**Figura 5 – Come giudica l'attuale livello di tassazione del pet food**



Elaborazione su dati GFK

In sintesi, il ruolo dei pet all'interno delle famiglie può essere classificato in due gruppi di funzioni di carattere sociale (figura 6):

- le **funzioni "affettive"**, grazie alla capacità degli animali d'affezione di portare buonumore e serenità, rendendo più unito il nucleo familiare;
- le **funzioni "di scopo"**, stimolando i componenti della famiglia a condurre una vita sana e a mantenersi in forma (con particolare riferimento ai cani); in alcuni casi, per i proprietari i pet concorrono anche all'educazione e alla responsabilizzazione dei figli<sup>13</sup>.



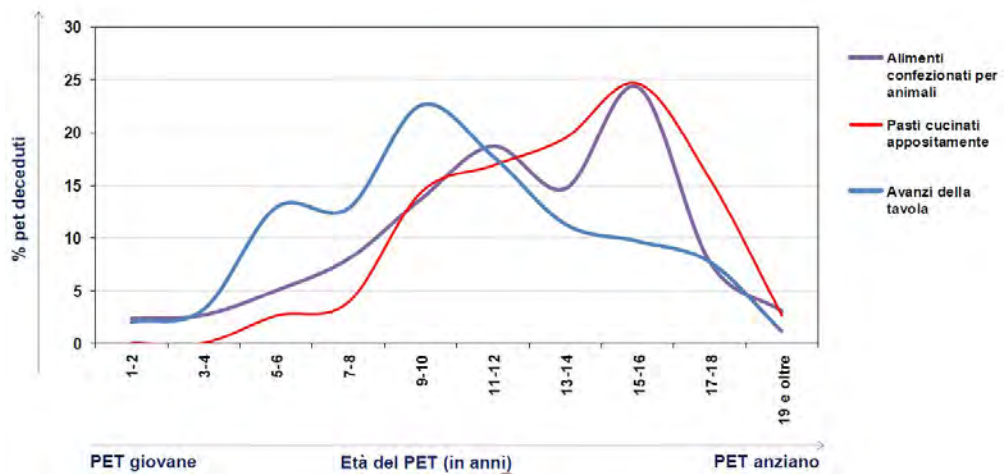
Fonte: GFK; IRI Shopper Insight

<sup>13</sup> GFK (2013).

**IL BENESSERE DEI PET: CURA E ALIMENTAZIONE**

La salute e il benessere dei pet passano inevitabilmente da un'alimentazione sana. Un'indagine ha evidenziato una **durata della vita nettamente più lunga nei pet nutriti con alimenti industriali** rispetto agli animali d'affezione che mangiano gli avanzi della tavola<sup>14</sup> (figura 7). Negli ultimi 30 anni **l'aspettativa di vita** degli animali da compagnia è **raddoppiata**: il merito, oltre allo sviluppo delle cure veterinarie, è imputabile all'ulteriore miglioramento qualitativo dei prodotti (sempre più in grado di rispondere alle esigenze dei consumatori), nonché alla divulgazione dei risultati delle ricerche scientifiche in tema di alimentazione<sup>15</sup>.

**Figura 7 - Relazione tra l'età del decesso del pet e tipo di alimentazione prevalente\***



(\* pet deceduti esclusi quelli la cui morte è a causa di un evento accidentale oppure improvvisa prematura

Fonte: GFK (2016)

**Cosa mangiano i pet?**

L'alimentazione industriale risulta essere una scelta premiante: l'85% dei veterinari la ritiene migliore rispetto alle razioni casalinghe<sup>16</sup>. Nei proprietari si è ormai consolidata una spiccata attenzione all'aspetto nutrizionale e salutistico dei pet: per i proprietari è importante dar da mangiare i migliori alimenti disponibili. Attualmente, gli **alimenti industriali** rappresentano di gran lunga la **prima modalità** di alimentazione dei pet (77%), oltretutto in crescita rispetto al passato (64%). Gli avanzi della tavola e i pasti cucinati appositamente risultano in calo, rispettivamente dal 18% all'11% e dal 17% all'11%<sup>17</sup> (tabella 4). Il pet food industriale non sembra connotarsi come una tendenza passeggera, bensì come **scelta consapevole**: infatti, negli ultimi 10 anni la quota di proprietari che si consulta col veterinario per l'alimentazione dei pet è passata dal 35% al 55%<sup>18</sup>.

<sup>14</sup> GFK (2016).

<sup>15</sup> A.N.M.V.I. (2016).

<sup>16</sup> A.N.M.V.I. (2016).

<sup>17</sup> GFK (2016).

<sup>18</sup> A.N.M.V.I. (2017).

Tabella 4 - Cosa mangiano i pet?

	Cani + gatti	
Alimenti industriali	77%	( 64% )
Pasti cucinati appositamente	11%	( 17% )
Avanzi della tavola	11%	( 18% )

Nota: tra parentesi i valori riferiti al passato (pet deceduti)

Fonte: GFK (2016)

Il PNAA  
assicura un  
sistema  
ufficiale di  
controllo del  
pet food

**Il pet food in Italia è sicuro e garantito**, poiché la sicurezza alimentare è regolata da un complesso piano di controlli ufficiali, ed è prodotto solo con materie prime sane e soprattutto tracciabili. Il **Piano Nazionale di controllo ufficiale sull’Alimentazione Animale (PNAA)** è un importante documento del Ministero della Salute redatto ogni tre anni e aggiornato puntualmente, determinante per la tutela del benessere animale, che assicura un sistema ufficiale di controllo dei mangimi e del pet food, al fine di garantire un elevato livello di protezione della salute umana, animale e dell’ambiente.

La percentuale di non conformità riscontrata è andata diminuendo negli anni (figura 8). Nel 2013 sono state pari allo 0,55% dei campioni prelevati, nel 2014 la quota si è ridotta allo 0,39%, per arrivare ad una percentuale di non conformità dello 0% nel 2015 (ultimo anno disponibile): **tutti i campioni sono risultati conformi**<sup>19</sup>.

Figura 8 - Gli esiti dei controlli ufficiali sul pet food industriale



Fonte: PNAA

<sup>19</sup> PNAA (2015-2017).

**SINTESI E PROPOSTE**

Per milioni di persone i pet sono membri di diritto delle rispettive famiglie: tuttavia, è necessario consolidare nei vari attori sociali e istituzionali la percezione dell'importanza degli animali da compagnia. Ad esempio, probabilmente in pochi sanno che in Italia vi sono 60 milioni di pet, in media uno per ciascun abitante e 2,3 per ogni famiglia, e che il legame con gli animali d'affezione è molto consolidato, arrivando, nel 20% delle famiglie, a superare i vent'anni.

**Si dovrebbe consolidare il riconoscimento del ruolo sociale dei pet**

Gli animali da compagnia sono considerati presenze importanti nelle famiglie, con funzioni prettamente affettive ed altre di supporto nella vita di tutti i giorni. Nelle persone più anziane i pet favoriscono il buonumore, le relazioni personali e l'attività fisica, con effetti positivi sulla salute, generando un risparmio annuo di 4 miliardi di euro per il SSN. Inoltre, i pet possono contribuire a rendere più responsabili i bambini, giocando un ruolo fondamentale in caso di particolari disagi.

La salute, il benessere e la durata della vita dei pet sono elementi strettamente correlati alla qualità dell'alimentazione. Il pet food industriale, la cui sicurezza è garantita da un piano di controlli ufficiali, è una scelta consapevole dei proprietari, consigliata dai veterinari e premiata sotto il profilo della migliore qualità della vita degli animali d'affezione.

In tal senso, il riconoscimento del ruolo sociale dei pet va **ulteriormente consolidato a livello istituzionale**. Per questo, nonché alla luce del ruolo sociale assunto dai pet nelle famiglie e degli effetti benefici sulla salute e sugli stili di vita, è auspicabile:

1. la creazione di un'Anagrafe nazionale canina e felina;
2. la riduzione dell'aliquota IVA sulle spese per il mantenimento degli animali da compagnia;
3. l'inserimento degli animali d'affezione nello stato di famiglia del proprietario;
4. l'inclusione dei pet nel Censimento generale della popolazione italiana (dal 2021);
5. il rafforzamento della promozione dell'accesso dei pet presso locali, esercizi pubblici e attività ricettive;
6. l'introduzione nella Costituzione italiana un riferimento agli animali d'affezione<sup>20</sup>.

<sup>20</sup> Nelle Costituzioni di alcuni Paesi europei (Germania, Svizzera) si fa riferimento alla protezione e al rispetto degli animali.

### Riferimenti bibliografici

- A.N.M.V.I., "Revisione IVA, ANMVI chiede scaglione agevolato", ottobre 2013
- A.N.M.V.I., "Mangimi per animali d'affezione: l'approccio dei Veterinari è cambiato?", articolo di Pier Paolo Mussa in "La professione veterinaria", n. 11/2016
- A.N.M.V.I., "I veterinari e gli animali da compagnia in Italia", Zoomark 2017, terza edizione
- Euromonitor International, "Pet care in Italy", 2016
- Federanziani, "Osservatorio di Federanziani Seniori Italia", (indagine condotta su un campione di 5.790 over 65), 2015
- GFK, "Gli animali da compagnia. Il valore sociale e relazionale", aprile 2013
- GFK, "Indagine sulla relazione tra alimentazione dei pet e la loro longevità", aprile 2016
- International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity, "How might we increase physical activity through dog walking? A comprehensive review of dog walking correlates", 2014
- IRI Shopper Insight, "Petfood chiave della relazione", 14 febbraio 2014
- ISTAT, "Bilancio Demografico e popolazione residente per sesso al 31 dicembre 2015"
- ISTAT, "Indicatori demografici", nota del 6 marzo 2017

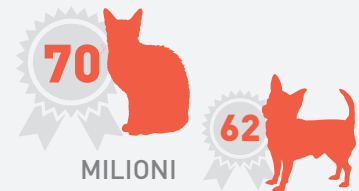
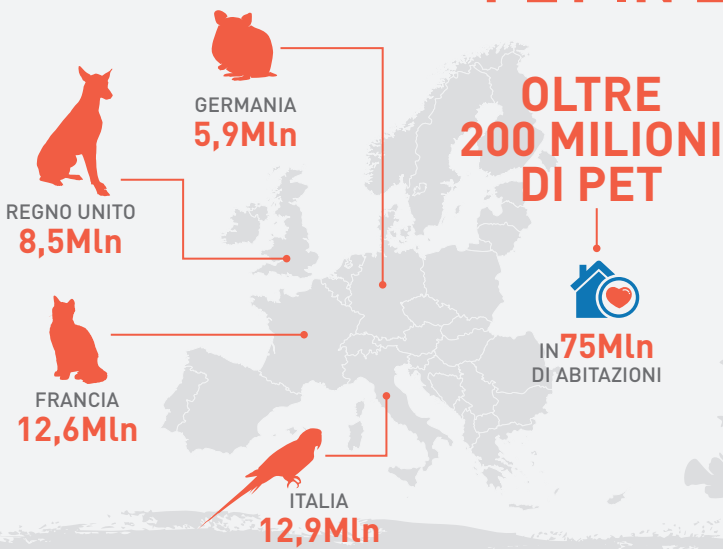


# Area Istituzionale

# SOCIETÀ, FAMIGLIA E CURA DELLA SALUTE

RAPPORTO ASSALCO-ZOOMARK 2017

## PET IN EUROPA



## ACQUARI



## IN SOCIETÀ

**Austria, Germania e Svizzera**  
Riconoscimento degli animali come esseri senzienti nella Costituzione



**Italia**  
Proposta di legge per inserimento dei PET nella Costituzione

**Belgio e Francia**  
Database nazionali per identificazione dei PET



**Italia**  
Verso la creazione di un'anagrafe nazionale

## IN VACANZA

### STRUTTURE PET FRIENDLY



IN ITALIA **50%**

IN EUROPA **40%**

NEL MONDO **37%**

## PET IN ITALIA

### RAPPORTO CITTADINI/PET



## LE FAMIGLIE DEI PET

I PET VIVONO IN FAMIGLIE PIÙ NUMEROSE DELLA MEDIA NAZIONALE

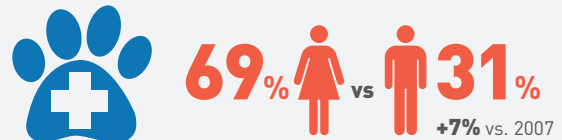


SONO AUMENTATE LE FAMIGLIE CON UN SOLO COMPONENTE



## PET OWNER E VETERINARI

CHI ACCOMPAGNA I PET DAL VETERINARIO



**9 SU 10** NON CAMBIA IL VETERINARIO

Fonti:  
Dati Fedifap 2014  
Euromonitor International 2016  
Global Animal Law

Carodog  
Hoteltonight  
Proprietari e veterinari, indagine ANMVI 2017

ASSALCO  
Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia

ZOOMARK 2017  
INTERNATIONAL

an event by Bologna Fiere

## POPOLAZIONE PET

### DIFFUSIONE DEI PET IN EUROPA E IN ITALIA

#### La situazione in Europa...

Secondo stime FEDIAF<sup>1</sup>, il numero di animali d'affezione nell'Unione Europea<sup>2</sup> corrisponde a più di 200 milioni, ospitati in 75 milioni di abitazioni.

Gli animali più numerosi nell'Unione Europea sono i gatti: più di 70 milioni di esemplari, circa il 35% del totale; i cani sono più di 62 milioni, il 31%.

La Francia è il paese con il maggior numero di felini: 12,6 milioni, record assoluto rispetto agli altri Paesi comunitari più popolati dai gatti, ovvero Germania (11,8 milioni), Regno Unito<sup>3</sup> e Italia, che si attestano entrambi intorno ai 7,4 milioni.

Per quanto riguarda i cani, invece, il Paese che ne ospita di più è il Regno Unito con 8,5 milioni di esemplari, seguito a breve distanza da Francia, Italia e Germania (rispettivamente 7,3 milioni, 7 e 6,8 milioni di cani).

La Russia detiene comunque i primati per i cani e per i gatti. Si stima una popolazione felina di 21,7 milioni e di quasi 16 milioni di cani.

Quanti pet  
vivono in  
Europa?

Paesi Non UE	Cani	Gatti
Russia	15.894.000	21.700.000
Turchia	1.111.000	3.155.000

Fonte: Fediaf 2014

Tra i Paesi dell'Europa dell'Est, Polonia, Romania, Repubblica Ceca e Ungheria, sono gli Stati con maggior numero di esemplari nella popolazione canina e felina assieme alla Turchia.

Paesi Europa dell'Est	Cani	Gatti
Polonia	7.561.000	5.821.000
Romania	4.120.000	4.182.000
Repubblica Ceca	2.128.000	1.084.000
Ungheria	1.800.000	2.255.000

Fonte: Fediaf 2014

<sup>1</sup> The European Pet food Federation

<sup>2</sup> Dati Fediaf 2014, ancora comprendenti il Regno Unito, <http://www.fediaf.org/facts-figures/>

<sup>3</sup> Nel 2014 il Regno Unito era rilevato come appartenente all'Unione Europea

## AREA ISTITUZIONALE

La Germania detiene il primo posto per numero di piccoli animali e roditori (5.9milioni). L'Italia invece è al primo posto per numerosità di uccelli ornamentali, con 12,9 milioni di esemplari, seguita dalla Turchia con 11,14 milioni di esemplari.

**Acquari in Europa**

Secondo FEDIAF gli acquari stimati in Europa sono oltre 15 milioni. Nell'Unione Europea, la passione per i pesci e per gli acquari è prevalentemente tedesca, francese e italiana. In questi Stati è concentrato il maggior numero di acquari.

Nei Paesi extra unione, il maggior numero di acquari è nelle case di russi e turchi: 3,5 milioni rispettivamente.

<b>Paesi UE</b>	<b>Numero di Acquari</b>
Germania	2.100.000
Francia	1.900.000
Italia	1.662.000
<b>Paesi Non UE</b>	
Turchia	3.500.000
Russia	3.500.000

Fonte: Fediaf 2014

**...e quella in Italia**

I dati Euromonitor<sup>4</sup> 2016 confermano un trend di lieve crescita per i cani: da 6,964 milioni a 6,967, mentre i gatti sono stabili a 7,482 milioni.

<b>Popolazione pet in ITALIA</b>	<b>2016</b>
Pet totali	60.459.000
Cani e Gatti	14.449.000
Di cui:	
Gatti	7.482.000
Cani	6.967.000

Fonte: Euromonitor International 2016

**In aumento le registrazioni dei cani all'anagrafe del Ministero**

I dati dell'anagrafe degli animali d'affezione del Ministero della Salute<sup>5</sup> indicano che il numero dei cani registrati a livello regionale è in aumento rispetto al 2015. Sono ormai<sup>6</sup> più di 9 milioni. In crescita anche le registrazioni di gatti e furetti, per i quali però non è previsto obbligo di legge.

**E in Italia?**

Nel suo Atto di Indirizzo<sup>7</sup> per il 2017, il Ministero della Salute annuncia che, attraverso l'analisi delle anagrafi esistenti ed uno studio di fattibilità progettuale, verrà valutata la possibilità di realizzare un'Anagrafe nazionale degli animali d'affezione. Si tratterà quindi di una banca dati centralizzata, alimentata dalle singole anagrafi territoriali, che potrà fornire maggiori informazioni e riferimenti utili su proprietari e animali registrati. E' una conquista importante, considerando che a oggi solo Belgio e Francia in Europa hanno già database condivisi a livello nazionale per l'identificazione dei pet.

**Animali Esotici**

Così come i cani e i gatti, anche i piccoli mammiferi quali roditori, furetti, conigli, e anche rettili, uccelli e pesci (queste ultime due specie da sempre le più numerose), sono considerati importanti membri delle famiglie a cui appartengono.

<b>Popolazione pet in ITALIA</b>	<b>2016</b>
Altri pet totale	46.010.000
Uccelli	12.898.000
Pesci	29.915.000
<b>Piccoli pet + Rettili</b>	<b>3.197.000</b>
Piccoli animali (roditori e altri)	1.833.000
Rettili	1.364.000

Fonte: Euromonitor International 2016

I pesci presenti nelle case degli italiani sono gli esemplari sempre i più numerosi: 29,915 milioni, seguiti dagli uccellini: 12,898 milioni. Gli altri piccoli mammiferi come conigli, furetti e roditori (criceti, cavie, cincillà, degu), sono circa 1,833 milioni, mentre i rettili - tartarughe, serpenti e iguane soprattutto - si aggirano attorno a 1,364 milioni. Anche quella dei piccoli mammiferi e dei rettili, è quindi una popolazione<sup>8</sup> abbastanza consistente.

<sup>4</sup> Dati Euromonitor International from official statistics, Passport maggio 2016

<sup>5</sup> [http://www.salute.gov.it/anagcaninapublic\\_new/AdapterHTTP](http://www.salute.gov.it/anagcaninapublic_new/AdapterHTTP)

<sup>6</sup> Febbraio 2017

<sup>7</sup> <http://www.quotidianosanita.it/allegati/allegato6298965.pdf>

<sup>8</sup> Dati Euromonitor International from official statistics, Passport maggio 2016

## AREA ISTITUZIONALE

Ognuna di queste specie necessita cure veterinarie distinte per cui è indispensabile rivolgersi a medici veterinari specializzati. Affinché conducano una vita lunga e sana in famiglia è fondamentale che il proprietario conosca perfettamente le loro abitudini, le necessità alimentari e i loro bisogni e che sappia interpretare correttamente il loro comportamento.

I veterinari esperti in animali esotici sono i primi a cui rivolgersi quando si decide di adottare un pet non convenzionale. In Italia sono ormai 650 i veterinari specializzati e 363 risultano iscritti a Siva<sup>9</sup>, Società italiana veterinari animali esotici. Gli ambulatori specializzati sono aumentati negli ultimi 10 anni.

---

<sup>9</sup> <http://www.sivae.it/wp-content/uploads/2015/03/Elenco-Iscritti-SIVAE1.pdf>

## ATTUALE GESTIONE DELLE ANAGRAFI CANINE REGIONALI IN ITALIA E ANAGRAFE NAZIONALE NELL'ATTO D'INDIRIZZO 2017 DEL MINISTERO DELLA SALUTE

In Italia chi adotta un cane, un gatto o un furetto deve iscriverlo all'anagrafe degli animali d'affezione,<sup>10</sup> una banca dati presente sul sito del Ministero della Salute<sup>11</sup>, alimentata e aggiornata dalle Regioni che inviano, oltre al codice dell'identificativo (microchip o tatuaggio) informazioni relative a specie, razza e genere del cane, gatto o furetto in questione.

Tra i punti stabiliti dal Ministero della Salute nel suo Atto di Indirizzo<sup>12</sup> per il 2017, viene indicata la realizzazione di un'anagrafe nazionale degli animali d'affezione: una banca dati centralizzata, alimentata dalle singole anagrafi territoriali, per fornire on line i riferimenti utili per rintracciare il luogo di registrazione dei pet e il loro legittimo proprietario, nel rispetto della tutela della privacy del cittadino.

Ormai tutte le Regioni sono in grado di far confluire le informazioni presso la banca dati nazionale e, così, di identificare il proprietario di un'animale smarrito.

In caso di ritrovamento di un cane senza proprietario, il cittadino deve segnalarlo alla Polizia Municipale, attenendosi alle istruzioni dalla stessa fornite e al Servizio veterinario dell'Asl territorialmente competente. Servizi veterinari delle ASL, della Polizia municipale e dei veterinari liberi professionisti autorizzati, sono dotati di un apparecchio in grado di leggere i microchip.

In fase di  
valutazione la  
realizzazione  
di un'anagrafe  
nazionale per  
gli animali  
d'affezione

### Iscrizione all'anagrafe

In generale, per iscrivere il pet all'anagrafe degli animali d'affezione, il proprietario può rivolgersi ai servizi veterinari delle ASL competenti sul territorio o a medici veterinari liberi professionisti abilitati. Il veterinario pubblico o privato, al momento dell'applicazione del microchip, rilascia il certificato d'iscrizione all'anagrafe.

Solo per i cani, microchip e iscrizione sono obbligatori per legge (L.281/1991, L.R. 34/1997, DGR 621/2016), mentre gatti e furetti possono essere iscritti su richiesta volontaria del proprietario che diventa, però, obbligatoria in caso di fini commerciali.

Il microchip è un piccolo (micro) dispositivo elettronico innocuo, di forma cilindrica, di 11 millimetri di lunghezza e 2 millimetri di diametro, rivestito di materiale biocompatibile, che viene iniettato sotto la cute dell'animale con una speciale siringa sterile monouso e che al suo interno contiene un codice numerico che identifica inequivocabilmente un solo cane.

I microchip sono stati utilizzati a partire dal 2000. Dal 1° gennaio 2005 il microchip è diventato l'unico sistema identificativo nazionale, in grado, sempre e ovunque, di far risalire al proprietario di un cane.

### Microchip 3.0: pet digitali

La diffusione del microchip quale metodo di identificazione per gli animali d'affezione è ormai capillare, ma grazie alla tecnologia è possibile scegliere fra nuove tipologie di identificazione sempre più sofisticate, che tramite la lettura<sup>13</sup> del chip permettono di ottenere numerose informazioni sul proprietario o sul pet e di monitorare i dati e aggiornarli tramite app.

<sup>10</sup> [http://www.salute.gov.it/portale/p5\\_1\\_1.jsp?lingua=italiano&id=114](http://www.salute.gov.it/portale/p5_1_1.jsp?lingua=italiano&id=114)

<sup>11</sup> [http://www.salute.gov.it/anagcaninapublic\\_new/AdapterHTTP](http://www.salute.gov.it/anagcaninapublic_new/AdapterHTTP)

<sup>12</sup> <http://www.quotidianosanita.it/allegati/allegato6298965.pdf>

<sup>13</sup> L'applicazione Bossy Finder NDG è utilizzata da veterinari e personale di soccorso degli animali per identificare i proprietari facilmente tramite scanner: non solo è possibile identificare il numero di chip del cane o gatto registrati, ma anche informazioni immediate riguardo l'animale e il proprietario.

## AREA ISTITUZIONALE

Alcuni produttori<sup>14</sup> di microchip in Germania, ad esempio, propongono la versione dotata di GPS. In questo modo non solo si identifica il pet, ma anche la sua posizione precisa, fondamentale in caso di smarrimento.

Nei Paesi Bassi, invece, si registrano<sup>15</sup> ogni anno più di 100 mila gatti scomparsi. E solo il 14% di questi fa rientro a casa dal proprietario. Sebbene per i gatti la registrazione e il microchip non siano obbligatori a meno che non viaggino all'estero assieme al proprietario, è vivamente consigliata. Per i cani solo dal 2013 sono obbligatori registrazione e microchip.

In Francia<sup>16</sup> il microchip è obbligatorio per cani, gatti e furetti, unico metodo per identificarli facilmente, per rintracciarli in caso di smarrimento, ma anche ad esempio in caso di problemi sanitari e verifica delle vaccinazioni. Il microchip contiene tutte le informazioni necessarie al pet, ma in caso di viaggi nazionali è sempre necessario essere provvisti anche di un certificato veterinario che attesti la buona salute e, in caso sia disponibile, anche del pedigree ufficiale.

---

<sup>14</sup> <http://www.tierregistrierung.de/>

<sup>15</sup> <https://www.backhomeclub.nl/>

<sup>16</sup> <http://www.lost-in-france.com/living-in-france/pets/1080-owning-a-pet-in-france>



**IDENTIFICAZIONE E REGISTRAZIONE A LIVELLO EUROPEO**

Sul sito web Carodog<sup>17</sup> è possibile monitorare gli stati europei che hanno attivato servizi pubblici o privati per l'identificazione e la registrazione dei pet.

**In Belgio e  
Francia  
l'anagrafe  
nazionale è già  
realtà**

Solo Belgio e Francia hanno al momento un database condiviso a livello nazionale per l'identificazione dei pet, mentre negli altri Paesi è attivo un servizio di monitoraggio regionale, come in Italia l'anagrafe degli animali d'affezione o in Germania, in cui ogni singolo Stato federale gestisce il proprio Database.

In altri Stati, come ad esempio nei Paesi Bassi, sono associazioni private o cinofile (in UK) che registrano gli animali di proprietà in un elenco specifico.

Dal 1 ° gennaio 2016 è attiva in Svizzera una nuova banca dati online a disposizione di proprietari di animali e veterinari che sostituisce il precedente sistema di registrazione degli animali. Si tratta di un importante servizio utile per conteggiare e gestire i servizi a disposizione dei 520 mila cani e le famiglie (12%) che li ospitano.

Sarebbe utile che ogni Stato avesse la propria banca dati nazionale che confluisse in un elenco Europeo attraverso un sistema che consenta l'accesso ai dati registrati a livello nazionale. Esiste già qualcosa di simile, ma è un progetto privato e si chiama EuroPetNet<sup>18</sup>

<sup>17</sup> <http://www.carodog.eu/identification-and-registration/>

<sup>18</sup> <https://www.europetnet.com/about.html>

**ESIGENZA DI EVOLUZIONE E PERFEZIONAMENTO****Le criticità dell'attuale Anagrafe degli animali d'affezione**

Attualmente in Italia il data base degli animali d'affezione è gestito dalle singole anagrafi territoriali, ma il sistema non permette automaticamente di rintracciare, attraverso il microchip, direttamente il proprietario dei cani, gatti o furetti registrati e si è costretti a contattare le ASL, i Comuni e, spesso, il produttore o il distributore del microchip.

Proprio perché è di gestione regionale, l'anagrafe degli animali d'affezione in Italia è stata fino ad ora di difficile consultazione nel momento in cui sono stati necessari da parte delle autorità controlli al di fuori della regione di indagine. La stessa anagrafe canina spesso risulta aggiornata lentamente, soprattutto in occasione di un passaggio di proprietà o di una nuova adozione.

L'istituzione di un'anagrafe nazionale risolverebbe tutti questi inconvenienti.

Inoltre, non esiste al momento un criterio generale che permetta alle anagrafi di verificare quanti animali regolarmente iscritti siano deceduti.

**Segnalare i decessi**

In caso di decesso del cane o di altro pet registrato presso l'anagrafe degli animali d'affezione, il proprietario deve darne comunicazione entro 15 giorni dall'evento. Deve provvedere a informare la Asl di residenza, attraverso il modello di denuncia dell'iscrizione originale all'anagrafe o il passaporto. Inoltre è necessario un certificato veterinario attestante la morte o l'attestazione di avvenuta termodistruzione delle spoglie da parte del veterinario.

È probabile che numerosi cani, ormai deceduti, siano ancora registrati negli elenchi delle anagrafi regionali, poiché i proprietari non hanno provveduto alla denuncia.

Infine, per tutte le specie non convenzionali, eccezion fatta per i furetti, non esiste anagrafe di riferimento. L'unica possibilità per monitorare la loro numerosità nelle case degli italiani sarebbe l'inserimento di tutti i pet negli elenchi dell'anagrafe nazionale degli animali d'affezione.

## ELEMENTI FONDANTI E VANTAGGI DERIVANTI DALL'INSERIMENTO DEL PET NELLO STATO DI FAMIGLIA

### I pet nello Stato di Famiglia

#### Proposta di legge: Pet nello Stato di Famiglia

Il 19 novembre 2015 è stato presentato alla Camera dei Deputati un primo DDL<sup>19</sup> su "Disposizioni concernenti l'interoperabilità dell'anagrafe della popolazione residente con le anagrafi canine regionali e l'indicazione degli animali di affezione nelle certificazioni relative allo stato di famiglia".

Nel mese di marzo 2016 la proposta di legge<sup>20</sup> è stata affidata alla Commissione Affari Sociali.

Secondo i Deputati che l'hanno sostenuta, la relazione che lega il proprietario al pet e in particolare al cane, è un rapporto di adozione e non di proprietà. Sarebbe quindi più appropriato parlare di "adottante" piuttosto che di "proprietario". *"Approvando questo concetto, la finalità della legge sarebbe quindi la formalizzazione di tali sviluppi e la risoluzione di alcune criticità sull'argomento, tramite il trasferimento dei dati dell'anagrafe canina, quale semplice lettura, sullo stato di famiglia del proprietario o adottante"*.

#### Incrocio dati Anagrafe Regionale e Stato di Famiglia

La lettura dell'anagrafe regionale i cui dati confluiranno nell'anagrafe nazionale, come da Atto di Indirizzo 2017 del Ministero della Salute, tramite incrocio dei dati dello Stato di Famiglia:

- 1) garantirebbe un più rapido aggiornamento della stessa sui passaggi di adozione;
- 2) renderebbe immediatamente individuabile la responsabilità del proprietario o dell'adottante, in caso di evento dannoso, o negli accertamenti dovuti sulla provenienza del pet da allevamenti professionali;
- 3) consentirebbe una migliore individuazione, dal punto di vista antropologico, delle relazioni affettive che legano il pet al nucleo familiare;
- 4) renderebbe più agevoli e immediate la pianificazione, la verifica e le attività svolte per la gestione del randagismo nonché per lo svolgimento di indagini giudiziarie e di controlli delle autorità competenti.

#### Dati sulla Popolazione pet

### Importanza di dati certi sul numero dei pet nel nostro Paese

Si auspica che il passo successivo alla realizzazione dell'Anagrafe nazionale degli animali d'affezione e l'inserimento dei pet nello Stato di famiglia sarà l'inclusione degli stessi nel prossimo Censimento 2021. Sarà indispensabile però un'importante accelerazione dal punto di vista legislativo, affinché gli animali d'affezione vengano al più presto riconosciuti ufficialmente come membri della famiglia e, quali esseri senzienti, con il diritto e dovere da parte dei proprietari di censirli.

Con la possibilità di realizzare una banca dati nazionale per accedere direttamente alle informazioni senza dover interrogare gli uffici regionali, l'inserimento dei pet nello stato di famiglia e il loro conteggio nel prossimo Censimento ISTAT del 2021, si otterrebbero dati inequivocabili sulla popolazione pet in Italia.

Solo incrociando questi dati si potrà avere un quadro certo e il più possibile vicino alla reale composizione della popolazione pet complessiva in Italia.

<sup>19</sup> <http://www.anmvioggi.it/in-evidenza/63188-anagrafi-canine-i-dati-entrino-nello-stato-di-famiglia.html>

[http://www.camera.it/leg17/995?sezione=documenti&tipoDoc=lavori\\_testo\\_pdl&idLegislatura=17&codice=17PDL0038470&back\\_to=http://www.camera.it/leg17/126?tab=2-e-leg=17-e-idDocumento=3440-e-sede=-e-tipo=](http://www.camera.it/leg17/995?sezione=documenti&tipoDoc=lavori_testo_pdl&idLegislatura=17&codice=17PDL0038470&back_to=http://www.camera.it/leg17/126?tab=2-e-leg=17-e-idDocumento=3440-e-sede=-e-tipo=)

<sup>20</sup> Presentata dal movimento Ecologista Fare Ambiente

## NORMATIVA

### I PAESI PIÙ AVANZATI, CON NORMATIVE PIÙ COMPLETE

In che modo sono tutelati gli animali in Europa e negli altri Paesi? Quali differenze esistono a livello legislativo?

La Global Animal Law<sup>21</sup> è un'associazione che ha sede in Svizzera, dove opera dal 2016, nel cui statuto fra gli obiettivi principali rientra il miglioramento della vita degli animali. Questo può essere ottenuto solo tramite l'applicazione di leggi e normative che tutelino il loro benessere. Per questo l'associazione classifica le varie leggi a supporto del benessere animale e si fa promotrice delle stesse nei Paesi in cui ancora non sono applicate

Una  
catalogazione  
in continua  
evoluzione - il  
lavoro della  
GAL

Attraverso un'analisi continuativa delle normative esistenti a livello regionale, nazionale e globale, l'associazione sta catalogando le differenti tipologie di ordinamento giuridico per quanto concerne tutela e rispetto degli animali. Questo permette di aggiornare periodicamente una sorta di classifica dei Paesi più o meno pet-friendly, orientati cioè al riconoscimento giuridico **dei pet quali esseri e non cose**.

L'analisi è in divenire. Ad oggi<sup>22</sup>, l'associazione GAL ha identificato e catalogato ormai otto diverse tipologie di legislazione:

1 - Paesi la cui legislazione nazionale o regionale o locale **non include** alcun riferimento agli animali, alla loro salute o benessere. Si tratta di Paesi dell'Africa del Nord e dell'Africa Centrale e del Medio Oriente;

2 - Paesi la cui **legislazione nazionale include norme basilari e clausole specifiche sul benessere e la salute animale e prevede pene in caso di maltrattamenti**. Numerosi **Paesi europei, inclusi Regno Unito e Italia**, rientrano in questa lista.

Per quanto concerne il nostro Paese, si fa riferimento alle modifiche apportate al codice civile fino al 2004<sup>23</sup>. Mancano quindi i riferimenti ad alcune altre importanti modifiche di legge approvate negli ultimi tredici anni e proroghe applicate dal 2004 ad oggi.

Dello stesso elenco fanno parte anche Russia e altri Paesi dell'Europa orientale, Turchia, Pakistan, Kazakistan, Israele, Qatar e Emirati Arabi, la maggior parte dei Paesi asiatici, inclusa la Cina; tutta l'Australia, Messico e alcuni Paesi dell'America del Sud come Cile, Paraguay, Uruguay, Venezuela.

3 - Paesi nel cui **codice civile nazionale** si fa riferimento a norme su un nuovo status per gli animali. Ne fanno parte al momento solo la Moldavia e l'Azerbaijan.

4 - Paesi che nelle proprie leggi a livello **regionale o federale** e nel codice civile hanno assegnato agli animali uno status differente, riconoscendoli quali **esseri senzienti** e non più "cose", sebbene siano ancora sottoposti al regime di proprietà. Tra questi Spagna, Belgio e Canada.

<sup>21</sup> <https://www.globalanimallaw.org/database/national/index.html>

<sup>22</sup> Marzo 2017

<sup>23</sup> Legge 20 luglio 2004, n.189, "Disposizioni concernenti il divieto di maltrattamento degli animali, nonché di impiego degli stessi in combattimenti clandestini o competizioni non autorizzate" **pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 178 del 31 luglio 2004**

## AREA ISTITUZIONALE

5 - Paesi che nelle proprie **leggi nazionali** e nel codice civile hanno conferito agli animali uno status differente, riconoscendoli quali esseri senzienti e non più “cose”, sebbene siano ancora sottoposti al regime di proprietà: Francia, Paesi Bassi e Colombia.

6 - Paesi che solo in alcune clausole di **leggi locali** (regionali, provinciali) fanno riferimento ad alcuni principi Costituzionali<sup>24</sup> (di compassione e dignità) anche per la tutela degli animali e del loro benessere. Tra questi: USA e Argentina.

7 - Paesi che, nella **legge nazionale**, fanno riferimento ad alcuni principi Costituzionali a favore della tutela degli animali, del loro benessere e del loro riconoscimento quali esseri senzienti. Tra questi: India, Egitto e Brasile.

8 - Paesi la cui legislazione nazionale e nel codice civile riconoscono agli animali lo status di esseri senzienti e **includono nella Costituzione principi che riconoscono agli animali tale status**. Sono solo **Austria, Germania e Svizzera**.

---

<sup>24</sup> I **principi costituzionali** sono disposizioni chiave che riconoscono un **dovere dello Stato** anche verso gli animali. Stato, regione o provincia possono legiferare in merito alla tutela degli animali o ad altre questioni legate al benessere degli animali.

## ANIMALI TUTELATI DALLA COSTITUZIONE E DALLA LEGGE QUALI ESSERI SENZIENTI

### L'uomo ha obbligo morale di rispettare tutte le creature viventi.

Se consideriamo gli animali da compagnia membri della famiglia e, a tutti gli effetti, parte della nostra vita familiare e sociale, abbiamo il dovere e l'obbligo morale di rispettarli.

Germania,  
Austria e  
Svizzera  
riconoscono  
nelle loro  
Costituzioni la  
tutela e il  
rispetto degli  
animali

Le Costituzioni di alcuni Paesi Europei come Germania<sup>25</sup>, Austria e Svizzera non sono le uniche al momento a includere principi che invocano la tutela e il rispetto degli animali. Tuttavia in questi tre Paesi all'avanguardia, anche le leggi nazionali e regionali riconoscono agli animali lo status di esseri senzienti, da adottare, non più di "oggetti da possedere".

L'animale assume lo status di "essere vivente senziente" e non più di "cosa" nella Costituzione e come tale viene trattato dalle leggi nazionali e locali e dal codice civile.

### AUSTRIA

Si fa riferimento alla tutela degli animali e al loro riconoscimento quali esseri senzienti nella Costituzione Austriaca, nel Codice civile nazionale, nelle leggi federali sulla protezione animale e nella Costituzione di Salisburgo, in cui si parla di *Rispetto, tutela e responsabilità* all'Articolo 9 (6): "*Il rispetto e la protezione nonché la responsabilità verso tutte le creature animali, quali compagni dell'uomo...*"

### GERMANIA

La Costituzione tedesca ha inserito nell'Articolo 20°, il riferimento alla *Tutela dei fondamenti naturali della vita e degli animali: "come atto di responsabilità verso le generazioni future"*. Nel codice civile tedesco viene chiarito che: *Gli animali non sono cose. Essi sono protetti da leggi speciali.*

### SVIZZERA

Dal 1999 la Svizzera ha modificato l'articolo 120 della Costituzione<sup>26</sup> al punto 2. "*La Confederazione emana prescrizioni sull'impiego del patrimonio germinale e genetico di animali, piante e altri organismi. In tale ambito tiene conto della dignità della creatura nonché della sicurezza dell'essere umano, degli animali e dell'ambiente e protegge la varietà genetica delle specie animali e vegetali.*"

In diversi altri Paesi la **legge nazionale, il codice civile o le leggi regionali e locali** fanno riferimento ad alcuni principi Costituzionali a favore della tutela degli animali, del loro benessere e del loro riconoscimento quali esseri senzienti.

### EGITTO

Nel 2014 la modifica alla Costituzione<sup>27</sup> egiziana garantisce agli animali un trattamento "umano". L'articolo nr. 45 della Costituzione recita: "*Lo Stato deve proteggere i suoi mari, coste, laghi, corsi d'acqua naturali. È vietato inquinare... Lo Stato deve proteggere lo spazio verde nelle aree urbane; preservare piante, animali e pesci e proteggere queste risorse dalla minaccia di estinzione o di pericolo; deve garantire un **trattamento umano agli animali**, secondo la legge"*

### INDIA

Nell'articolo 51A della Costituzione indiana del 1950 è incluso un principio di compassione verso gli animali: "*è dovere di ogni cittadino dell'India .... proteggere e migliorare l'ambiente*

<sup>25</sup> Dal Rapporto Assalco - Zoomark 2016, Marianna sala, Gli animali domestici nel condominio dopo la riforma, Animali e diritto pag. 27 e 28: <https://goo.gl/uDCm3w>

<sup>26</sup> <https://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/19995395/index.html>

<sup>27</sup> <http://www.sis.gov.eg/Newvr/Dustor-en001.pdf>

*naturale: foreste, laghi, fiumi, fauna selvatica, e avere **compassione per le creature viventi.***"

### **BRASILE**

Un principio di non crudeltà il Brasile lo ha introdotto in Costituzione nel 1988 nell'Articolo 225, 1, VII: "*Proteggere la fauna e la flora, **con divieto**, secondo le modalità previste dalla legge, **di qualsiasi pratica** che rappresenti un rischio per la loro funzione ecologica, che possa causare l'estinzione delle specie e che arrechi crudeltà e violenza agli animali.*"

### **USA**

Negli USA, l'Animal Welfare Act<sup>28</sup> è la legge federale approvata nel 1996. Ciascuno degli Stati Uniti e il Distretto di Columbia hanno inoltre leggi locali che vietano qualsiasi crudeltà verso gli animali. Queste leggi non garantiscono agli animali diritti costituzionali e non offrono protezione legale. Il loro scopo è però scoraggiare in ogni modo maltrattamenti di ogni genere e proteggere gli animali imponendo delle sanzioni per tali atti.

### **ARGENTINA**

Nella sola Carta costituzionale della Città di Buenos Aires, adottata nel 1996, sono evidenziati alcuni principi<sup>29</sup> a tutela degli animali, includendo anche quelli selvatici

Altri Paesi nelle cui **leggi nazionali** e nel **codice civile** gli animali sono considerati esseri senzienti e non più "cose", sebbene siano ancora sottoposti al regime di proprietà sono **Francia, Paesi Bassi e Columbia.**

### **FRANCIA**

La Francia ha aggiornato nel 2006 alcuni articoli del 1992 del codice penale già a favore del benessere animale. L'articolo **521-1**<sup>30</sup> sancisce che è vietato commettere qualsiasi atto di crudeltà verso un animale pena 2 anni di prigione o 30.000 euro di multa.

### **PAESI BASSI**

I Paesi Bassi hanno regolamentato nel 2011 il nuovo Animal Act, nell'interesse della salute e del benessere degli animali e della sanità pubblica. Oltre a stabilire regole relative alla gestione degli animali d'affezione, nell'Articolo 1.3: "*Riconoscendo il valore intrinseco si riconosce negli animali la **dignità quali creature viventi, esseri senzienti...*** Per legge si deve garantire benessere e cura degli animali e soddisfare i loro bisogni, (sete, fame, freddo). Vanno preservati da dolore, sofferenza, malattie; paura e angoscia. È inoltre vietato limitare il loro comportamento naturale.

### **COLOMBIA**

La Colombia ha promulgato nel 1989 la legge a tutela degli animali (anche selvatici o che vivono in cattività) contro la sofferenza e il dolore, causati direttamente o indirettamente dall'uomo. Le disposizioni di legge (Articolo 2) hanno scopo di salvaguardare la salute, prevenire e curare il dolore e la sofferenza degli animali; sradicare e punire i maltrattamenti e gli atti di crudeltà verso gli animali; sviluppare programmi educativi pubblici attraverso istituti ufficiali e istruzione privata, per promuovere il rispetto e la cura degli animali.

<sup>28</sup> <http://www.nal.usda.gov/>

<sup>29</sup> Art.27, al.5 Protection of urban wildlife and respect for its life: control its health, avoid cruelty and control reproduction with ethical methods.

<sup>30</sup> [https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?sessionId=CE60C841B768AA2A3C519CE70C5E9436.tpdjo03v\\_2?idSectionTA=LEGISCTA000006149860&cidTexte=LEGITEXT000006070719&dateTexte=20140528](https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?sessionId=CE60C841B768AA2A3C519CE70C5E9436.tpdjo03v_2?idSectionTA=LEGISCTA000006149860&cidTexte=LEGITEXT000006070719&dateTexte=20140528)

**REGOLE E NORME IN ITALIA**

I pet fanno parte della società moderna e il legame che li lega agli amici umani è fortissimo; è inevitabile per questo che sempre di più si discuta di tutela dei diritti animali attraverso norme aggiornate a garanzia del loro benessere, di quelli dei proprietari e di tutta la società.

**Normativa sulla tutela degli animali d'affezione: un traguardo importante**

Secondo il Sottosegretario alla Salute, Vito de Filippo *“Numerosi sono ormai gli studi che forniscono evidenza del fatto che la convivenza e la relazione con gli animali porta con sé degli enormi potenziali effetti positivi sulla vita dell'uomo, anche in termini terapeutici, quindi riconoscendo un ruolo così importante a questi meravigliosi esseri senzienti, dobbiamo essere in grado anche di tutelarli individuando all'interno della nostra società competenze e responsabilità...”*

E ancora: *“Conoscere, condividere ed applicare in maniera puntuale ed uniforme sul territorio la normativa sulla tutela degli animali d'affezione è un traguardo importante a cui voglio contribuire in maniera fattiva con la pubblicazione e la diffusione di questo<sup>31</sup> opuscolo, che rappresenta un primo piccolo passo in questo senso.” Vito De Filippo, Sottosegretario di Stato alla Salute.*

L'opuscolo in questione, pubblicato sul sito del Ministero della Salute e realizzato nell'estate 2016, fornisce utili accorgimenti: un Riepilogo delle principali norme<sup>32</sup> Nazionali e delinea i compiti e ruoli dei vari protagonisti che interagiscono con il mondo degli animali: Ministero, Province, Regioni, Veterinari Asl e liberi Professionisti, comuni e Sindaci, Proprietari.

**Riepilogo delle principali norme nazionali**

**Legge 14 agosto 1991, n. 281**<sup>33</sup> *“Legge quadro in materia di animali d'affezione e prevenzione del randagismo” con cui lo Stato promuove e disciplina la tutela degli animali di affezione, condanna gli atti di crudeltà contro di essi, i maltrattamenti ed il loro abbandono, al fine di favorire la corretta convivenza tra uomo e animale e di tutelare la salute pubblica e l'ambiente.*

**Accordo**<sup>34</sup> **6 febbraio 2003** tra il Ministero della Salute, le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano in materia di *“Benessere degli animali da compagnia e pet-therapy”* recepito con D.P.C.M. 28 febbraio 2003 *con cui Regioni e Governo si impegnano, ciascuno nell'ambito delle proprie competenze, ad adottare disposizioni finalizzate a: assicurare il benessere degli animali; evitarne utilizzi riprovevoli, sia diretti che indiretti; consentirne l'identificazione attraverso l'utilizzo di appositi microchip, su tutto il territorio nazionale; utilizzare la pet-therapy per la cura di anziani e bambini.*

**Legge 4 novembre 2010, n. 201** Ratifica ed esecuzione della Convenzione europea per la protezione degli animali da compagnia, fatta a Strasburgo il 13 novembre 1987, nonché norme di adeguamento dell'ordinamento interno, *che prevede un inasprimento delle pene per chi viola le leggi inerenti trasporto e commercio di animali.*

<sup>31</sup> [http://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_opuscoliPoster\\_146\\_allegato.pdf](http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_opuscoliPoster_146_allegato.pdf)

<sup>32</sup> <http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2013/09/06/13A07313/sg>

<sup>33</sup> [http://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_normativa\\_911\\_allegato.pdf](http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_normativa_911_allegato.pdf)

<sup>34</sup>

[http://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie\\_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2003-03-04&atto.codiceRedazionale=03A02793&elenco30giorni=false](http://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2003-03-04&atto.codiceRedazionale=03A02793&elenco30giorni=false)



**Ordinanza 10 febbraio 2012** e successive proroghe (10 febbraio 2015 prorogata dall'ordinanza 14 gennaio 2014), "Norme sul divieto di utilizzo e di detenzione di esche o di bocconi avvelenati". *Ai fini della tutela della salute pubblica, della salvaguardia e dell'incolumità delle persone, degli animali e dell'ambiente è vietato a chiunque utilizzare in modo improprio, preparare, miscelare e abbandonare esche e bocconi avvelenati o contenenti sostanze tossiche o nocive....*

**Accordo 24 gennaio 2013**<sup>35</sup> tra il Governo, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano, le province, i comuni e le comunità montane in materia di identificazione e registrazione degli animali da affezione riguardo responsabilità e doveri del proprietario e del detentore di animali d'affezione, dei comuni, del sindaco dei veterinari e delle ASL che prevedano in particolare l'istituzione e l'implementazione dell'anagrafe degli animali d'affezione attraverso una banca dati regionale collegata alla banca dati nazionale;

**Ordinanza 6 agosto 2013**<sup>36</sup> e successive proroghe (ultima proroga di 12 mesi del **13 luglio 2016**) e modifiche "Ordinanza urgente concernente la tutela dell'incolumità pubblica dall'aggressione dei cani" *che stabilisce che il proprietario di un cane è sempre responsabile del benessere, del controllo e della conduzione dell'animale e risponde, sia civilmente che penalmente, dei danni o lesioni a persone, animali o cose provocati dall'animale stesso.*

### Compiti e ruoli dei vari protagonisti del mondo pet

#### Cosa deve garantire il Ministero

Compito del Ministero è quello di indirizzare a livello nazionale i diversi aspetti del mondo degli animali da compagnia. Ad esempio, si occupa di:

I compiti dei  
diversi  
protagonisti

- Emanazione di documenti di indirizzo per la corretta applicazione della normativa vigente.
- Controllo e monitoraggio della corretta applicazione sul territorio della normativa vigente.
- Attivazione dell'anagrafe canina nazionale e gestione del sistema informatico.
- Promozione di programmi di informazione ed educazione per favorire il rispetto degli animali e la tutela del benessere animale e la corretta relazione uomo-animale.

Il Ministero

#### Cosa devono fare Province e Regioni

Le Regioni recepiscono le normative nazionali e le applicano alle realtà locali. Ad esempio:

Regioni e  
Province

- Gestione dell'anagrafe canina regionale inter-operativa con quella nazionale.
- Realizzazione di un programma di prevenzione del randagismo che preveda sia l'informazione ed educazione nelle scuole che la formazione e l'aggiornamento del personale delle Regioni, degli enti locali e delle aziende sanitarie locali che operano in questo ambito.
- Promozione di iniziative mirate all'accoglienza di cani e gatti presso strutture turistiche.
- Promozione di iniziative volte a rendere tutti i luoghi pubblici, ivi compresi i mezzi di trasporto, accessibili ai cani di supporto ai disabili.

<sup>35</sup> Ai sensi dell'articolo 9, comma 2, lettera c), del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, <http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2013/03/15/13A02211/sg>

<sup>36</sup> <http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2013/09/06/13A07313/sg>

Esempi:

### **Turismo pet friendly in Trentino**

*La provincia di Trento<sup>37</sup>, ad esempio, ha promosso alcune iniziative a favore del turismo con i pet.*

*Denominato progetto 'Vacanze Pet Friendly'<sup>38</sup> mira a realizzare la mappatura dell'offerta turistica e ricettiva pet friendly sul territorio e a dar vita a servizi e pacchetti turistici ad hoc.*

*Inclusi nel progetto anche la classificazione di Hotel, Alberghi e B&B che accolgono i pet e il lancio di servizi di mobilità, di assistenza veterinaria dog sitter.*

*Oggi in Trentino ci sono 1.600 strutture che accolgono gli amici a quattro zampe e non più solo cani di piccola taglia: sono stati fissati criteri precisi che distinguono fra gli alberghi 'pet friendly', che accolgono i cani fino a 25 chilogrammi di peso, e i 'dog plus', quelli oltre questa stazza.*

*Oltre agli alberghi, l'iniziativa coinvolge anche altre strutture trentine: le 'bau beach', le spiagge accessibili ai cani sul lago di Garda e in Val di Ledro ad esempio, altri servizi turistici come il noleggio bici per le escursioni<sup>39</sup>, che prevede anche il carrellino per animali al seguito.*

*Per chi invece volesse visitare musei e castelli o per chi per qualche ora al giorno volesse sciare, sono attivi i servizi di dog sitting. Anche per i turisti, inoltre, sono a disposizione i veterinari provinciali 24 ore su 24.*

### **Lombardia: animali negli ospedali per visitare i pazienti**

*La Regione Lombardia<sup>40</sup> ha stabilito che è possibile far accedere gli animali (cani, gatti, conigli, altri piccoli animali) negli ospedali e nelle case di cura per visitare i loro amici umani.*

*Il pet è un membro della famiglia; separarsene è un'esperienza molto dolorosa. Se, a causa di una malattia o dell'ingresso in una casa di cura, il legame emotivo tra l'uomo e l'animale viene interrotto, viene a mancare a entrambi, oltre la compagnia, anche il conforto.*

*La norma della Regione Lombardia denota attenzione e sensibilità verso gli animali e verso chi, per motivi di salute, non può stare assieme al suo amato pet.*

*Lo stato di benessere psicofisico sia dei pazienti che dei pet trae enormi benefici dall'incontro in ospedale e persino la percezione del dolore può essere ridotta.*

*Per far accedere gli animali negli ospedali, devono ovviamente essere rispettate le norme di sicurezza e igiene stabilite dalle strutture sanitarie o sociosanitarie: gli animali devono essere accompagnati da maggiorenni, i cani, muniti di museruola, condotti al guinzaglio, mentre gatti e conigli nell'apposito trasportino, almeno fino al momento della visita.*

### **Cosa devono fare Comuni e Sindaci**

#### **I Comuni**

È responsabilità del sindaco e del comune la tutela e il controllo della popolazione animale presente sul territorio di propria competenza. Il comune deve infatti occuparsi di:

- Risanamento dei canili comunali, costruzione di rifugi (per cani e gatti) e gestione degli stessi direttamente o tramite convenzioni con associazioni animaliste e zoofile o con soggetti privati.

<sup>37</sup> Progetto lanciato da Trentino Marketing in collaborazione con l'assessorato al Turismo della provincia autonoma di Trento [http://www.ansa.it/canale\\_ambiente/notizie/animali/2017/01/23/turismo-in-trentino-oltre-1.600-hotel-pet-friendly\\_7caa9a14-bb8b-427c-a579-327cead6de3a.html](http://www.ansa.it/canale_ambiente/notizie/animali/2017/01/23/turismo-in-trentino-oltre-1.600-hotel-pet-friendly_7caa9a14-bb8b-427c-a579-327cead6de3a.html)

<sup>38</sup>

<http://www.ttgitalia.com/stories/incoming/128645-vacanze-pet-friendly-cos-il-trentino-lancia-i-viaggi-a-misura-di-quattro-zampe/>

<sup>39</sup> Comano Terme

<sup>40</sup> La Giunta regionale, approva il nuovo Regolamento di attuazione delle disposizioni di cui al Titolo VIII, Capo II, della L.R. 33/2009, recante norme relativa alla tutela degli animali di affezione e prevenzione del randagismo

<http://www.italiachecambia.org/2017/01/lombardia-animale-ospedali-per-visitare-pazienti/> Articolo del 9 gennaio 2017, Tamara Mastroiaco in La Voce dell'Astice

## AREA ISTITUZIONALE

- Organizzazione, congiuntamente ai servizi veterinari delle aziende sanitarie locali, di percorsi formativi per i proprietari di cani, con conseguente rilascio di un attestato di partecipazione denominato “patentino”.

*Per la realizzazione dei suddetti percorsi formativi, i Comuni possono avvalersi della collaborazione degli ordini professionali dei medici veterinari, facoltà di medicina veterinaria, associazioni veterinarie e associazioni di protezione animale.*

- Promozione di iniziative volte alla creazione della corretta relazione uomo-animale, congiuntamente alle aziende sanitarie locali, anche in collaborazione con i medici veterinari, le associazioni di protezione degli animali e gli educatori cinofili.

### **Uffici Diritti Animali**

*In numerosi Comuni italiani è presente un ufficio che si occupa esclusivamente di animali. Si può chiamare in vari modi: Ufficio Diritti Animali, Ufficio Tutela Animali o Ufficio Benessere animale.*

*Si tratta di uno sportello dedicato a tutti i proprietari di pet o alle associazioni di volontariato.*

### **Uffici animali all'estero**

*Esistono uffici simili anche all'estero: in Spagna, Inghilterra, negli Usa e in Canada, ad esempio, e promuovono la proprietà responsabile, la cultura del rispetto degli animali da compagnia, ma anche di quelli selvatici e dell'ambiente.*

### **Compiti dei Veterinari Asl**

*I veterinari Asl collaborano direttamente con i comuni per promuovere la proprietà responsabile e per vigilare e controllare lo stato di salute dei cani e gatti ospiti nei rifugi e dello stato sanitario dei locali in cui alloggiano. Nello specifico i loro compiti sono:*

- Vigilanza e controllo dello stato sanitario di canili, gattili e rifugi.
- Collaborazione con i Comuni per la promozione di iniziative volte alla creazione della corretta relazione uomo-animale e per l'organizzazione dei percorsi formativi previsti per i proprietari di cani per ottenere il così detto “patentino”.

### **Il patentino**

*Il “Patentino”<sup>41</sup> è un attestato rilasciato ai proprietari e detentori di cani, o a chiunque intenda diventarlo. Si ottiene al termine di un percorso formativo, in seguito al superamento di un test di verifica finale, organizzato dai Comuni congiuntamente con il Servizio Veterinario dell'Azienda Sanitaria Locale territorialmente competente.*

*I percorsi formativi su base volontaria possono essere organizzati autonomamente anche da medici veterinari libero professionisti informando il Comune, il Servizio Veterinario dell'Azienda sanitaria locale e l'Ordine professionale.*

*I corsi sono aperti a tutti i proprietari, di tutti i cani, con l'obiettivo di costruire un'adeguata relazione uomo-animale. Forniscono informazioni di base sul comportamento del cane, sulle tecniche idonee per la sua educazione con lo scopo di facilitarne la gestione e favorire il suo benessere in famiglia e in società.*

*Un proprietario informato e un cane educato sono le premesse certe per una convivenza serena e soddisfacente.*

<sup>41</sup> Percorso formativo per proprietari e detentori di cani e rilascio del “patentino”, ai sensi dell'Ordinanza 23 marzo 2009 e del decreto ministeriale 26 novembre 2009 (Gazzetta Ufficiale 25 gennaio 2010, n. 19, data di entrata in vigore).

...e i  
veterinari  
liberi  
professionisti

### Compiti dei Veterinari liberi professionisti

Il veterinario libero professionista deve informare il neoproprietario degli obblighi di legge relativi all'applicazione del microchip e alla registrazione del pet all'anagrafe. Deve inoltre:

- Verifica della presenza del microchip; applicazione dello stesso e registrazione in anagrafe canina regionale se abilitato ad accedervi. Informazione al proprietario o detentore degli obblighi di legge in caso di assenza o illeggibilità del codice identificativo e in merito alla disponibilità di percorsi formativi.
- Rispetto del divieto di effettuare interventi chirurgici destinati a modificare la morfologia di un cane.

### Compiti del Proprietario

Il proprietario trae numerosi benefici dalla compagnia dell'animale d'affezione, ma ha nei suoi confronti alcuni obblighi. Prima di tutto prendersene cura e rispettare i suoi bisogni fisiologici, assicurandogli un adeguato livello di benessere fisico ed etologico- il cibo e l'acqua; - cure sanitarie; - un'adeguata possibilità di esercizio fisico; - la regolare pulizia degli spazi di dimora.

E per finire  
quelli del  
proprietario

Ha inoltre alcuni doveri nei confronti della società:

- Divieto di abbandono dei cani, gatti o qualsiasi altro animale d'affezione custodito.
- Responsabilità sia civile che penale per danni o lesioni a persone, animali e cose provocati dal proprio animale.
- Obbligo di segnalare alle Autorità competenti il decesso del proprio animale a causa di esche o bocconi avvelenati.

Per i proprietari di **tutti i cani di tutte le taglie e le razze** è obbligatorio:

- identificare con microchip e iscrivere il proprio cane all'anagrafe entro il secondo mese di vita;
- l'**utilizzo del guinzaglio** non superiore a mt 1,50 durante la conduzione nelle aree urbane e nei luoghi aperti al pubblico, (fatte salve le aree cani individuate dai comuni) e avere con sé una museruola, rigida o morbida.

È inoltre responsabilità del proprietario:

- Affidare il cane a persone in grado di gestirlo correttamente.
- Custodire il proprio animale adeguatamente e sorvegliarlo per impedire la fuga.
- Assumere informazioni sulle caratteristiche fisiche ed etologiche del cane, su tutte le norme in vigore.
- Educare il cane affinché abbia un comportamento adeguato alle specifiche esigenze di convivenza con persone e animali rispetto al contesto in cui vive.

**PROPOSTA DI INSERIMENTO DEGLI ANIMALI NELLA COSTITUZIONE ITALIANA**

**Sogno, il primo cane ad aver avuto accesso nel Parlamento italiano**

È auspicabile che anche l'Italia adotti nei confronti degli animali nuove politiche all'avanguardia, ispirandosi ai Paesi che hanno incluso nella Costituzione i principi che riconoscono lo status di esseri senzienti.

Nel mese di ottobre 2016 per la prima volta nella storia del nostro Parlamento, un cagnolino meticcio di nome Sogno, originario di Amatrice e scampato al terremoto, ha fatto il suo ingresso alla Camera assieme Michela Vittoria Brambilla<sup>42</sup>.

Con questo gesto, la deputata ha voluto rilanciare la battaglia, che fu sostenuta dal Prof. Veronesi e ancora di attualità per le principali associazioni di tutela animale, con cui si chiede una proposta di legge per la modifica dello status giuridico degli animali e il relativo adeguamento della Carta Costituzionale.

Nel 2014, infatti, è stata lanciata, in Italia, una campagna a supporto della modifica della Costituzione per tutelare gli animali come esseri senzienti nel rispetto della loro salute, del loro benessere e delle loro specificità.

La Federazione Italiana Associazioni Diritti Animali e Ambiente (FIADAA<sup>43</sup>), assieme al movimento "La Coscienza degli Animali", ha presentato la proposta per l'inclusione della tutela degli animali nella Costituzione<sup>44</sup>, nella convinzione che tra i beni e i valori tutelati dai principi fondamentali della Costituzione Italiana ci debbano essere l'ambiente, gli ecosistemi e gli animali in quanto esseri senzienti, "capaci cioè di provare piacere e dolore e come tali degni non solo di rispetto ma anche di una diversa considerazione giuridica."

Il riconoscimento della tutela degli animali nella Costituzione della Repubblica Italiana è ormai indispensabile: in quanto esseri senzienti capaci di provare dolore, piacere, con diritto alla vita e quindi al rispetto, i pet avranno diritto anche a una diversa tutela giuridica. Prima di tutto non potranno più essere considerati "oggetti" dal Codice Civile.

<sup>42</sup> <http://www.telesanternio.com/brambilla-fi-i-diritti-degli-animali-siano-in-costituzione-1020.html>

<sup>43</sup> Associazioni fondatrici della FIADAA: LAV, ENPA, OIPA, Lega del Cane e Lega Italiana Difesa Animali e Ambiente, nonché i presidenti e i delegati delle 34 associazioni aderenti alla Federazione

<sup>44</sup> <http://www.lav.it/news/animali-di-diritto-nella-nostra-costituzione>

## **PROPOSTE E PROGETTI IN ESSERE PER MIGLIORARE LE NORME CHE REGOLANO LA CONVIVENZA CON I PET E CHE SANCISCONO IL LORO RUOLO NELLA FAMIGLIA E NELLA SOCIETÀ IN ITALIA E ALL'ESTERO**

### **In Italia...**

Nel novembre 2014 il Ministero della Salute ha approvato, con Intesa Stato Regioni, Il Piano<sup>45</sup> Nazionale della prevenzione 2014-2018, che per quanto concerne gli animali d'affezione ha lo scopo di prevenire il randagismo e comprende tutte le misure che incentivino le iscrizioni alle anagrafi territoriali degli animali da affezione.

Tra gli altri obiettivi: incentivare una corretta relazione uomo-animale, tutelare il benessere degli animali, la salute, l'incolumità pubblica e contrastare e prevenire maltrattamenti, abbandoni (e quindi randagismo), implementando i percorsi formativi al cittadino, rivolti ai proprietari di cani, ai bambini, nella scuola primaria e agli operatori volontari e non (ASL, Comuni, polizia locale, guardie zoofile ecc.).

Per incentivare quanto sopra, il Ministero della Salute ha attivato la scorsa estate una nuova campagna di comunicazione sul possesso responsabile<sup>46</sup>

### **L'opuscolo del Ministero: per un'Italia sempre più pet-friendly**

Sul sito del Ministero della Salute<sup>47</sup> l'utente può trovare utili informazioni su come organizzare la gestione in caso di adozione di un pet e indicazioni sui soggetti a cui rivolgersi (veterinari, comuni, anagrafi), per qualsiasi necessità. È inoltre possibile approfondire il discorso sui bisogni etologici dei pet, sui servizi pubblici e privati a disposizione dei proprietari. Dalla scorsa estate 2016, il sito ospita anche un approfondimento per prepararsi a un viaggio o a una vacanza assieme al proprio animale, secondo lo slogan: *"Andare in vacanza con il vostro amico a 4 zampe non è impossibile, anzi è semplice e divertente, ma occorre organizzarsi per tempo!"*

Si tratta di un servizio informativo utile con lo scopo di incentivare i proprietari a passare il tempo libero con il pet e invitarlo a svolgere insieme numerose attività.

### **Il pet è parte della nostra vita**

L'ultima<sup>48</sup> campagna informativa e di comunicazione supportata dal Ministero della Salute si basa sul messaggio: *"non esistono differenze tra momenti e situazioni, perché il nostro animale d'affezione è sempre e comunque parte della nostra vita"*.

Il rapporto con il pet si rafforza in precisi momenti dell'anno: durante il periodo natalizio, simbolo della famiglia unita di cui anche il pet fa parte; durante le vacanze estive o in caso di viaggi nei ponti e nei week end, sempre insieme agli amici animali.

### **Adottare un cane o un gatto è un valore sociale. Nasce la mutua per animali d'affezione**

Il 9 febbraio 2017 è stato presentato<sup>49</sup>, presso la sala stampa della Camera dei Deputati, il progetto 'Dottor Bau & Dottor Miao'<sup>50</sup>, un sistema di assicurazione privata per la cura e l'assistenza agli animali d'affezione.

<sup>45</sup> [http://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_pubblicazioni\\_2285\\_allegato.pdf](http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_2285_allegato.pdf)

<sup>46</sup> [http://www.salute.gov.it/portale/news/p3\\_2\\_6\\_1\\_1.jsp?lingua=italiano&menu=campagne&p=dacampagne&id=111](http://www.salute.gov.it/portale/news/p3_2_6_1_1.jsp?lingua=italiano&menu=campagne&p=dacampagne&id=111)

<sup>47</sup> [http://www.salute.gov.it/portale/news/p3\\_2\\_6\\_1\\_1.jsp?lingua=italiano&menu=campagne&p=dacampagne&id=111](http://www.salute.gov.it/portale/news/p3_2_6_1_1.jsp?lingua=italiano&menu=campagne&p=dacampagne&id=111)

<sup>48</sup> Data di pubblicazione: 26 luglio 2016

<sup>49</sup> Iniziativa del movimento ecologista europeo FareAmbiente (lo stesso che ha presentato la proposta di inserimento dei pet nella Costituzione) con la compagnia assicurativa EuropAssistance e MIAS, Mutua Italiana Assistenza Sanitaria

<sup>50</sup> MIAS, Mutua Italiana Assistenza Sanitaria

Secondo il movimento ecologista Fare Ambiente, vivere con un pet è un valore sociale con benefici per tutti: non solo per il proprietario che grazie all'amico quattrozampe è più in forma e gode di migliore salute, ma anche per tutta la società. Grazie alle famiglie italiane che hanno adottato un cane o gatto si stima<sup>51</sup>, secondo il movimento, un risparmio di 4,5 miliardi di euro nel servizio sanitario nazionale.

Il nuovo sistema privato di assistenza avrà un costo<sup>52</sup> fisso per tutti i possessori di animali che vorranno attivarla, prevedendo sconti per i proprietari esenti da ticket. Includerà cure veterinarie, ma anche assistenza al pet in caso di decesso del proprietario e spese di cremazione per l'animale in modo etico.

### **Il decalogo del proprietario**

L'ultimo numero del 2016 della rivista della Fondazione Veronesi "the Future of Science and Ethics"<sup>53</sup> ha pubblicato due articoli sul rapporto con gli animali da compagnia e un decalogo<sup>54</sup> per proprietari.

La fiducia caratterizza i rapporti fra gli esseri umani e i loro compagni non umani, per questo è indispensabile che l'uomo si prenda cura dell'animale garantendogli alimentazione adeguata, un riparo, relazioni, giochi e socialità, spazi per attività fisica secondo le caratteristiche di specie.

Dal momento in cui si decide di adottare un pet è fondamentale informarsi di tutte le necessità dell'animale e sulla prevenzione delle malattie, le vaccinazioni e la cura quotidiana.

Gli ultimi punti del Decalogo si concentrano sulle responsabilità del proprietario di un animale anziano o malato che necessita cure specifiche per cui è fondamentale garantire serenità, libertà dal dolore e dalla sofferenza, dalla paura e per cui igiene, relazioni e affetto sono ancora più importanti.

### **In caso di separazione affidamento congiunto per i pet**

Ogni anno in Italia sono almeno quattro mila<sup>55</sup> le ex coppie che si rivolgono al giudice per l'affidamento del pet.

Nell'ordinamento italiano manca una norma di riferimento che disciplini l'affidamento di un animale in caso di separazione dei coniugi o dei conviventi, ma è depositata da anni in Parlamento una proposta di legge che indica la formula dell'affido condiviso come la migliore soluzione per questi casi.

In caso di separazione o divorzio, per la gestione del pet, le coppie possono ottenere il mantenimento condiviso, nel quale ciascuno dei coniugi provvede al 50% delle spese, oppure l'affidamento congiunto, nel quale l'animale d'affezione viene gestito per un periodo da un partner e per un uguale periodo dall'altro.

Una recente<sup>56</sup> sentenza del Tribunale di Roma ha deciso per l'affido condiviso di un cagnolino inizialmente conteso da due ex conviventi. Ha stabilito che il cane potrà passare

<sup>51</sup> [http://www.fareambiente.it/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2246:benessere-pet-fareambiente-e-mias-creano-una-mutua-per-animali-da-affeziione&catid=30:ufficiosa&Itemid=99](http://www.fareambiente.it/index.php?option=com_content&view=article&id=2246:benessere-pet-fareambiente-e-mias-creano-una-mutua-per-animali-da-affeziione&catid=30:ufficiosa&Itemid=99)

<sup>52</sup> Costerà 120€ l'anno

<sup>53</sup> La pubblicazione, a cura del Comitato Etico della Fondazione e diretta da Cinzia Caporale, si apre con un editoriale di Umberto Veronesi (1925-2016)

<sup>54</sup> <http://www.anmvioggi.it/in-evidenza/64503-decalogo-di-tutela-degli-animali-da-compagnia.html>

<sup>55</sup> Secondo il Sole24Ore <http://guidominciotti.blog.ilsole24ore.com/2016/11/08/roma-il-tribunale-decide-laffido-condiviso-per-il-cane-spot-6-mesi-con-lei-e-6-con-lui/>

<sup>56</sup> Tribunale di Roma, che con sentenza n. 5322 del 15 marzo 2016

sei mesi con uno e sei mesi con l'altro proprietario e ognuno dei due potrà richiedere di vederlo ogni due settimane.

### **Pet non sono pignorabili**

Da settembre 2015 il Senato ha dato via libera a un emendamento<sup>57</sup> che sancisce l'impossibilità di pignorare gli animali d'affezione e da compagnia e quelli con missione terapeutica assistenziale.

Anche in caso di debiti e altri pignoramenti al proprietario, viene stabilito il principio della tutela del legame affettivo della persona e della famiglia con l'animale che non può essere considerato un oggetto. In caso di debiti, fallimenti o altri problemi giudiziari, l'animale anche se di valore e se impegnato ai fini terapeutici o di assistenza del debitore, del coniuge, del convivente o dei figli, non potrà essere pignorato.

### **... all'estero**

#### **Proposta di modifica del codice civile in Spagna**

Lo scorso 15 febbraio 2017 la camera dei deputati in Spagna<sup>58</sup> ha approvato una proposta di legge sostenuta da tutti i gruppi parlamentari, che sollecita il governo nazionale a promuovere una riforma giuridica e a modificare il codice civile per riferirsi agli animali quali esseri viventi con sensibilità, negando inoltre la possibilità che siano oggetto di sequestro in caso di processi giudiziari.

Sebbene in generale la società spagnola tutta a partire dai proprietari e i veterinari, consideri i pet membri della famiglia, giuridicamente sono ancora inquadrati quali beni immobili, "cose" o meglio lo sono stati fino al 2017.

La proposta di legge è stata approvata all'unanimità e questo, anche se le proposte non legislative del Parlamento non sono vincolanti per il governo, aumenta le possibilità che sia attuata in modo efficace entro un breve periodo.

#### **Monitorare il benessere dei pet: Rapporto UK**

L'Animal Welfare Act del 2006 in UK (2011 in Irlanda del Nord) ha introdotto l'obbligo per i proprietari di rispettare le esigenze etologiche dei pet per garantire il loro benessere.

Tra i progetti lanciati nel Regno Unito per migliorare le norme che regolano la convivenza con i pet e che sanciscono il loro ruolo nella famiglia e nella società rientra di certo l'indagine annuale dell'associazione benefica inglese PSDA<sup>59</sup>.

Dal 2011 il benessere degli animali da compagnia nel Regno Unito viene monitorato e valutato attraverso un questionario<sup>60</sup> che viene sottoposto ai proprietari inglesi pazienti dei veterinari.

L'obiettivo è che si diffonda sempre più la consapevolezza per i proprietari di soddisfare le esigenze di salute e benessere dei milioni di gatti, cani e conigli che ospitano nelle loro case,

<sup>57</sup> In vigore dal 2 Febbraio 2016 - Emendamento proposto dal Senatore Stefano Vaccari, segretario della Commissione Ambiente e relatore al collegato ambientale e approvato al collegato ambientale proposto dal Governo Art 514 del Codice di procedura civile, Comma 6) bis che vieta in assoluto la pignorabilità di qualsiasi animale d'affezione o da compagnia tenuto "presso la casa del debitore o negli altri luoghi a lui appartenenti, senza fini produttivi, alimentari o commerciali; e Comma 6) ter, che estende il medesimo divieto agli animali "impiegati ai fini terapeutici o di assistenza del debitore, del coniuge, del convivente o dei figli"

<sup>58</sup> <http://ateuves.es/animales-no-cosas-proposicion-no-ley-modificar-codigo-civil/>

<sup>59</sup> Fondata nel 1917 PSDA è un'associazione benefica veterinaria del Regno Unito. Opera attraverso una rete di 51 ospedali veterinari 380 cliniche veterinarie private. PSDA fornisce assistenza veterinaria gratuita per gli animali malati e feriti o i cui proprietari sono persone in difficoltà, promuove la proprietà responsabile.

<sup>60</sup> Ricerca a cura dell'agenzia YouGov



principalmente riconoscendone i bisogni. Solo così i pet possono condurre una vita sana e felice.

Dai dati relativi all'ultima ricerca<sup>61</sup> 2016 emergono alcuni positivi cambiamenti. Ad esempio, il 92% dei cani in UK sono dotati di microchip, (in aumento rispetto al 70% nel 2011). Risultano più alti rispetto al passato i livelli di cura preventiva per tutti gli animali.

### **La fase pre-adozione del pet**

Ciò che maggiormente preme all'associazione è diffondere una maggior cultura sulla percezione dei rischi di adozione di pet da privati o allevatori non esperti. Il Rapporto 2016 ha rivelato che la fase di ingresso dei pet nelle case inglesi è spesso casuale. 5,2 milioni (circa uno su quattro o 24%) di proprietari di animali in UK non eseguono alcuna ricerca prima dell'adozione. Solo il 5% dei proprietari (1,1 milioni) ha parlato anticipatamente con un veterinario, unica figura di riferimento, secondo l'associazione, capace di coinvolgere ed educare i neo-proprietari alla scelta del pet.

L'acquisto di animali da fonti non sicure è uno dei punti di maggiore preoccupazione in UK. Gli animali possono infatti incorrere in problemi di salute, non essere vaccinati, essere privi dei controlli sanitari di routine. Altro punto critico può essere la socializzazione: i pet provenienti da allevamenti non sicuri possono essere stati separati precocemente dalla mamma.

Circa 3,9 milioni (18%) di proprietari inglesi hanno adottato il pet rivolgendosi a un allevamento.

Il 50% dei proprietari (11 milioni) ha invece risposto a un annuncio on-line privato; il 37% ha trovato l'annuncio sui social media oppure nella bacheca dei pet shop (41%). Altri si rivolgono a importatori esteri (28%).

### **Più attenzione ai conigli**

Il 66% dei proprietari di cani, il 63% dei proprietari di gatti e il 43% dei proprietari di conigli ha riferito di voler intervenire per cambiare almeno un comportamento del proprio pet.

Per quanto riguarda i conigli, emerge che passino troppo tempo in gabbia e che la maggior parte non abbia un "amico" della stessa specie. Finalmente, però, i proprietari prestano maggiore attenzione alla loro dieta.

<sup>61</sup> <https://www.pdsa.org.uk/press-office/latest-news/2016/11/16/paw-report-2016>

## NORME CHE REGOLANO I VIAGGI ALL'ESTERO

Poiché fanno parte della nostra vita, sono membri della famiglia e con noi viaggiano ormai ovunque in Italia e all'estero, è indispensabile che i pet siano identificabili e, per legge, muniti di documentazione ufficiale, ossia del Passaporto Europeo che permette a cani, gatti e furetti di spostarsi nel territorio comunitario nel rispetto dei limiti imposti da ciascun Paese (vaccini antirabbia ad esempio o quarantena).

### Viaggiare con il proprio amico animale

Oltre alla documentazione, fondamentale per potersi recare all'estero, prima di partire è bene informarsi accuratamente sulle normative vigenti nello Stato in cui ci si dirigerà e sul livello di ricettività della struttura che ospiterà il pet.

Anche se ormai le strutture pet friendly sono facilmente identificabili ed è possibile organizzare un viaggio e una vacanza su misura, il buon senso è sempre d'obbligo, affinché il pet stia bene, sia in sicurezza e a suo agio.

### Proprietari di cani

Così come in Italia, anche all'estero i proprietari di cani devono garantire il benessere dell'animale, controllarlo e condurlo nel rispetto di tutti. Il pet-owner dovrà utilizzare il guinzaglio ed essere munito di museruola; dovrà verificare la possibilità di accesso nelle aree urbane e pubbliche, nei mezzi di trasporto, nei locali. Dovrà ovviamente avere sempre con sé i sacchetti per raccogliere le deiezioni.

### La documentazione: il Passaporto Europeo<sup>62</sup>

Anche se attraverso l'istituzione del Passaporto<sup>63</sup> UE, è obbligatoria l'identificazione di tutti i cani, gatti e furetti che si spostano nell'UE, non in tutti i Paesi è obbligatoria la registrazione, che è stata fino ad oggi gestita autonomamente da ogni singola nazione. Ad esempio, in Italia è obbligatorio registrare i cani, mentre per i gatti e furetti la scelta è facoltativa.

Il Passaporto per animali, in Italia, è rilasciato dai servizi veterinari dell'azienda sanitaria locale su richiesta del proprietario. Il rilascio per i cani è subordinato alla preventiva iscrizione all'anagrafe canina.

Per gli spostamenti all'interno dei Paesi della UE di cani, gatti e furetti accompagnati dal proprietario o da persona che se ne assume la responsabilità per conto del proprietario, il Regolamento<sup>64</sup> prevede la necessità della identificazione degli animali:

- tramite un tatuaggio, se apposto prima del 03 luglio 2011;
- tramite un sistema elettronico di identificazione (microchip o trasponditore);
- con il possesso di uno specifico PASSAPORTO individuale - documento di identificazione dell'animale da compagnia (allegato III, parte 1, del Regolamento (UE) 577/2013 della Commissione del 28 giugno 2013).

Il numero del microchip, oppure del tatuaggio, va riportato sul passaporto dell'animale. Il passaporto<sup>65</sup>, di forma tipografica standard, redatto in almeno una delle lingue ufficiali dello Stato membro di rilascio e in inglese, sostituisce tutte le altre certificazioni per gli spostamenti all'interno dei Paesi della UE. Deve contenere: dati anagrafici, elenco di tutte le vaccinazioni effettuate dall'animale e visite mediche.

<sup>62</sup> [http://www.salute.gov.it/portale/temi/p2\\_6.jsp?id=214&area=cani&menu=viaggiare](http://www.salute.gov.it/portale/temi/p2_6.jsp?id=214&area=cani&menu=viaggiare)

<sup>63</sup> [http://poliziadistato.it/statics/21/decisione\\_ue\\_passaporto\\_animali.pdf](http://poliziadistato.it/statics/21/decisione_ue_passaporto_animali.pdf)

<sup>64</sup> Regolamento (UE) 576/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 giugno 2013

<sup>65</sup> Inoltre, in applicazione dell'articolo 44 del Regolamento (UE) 576/2013 "Misure transitorie relative ai documenti di identificazione", il passaporto definito dalla decisione 2003/803/CE, debitamente compilato, è da considerarsi conforme al nuovo Regolamento se rilasciato dal veterinario autorizzato prima del 29 dicembre 2014.

La vaccinazione per la rabbia è obbligatoria se si oltrepassano i confini nazionali<sup>66</sup>. Tuttavia ciascun Paese membro può autorizzare<sup>67</sup> l'introduzione nel proprio territorio di cuccioli<sup>68</sup> provenienti da altri Paesi membri non ancora vaccinati. Sul sito della Commissione europea, alla pagina *Movement of Pets (Dogs, Cats and Ferrets) - Young Animals*<sup>69</sup> sono consultabili le posizioni dei Paesi membri rispetto alla concessione o meno della deroga prevista per le introduzioni nei loro territori di tali cuccioli, al seguito del proprietario o della persona autorizzata dal proprietario e senza finalità commerciali.

### **Il viaggio all'estero**

Con i pet si può viaggiare oltre i confini nazionali nel rispetto delle normative<sup>70</sup> e del benessere dell'animale. In auto vanno rispettati i codici della strada dei Paesi che si attraversano e ovviamente i pet devono viaggiare in condizioni ottimali, in totale sicurezza all'interno di un trasportino adatto alla taglia e nel rispetto delle esigenze etologiche e fisiologiche, prevedendo quindi soste in caso di lunghi percorsi.

Se si attraversa il mare, con navi o traghetti, le soluzioni offerte dalle compagnie sono all'insegna del benessere dell'animale, del proprietario e di tutti gli altri passeggeri. Sui traghetti è possibile passeggiare con il cane, sempre al guinzaglio e muniti di sacchetti per le deiezioni. In generale le compagnie marittime concedono agli animali di accedere alla maggior parte delle aree pubbliche, a parte ristoranti o self service. La maggior parte delle compagnie mette a disposizione anche cabine dedicate e offre spesso un kit di benvenuto al pet che include ciotole e salviette in omaggio.

In aereo ciascuna compagnia<sup>71</sup> ha una propria normativa, ma in generale sono ospitati almeno due pet di piccola taglia in cabina all'interno dei trasportini (può variare il peso massimo consentito). Cani di media e grande taglia invece devono viaggiare in stiva, all'interno di trasportini idonei<sup>72</sup> al viaggio, in cui i cani possano rimanere in piedi, girare su se stessi con facilità e sdraiarsi in una posizione naturale e confortevole.

### **Il soggiorno all'estero**

Che si decida per una vacanza in città, al mare, in montagna o in collina, per soggiornare all'estero con l'amico quattro zampe è possibile scegliere attraverso Internet la struttura nei numerosi portali che selezionano alberghi, hotel, resort (ecc.) in base a qualsiasi esigenza e necessità. Di solito con la dicitura "pet friendly" o "animali ammessi" si conferma che la presenza del pet è gradita. Spesso è richiesto un supplemento, altre volte il pet è ospite gratuitamente.

### **Paesi più pet friendly**

Gli Stati Uniti sono uno dei Paesi più pet friendly al mondo. Gli americani possono spostarsi liberamente sul territorio e svolgere con gli amici animali qualsiasi attività.

Per chi arriva dall'Europa o altri Stati è fondamentale organizzarsi per tempo per sopperire a tutte le pratiche burocratiche<sup>73</sup> relative al viaggio e all'ingresso del pet nel

<sup>66</sup> Deve essere effettuata conformemente all'allegato III, del Regolamento (UE) 576/2013, ai sensi dell'articolo 7 del Regolamento (UE) 576/2013,

<sup>67</sup> ai sensi dell'articolo 7 del Regolamento (UE) 576/2013,

<sup>68</sup> di età inferiore alle 12 settimane e non vaccinati per la rabbia o che, seppur vaccinati e di età compresa tra le 12 e 16 settimane, non soddisfino ancora le condizioni di validità della vaccinazione.

<sup>69</sup> [http://ec.europa.eu/food/animals/pet-movement/eu-legislation/young-animals\\_en](http://ec.europa.eu/food/animals/pet-movement/eu-legislation/young-animals_en)

<sup>70</sup> [http://www.pettravel.com/destinations/USA\\_NA.cfm](http://www.pettravel.com/destinations/USA_NA.cfm)

<sup>71</sup> [http://www.portamiconte.info/?page\\_id=683](http://www.portamiconte.info/?page_id=683)

<sup>72</sup> Il trasporto di animali è soggetto alle regole dello I.A.T.A. per il trasporto di animali

<sup>73</sup> <https://www.state.gov/m/psi/tc/c10442.htm>

territorio americano. Ogni compagnia aerea inoltre applica specifici regolamenti interni, per cui è importante informarsi con dovuto anticipo prima della partenza.

In Francia, Parigi è rinomata per la sua cultura pet friendly<sup>74</sup>. Fido può accedere a ristoranti e fast food o, se di piccola taglia, può viaggiare liberamente nei mezzi pubblici e in metro. Anche alcuni taxi ammettono cani, ma esistono ormai anche i Taxi Dog. Nei parchi della capitale francese i cani hanno a disposizione aree dedicate in cui correre liberi.

Anche ad **Amsterdam**<sup>75</sup> considerata la città più tollerante del mondo anche nell'accoglienza dei pet, nei parchi cittadini sono disponibili aree in cui lasciar liberi di correre i cani.

### Italia pet friendly

Secondo un'indagine<sup>76</sup> del 2014 sugli Stati più pet Friendly, l'Italia non compariva fra i primi 10 Paesi amanti degli animali. Mentre in altri Paesi (Francia, Svezia, Irlanda, Olanda, Svizzera) già da alcuni anni gli animali possono accedere nei luoghi pubblici, nei centri commerciali e nei ristoranti e hanno luoghi dedicati nelle città, come parchi e aree di sgambo, l'Italia si è orientata solo recentemente verso politiche di accoglienza e accettazione degli animali.

**L'Italia è al primo posto per l'ospitalità dei pet**

In poco tempo, però, la situazione nel nostro Paese è migliorata, complice probabilmente l'input delle strutture turistiche.

Già agli inizi del 2015, infatti, sebbene posizionata agli ultimi posti l'Italia era inclusa nella classifica stilata da una società di ricerca e organizzazione viaggi online<sup>77</sup> dei Paesi amanti degli animali, grazie all'elevato numero di strutture turistiche pet friendly.

E infatti, dall'estate 2015 l'Italia ha scalato questa particolare classifica fino ai primi posti!

Secondo una ricerca<sup>78</sup> di Hotel Tonight, società che offre vacanze e prenotazioni alberghiere last minute, in Italia le strutture pet friendly sono oggi il 49,7%, valore superiore alla media mondiale (che si attesta al 37%), ed europea, (al 40%) e persino agli Stati Uniti (48%), pionieri nell'ospitalità dei pet e da molti anni all'avanguardia nell'accoglienza turistica.

Nei primi mesi del 2017 anche secondo Booking.com<sup>79</sup>, altro famoso portale per le prenotazioni alberghiere, i numeri delle strutture disponibili a ospitare i pet sono maggiori in Italia: il 57% (67249 su un totale di 116.978). Dato importante anche rispetto agli Stati europei più moderni ed evoluti nella gestione e accoglienza dei pet, come Svizzera che registra il 52,4% delle strutture pet friendly (5345 su 10181), Austria 52,6% (11829 su totale 22470) e Germania 52,3% (22088 su 42169).

Significa evidentemente che l'Italia è un Paese rispettoso degli animali, disponibile ad accogliere le esigenze dei proprietari e valorizzare il ruolo che i quattro zampe ricoprono.

Ciononostante c'è ancora molto da fare. È tempo infatti che le normative e la legislazione si adeguino ai tempi, a supporto di una cultura pet friendly e di un più maturo senso civico.

<sup>74</sup> <http://www.viaggiamo.it/classifica-citta-pet-friendly-in-europa/>

<sup>75</sup> <http://www.viaggiamo.it/classifica-citta-pet-friendly-in-europa/>

<sup>76</sup> <http://www.vanityfair.it/lifestyle/animali/14/08/06/paesi-pet-friendly-classifica>

<sup>77</sup> <http://www.kayak.it/news/463/>

<sup>78</sup> [https://www.hoteltonight.com/it/?gclid=Cj0KEQiAisy1BRD7\\_YSGpduD2cEBEiQAPR3UuE90ksQhVsGWSNddV1XsEsij1bYO0S3MQKk8B76F58UcaAmMm8P8HAQ](https://www.hoteltonight.com/it/?gclid=Cj0KEQiAisy1BRD7_YSGpduD2cEBEiQAPR3UuE90ksQhVsGWSNddV1XsEsij1bYO0S3MQKk8B76F58UcaAmMm8P8HAQ)

<sup>79</sup> <http://www.booking.com/>

Area Salute

## RICERCHE E AGGIORNAMENTI SUI BENEFICI DEI PET PER L'UOMO

### Benefici per la salute grazie ai pet

Per i possessori di animali da compagnia, gli amici a quattro zampe sono amati membri della famiglia con cui condividere un rapporto reciprocamente vantaggioso: gli uni fanno del bene agli altri.

Infatti, se cani, gatti e altri piccoli animali sono considerati migliori amici dell'uomo è anche grazie ai numerosi benefici che apportano quotidianamente alla vita dei proprietari. Oltre a far provare emozioni positive, contribuiscono al nostro benessere fisico: sono numerose le ricerche che lo dimostrano.

Secondo un recente articolo<sup>1</sup> la scienza ricerca conferme per sostenere la speciale capacità dei pet di stabilire con gli esseri umani forti legami i cui benefici più evidenti sono l'amore e la compagnia.

La premessa è che il pet sia in perfetta forma e propriamente educato e che la persona che deve prendersene cura svolga questo compito in maniera corretta, provvedendo quindi alla sua educazione, salvaguardando la sua salute e appagandone tutte le necessità: alimentazione, riparo, igiene, gioco, socialità, passeggiate quotidiane per i cani.

Fatta questa premessa, l'articolo sostiene che gli animali d'affezione possano contribuire al benessere delle persone: con loro ci si sente al sicuro<sup>2</sup> e si trae vantaggio dal fatto che trasmettano amore incondizionato. Prendersi cura di loro può rappresentare uno scopo per il proprietario e riempire le sue giornate. Ulteriori benefici derivano dalle attività (anche fisiche) svolte insieme all'animale d'affezione. Andare a passeggio con il cane, in particolare, favorisce la socialità, dal momento che durante la passeggiata si incontrano sempre altre persone.

### Un pet migliora lo stato d'animo

La sola presenza dell'animale migliora lo stato d'animo dell'umano. I benefici emotivi procurati dalla vita assieme a un pet producono<sup>3</sup> effetti fisiologici e biologici nel cervello tali da ridurre la risposta allo stress e all'ansia, in quanto possono influenzare il livello di respirazione, la pressione sanguigna o il consumo di ossigeno.

È inoltre ormai noto che il livello di ossitocina, ormone che contribuisce a farci sentire bene e di buon umore, viene potenziato quando uomo e pet interagiscono. Questo è davvero affascinante, poiché la chimica gioca un ruolo in questo importante legame sociale e affettivo.

### Vantaggi di possedere un animale

L'associazione inglese Pet Health Council<sup>4</sup> si occupa di tutela animale e sostiene che un pet sano è anche felice e che, se è felice, può aiutare anche il pet-owner a godere di una

<sup>1</sup> Articolo pubblicato nel 2016, in occasione del lancio del Report *Get Healthy, Get a Dog* dall'Harvard Medical School (Università di Harvard), *sul loro portale* <http://www.health.harvard.edu/staying-healthy/the-health-benefits-and-risks-of-pet-ownership>

<sup>2</sup> Harvard Health Letter, Psychiatrist, Articolo a firma del Dr. Greg Fricchione, director of the Harvard-affiliated Benson-Henry Institute for Mind Body Medicine (Istituto psichiatrico americano.) *We do best medically and emotionally when we feel securely attached to another; because we're mammals and that's the way we've evolved,*

<sup>3</sup> Secondo l'Harvard-affiliated Benson-Henry Institute, *Get Healthy, Get a Dog*, a new Special Health Report from Harvard Medical School <http://www.health.harvard.edu/staying-healthy/the-health-benefits-and-risks-of-pet-ownership>

<sup>4</sup> <http://www.pethealthcouncil.co.uk>

I pet  
apportano  
benessere  
fisico ed  
emotivo

vita molto più completa e più gratificante. Con questo presupposto, l'associazione evidenzia una serie di vantaggi di possedere un pet, citando vari studi<sup>5</sup> realizzati in tutto il mondo da oltre trent'anni sulla relazione uomo-animale.

### Superare le malattie

Gli animali d'affezione possono contribuire ad accelerare il recupero dopo una grave malattia.

Secondo una pubblicazione del 2013 apparsa recentemente su una rivista scientifica americana<sup>6</sup>, possedere un pet è indice di maggiore sopravvivenza in seguito ad un attacco cardiaco. I pazienti proprietari di cani o gatti hanno maggiori possibilità di sopravvivere per più di un anno dopo un attacco di cuore.

### I cani fanno bene al cuore

Una delle ricerche<sup>7</sup> citate nell'articolo ha coinvolto 30 pazienti di una clinica americana affetti da ipertensione, invitati, senza obbligo, ad adottare un cane da un rifugio. Sono stati monitorati dopo 2 e dopo 5 mesi dalla proposta. Nei pazienti che hanno accettato di adottare il cane, la pressione sistolica è diminuita maggiormente rispetto agli altri pazienti. Dopo il secondo controllo, tutti e 30 i partecipanti avevano adottato un cane.

La differenza di risultati ottenuti tra pazienti non poteva essere spiegata da altri fattori (ad esempio lo svolgimento di esercizio fisico extra), ma dipendeva proprio dal possesso di un pet. Le conclusioni hanno portato a dire che chi soffre di patologie cardiovascolari può trarre vantaggio dalla compagnia di un pet, aumentando l'aspettativa di vita.

### Con un cane si vive più a lungo

Grazie agli spunti positivi dei risultati di questa ricerca, nel mese di febbraio 2017 è partito anche in Italia<sup>8</sup> un progetto di pet-therapy che ha coinvolto i pazienti del reparto cardiologia di un ospedale lombardo, ai quali gli specialisti hanno suggerito di adottare un cane, mostrando loro gli esiti dello studio americano e i vantaggi<sup>9</sup>: oltre a incoraggiare una maggiore attività fisica nel proprietario, la presenza di un pet contribuisce alla diminuzione della pressione sanguigna e in generale a una miglior circolazione del sangue; diminuisce lo stress e, nei pazienti con sindrome coronarica acuta garantisce tassi di sopravvivenza più elevati. In pratica, con un cane si vive più a lungo!

### Prevenire ipertensione e malattie cardiache

In tre differenti Studi<sup>10</sup> il primo dei quali ha coinvolto ben 5741 pazienti di una clinica australiana specializzata in malattie cardiache, è emerso che la pressione sistolica dei proprietari di animali era significativamente più bassa rispetto a quella dei non proprietari, nonostante indice di massa corporea (BMI) e profilo socio-economico simile.

<sup>5</sup> <http://www.pethealthcouncil.co.uk/people-and-pets>

<sup>6</sup> Articolo pubblicato sulla rivista scientifica Circulation, <http://circ.ahajournals.org/content/127/23/2353>

<sup>7</sup> Allen K. Dog ownership and control of borderline hypertension: a controlled randomized trial. Presented at: 22nd Annual Scientific Sessions of the Society of Behavioral Medicine; March 24, 2001; Seattle, WA

<sup>8</sup> Presso il Centro Cuore degli Istituti Iseni Sanità di Malpensa

<sup>9</sup> Allen K. Dog ownership and control of borderline hypertension: a controlled randomized trial. Presented at: 22nd Annual Scientific Sessions of the Society of Behavioral Medicine; March 24, 2001; Seattle, WA

<sup>10</sup> Anderson WP, Reid CM, Jennings GL Pet ownership and risk factors for cardiovascular disease. Med J Aust. 1992; Dembicki D, Anderson J. Pet ownership may be a factor in improved health of the elderly. J. Nutr. Elder. 1996;15:15-31. doi: 10.1300/J052v15n03\_02. ];

Lentino C, Visek AJ, McDonnel K, DiPietro L. Dog walking is associated with a favorable risk profile independent of moderate to high volume of physical activity. J. Phys. Act. Health. 2012;9:414-420.

La riduzione della pressione arteriosa grazie alla presenza di un pet è equivalente a quella ottenuta con una dieta povera di sale o eliminando il consumo di alcol.

Questo effetto, isolato nei diversi gruppi di pazienti che hanno partecipato alle ricerche, non poteva essere spiegato da differenze nella dieta, dal fumo o dall'appartenenza a differenti gruppi socio-economici; era invece evidente una correlazione tra la riduzione della pressione arteriosa e la presenza in famiglia di un pet. I proprietari di animali risulterebbero quindi meno soggetti ad attacchi di cuore legati all'ipertensione.

Nei proprietari di cani coinvolti nello studio australiano<sup>11</sup>, sono stati controllati altri due fattori che possono influenzare le malattie cardiache: il colesterolo totale, inferiore (201 rispetto a 206 mg / dL) rispetto ai non proprietari, e la presenza di trigliceridi nel sangue (108 rispetto a 125 mg / dL).

### Vantaggi psicologici

Uno Studio<sup>12</sup> del 2013 svolto dai ricercatori dell'Università del Maryland ha evidenziato che l'interazione con i cani contribuisce alla conservazione della salute mentale negli anziani e a migliorare in generale la salute fisica delle persone affette da demenza senile.

La ricerca prevedeva due sessioni di interventi assistiti con animali da 60-90 minuti alla settimana, per tre mesi, durante le quali 40 anziani residenti in una casa di riposo interagivano con cani terapeuti. I risultati sono stati molto positivi: gli anziani coinvolti nel progetto hanno tratto giovamento ed evidente riduzione della depressione. Con i cani sono stati invogliati a svolgere maggiore attività fisica.

Un ulteriore studio<sup>13</sup>, citato dall'associazione Pet partners<sup>14</sup> a supporto dei benefici psicologici del forte legame tra uomo e animale, ha coinvolto i pazienti ricoverati in ospedale in seguito a un intervento di artroplastica<sup>15</sup> totale. Grazie alla presenza dei cani terapeuti nel reparto in cui erano ricoverati dopo l'operazione, hanno mostrato maggior sopportazione del livello di dolore e soddisfazione della permanenza in ospedale rispetto agli altri pazienti che non hanno interagito con gli animali.

### Benefici sociali a malati e anziani

Il fatto di non doversi più prendere cura di figli o nipoti ormai adulti può essere, per gli anziani, causa di disagio, isolamento e solitudine, che solo la presenza di un pet può alleviare, fornendo uno scopo alla vita quotidiana, alimentando sentimenti positivi e una forte sensazione di appagamento.

Per le persone affette da malattie fisiche o psichiche prendersi cura, anche se per poche ore, di un pet provoca buonumore, felicità e benessere generale. Secondo alcuni

**I vantaggi di avere un pet accanto sono sia fisici sia psicologici**

<sup>11</sup> nota 10

<sup>12</sup> Erika Friedmann, PhD, Elizabeth Galik, PhD, CRNP, Sue A. Thomas, PhD, RN, P. Sue Hall, RN, MS, Seon Yoon Chung, RN, MSN, Sandra McCune, PhD, VN, BA Evaluation of a Pet-Assisted Living Intervention for Improving Functional Status in Assisted Living Residents With Mild to Moderate Cognitive Impairment A Pilot Study, pubblicato su <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1533317514545477>

Ricerca presentata alla conferenza triennale di IAHAIO International Association of Human-Animal Interaction Organizations - "IAHAIO 2013: Humans and animals: The inevitable bond"

<sup>13</sup> Harper CM, Dong Y, Thornhill TS, et al. Can therapy dogs improve pain and satisfaction after total joint arthroplasty? A randomized controlled trial. *Clinical Orthopaedics and Related Research* 2014;473(1):372-79.

<sup>14</sup> <https://petpartners.org/learn/benefits-human-animal-bond/>

<sup>15</sup> Ricostruzione operatoria di un'articolazione



esperti<sup>16</sup> i pet sono meglio di un farmaco antidepressivo e in più contribuiscono a migliorare la salute. Essi offrono affetto in cambio di comfort, alimentazione adeguata e amore. Questo per molti pazienti è facile da comprendere e per questo traggono benefici terapeutici ed emotivi dalla compagnia dei pet.

In alcune case di riposo e ospedali in cui sono state attivate sessioni di attività con animali per i pazienti, è migliorato il morale anche di tutto il personale.

### **Bambini più attenti e socievoli grazie ai pet**

Secondo uno studio citato dal Pet Health Council<sup>17</sup>, alcuni bambini con difficoltà di apprendimento hanno potuto beneficiare dell'interazione con gli animali, dimostrando quanto la presenza di un cane durante il progetto educativo potesse contribuire a convogliare l'attenzione dei bambini e la reattività verso il suggerimento del terapeuta. In poche parole, a tutti gli effetti, il cane può contribuire ad aumentare la capacità di attenzione dei bambini.

Un'altra ricerca<sup>18</sup> dell'università del Queensland, Australia, riportata anche sul sito dell'associazione Pet partners<sup>19</sup>, evidenzia come la presenza di un animale può favorire la socializzazione anche tra i bambini con disturbo dello spettro autistico (ASD).

Quest'ultimo studio ha coinvolto novantanove bambini di diverse scuole australiane, divisi in gruppi in cui era sempre presente un bambino con disturbo dello spettro autistico.

In alcuni gruppi i bambini potevano utilizzare dei giocattoli, in altri potevano interagire con dei porcellini d'india.

In presenza dei piccoli animali, i partecipanti con ASD hanno mostrato un approccio più socievole (parlare, guardarsi negli occhi, contatto con altri bambini) rispetto ai loro coetanei che invece interagivano con dei giocattoli.

I bambini dei gruppi in cui erano presenti i porcellini d'india, oltre a essere più socievoli, sorridevano e ridevano più spesso durante il progetto, mentre i casi di malumore, pianto o lamentela erano più frequenti nei "gruppi con i giocattoli".

### **Aiuti nei rapporti sociali: i rompighiaccio**

Per gli adulti socializzare e fare nuove amicizie può essere difficile, ma solo se non si ha un animale che può aiutare a *rompere il ghiaccio*<sup>20</sup> quando si incontrano sconosciuti.

Secondo uno studio<sup>21</sup> la presenza di un pet contribuisce a rafforzare o creare rapporti sociali.

<sup>16</sup> Ingrid Collins, psicologa consulente presso il Medical Centre di Londra - <http://www.telegraph.co.uk/good-news/seven-seas/benefits-of-owning-a-pet/> e [http://www.pethealthcouncil.co.uk/images/stories/PHC\\_Health%20Benefits%20of%20Pets.pdf](http://www.pethealthcouncil.co.uk/images/stories/PHC_Health%20Benefits%20of%20Pets.pdf)

<sup>17</sup> <http://www.pethealthcouncil.co.uk/people-and-pets>

<sup>18</sup> O'Haire ME, McKenzie SJ, Beck AM, Slaughter V (2013). Social Behaviors Increase in Children with Autism in the Presence of Animals Compared to Toys. PLoS ONE 8(2): e57010.

<http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0057010>

<sup>19</sup> Articolo <https://petpartners.org/learn/benefits-human-animal-bond>

<sup>20</sup> Già 30 anni fa si definiva tale il contributo sociale del cane quale agevolatore per iniziare una conversazione con persone sconosciute: social 'ice-breakers' nello Studio Newby J (1997) *The Pact for Survival: Humans and their Companions* Sydney: ABC Books. 280 p.

<sup>21</sup> *The Pet Factor - Companion Animals as a Conduit for Getting to Know People, Friendship Formation and Social Support*

### Gli animali da compagnia sono dei rompighiaccio

Per i proprietari di cani, frequentare le lezioni di educazione cinofila o semplicemente uscire quotidianamente per la passeggiata, porta per forza di cose a interagire con altri proprietari e con altri amanti degli animali.

Inoltre, le passeggiate quotidiane con Fido contribuiscono a mantenersi in forma, grazie alla regolarità dell'esercizio, a basso impatto, quindi ideale per tutti!

Uno studio internazionale<sup>22</sup> ha coinvolto, attraverso un sondaggio telefonico, un campione casuale di più di 2500 adulti residenti in diversi Stati e città, da Perth (Australia) a San Diego, da Portland a Nashville (Stati Uniti). È emerso che uno dei primi cinque modi per incontrare nuove persone è la passeggiata con il proprio cane.

In generale i proprietari di animali da compagnia dichiarano di conoscere un maggior numero di nuove persone del proprio quartiere rispetto ai non proprietari. La ricerca ha evidenziato anche che i possessori di cani svolgono maggiore attività fisica, più giorni a settimana.

Questo è confermato anche da un recente sondaggio<sup>23</sup> realizzato da una catena pet shop inglese, dai cui dati emerge che il 36% dei proprietari dichiara di essere dimagrito da quando ha adottato il cane e che i bambini che vivono con un pet sono più attivi (66%) dei loro coetanei.

### Pet therapy nei pazienti con fibromialgia

Un recente studio americano<sup>24</sup> ha dimostrato gli effetti positivi della presenza di alcuni cani nelle sale d'attesa di un ambulatorio di una clinica specializzata nella cura della fibromialgia, malattia che provoca dolore, sofferenza e spesso depressione.

I pazienti, tutti adulti ai quali era stata diagnosticata la fibromialgia, sono stati reclutati attraverso un invito affisso nella sala d'attesa della clinica in cui si annunciava la possibilità di passare assieme a un cane il tempo precedente la visita medica. Il campione complessivo era composto da 32 pazienti che avevano accettato di interagire con i cani in attesa della visita, mentre il gruppo di controllo includeva 15 pazienti che attendevano in sala d'attesa senza i cani.

I dati ottenuti da questo studio indicano che il 34% dei pazienti che hanno interagito con i cani ha evidenziato miglioramenti significativi per quanto riguarda il dolore, l'umore, il disagio durante l'attesa, mentre, nel gruppo che non ha avuto il supporto dei cani, solo il 4% ha dichiarato di sentirsi meglio.

L'interazione con i cani può fornire supporto al trattamento medico per pazienti ambulatoriali di fibromialgia con una significativa riduzione del dolore e dell'angoscia. Questi miglioramenti sintomatici prima di appuntamenti per la valutazione e il trattamento del dolore possono aiutare a preparare i pazienti alla visita medica vera e propria.

---

Lisa Wood,1,\* Karen Martin,1 Hayley Christian,2 Andrea Nathan,3 Claire Lauritsen,1 Steve Houghton,4 Ichiro Kawachi,5 and Sandra McCune6  
Bert N Uchino, Academic Editor

<sup>22</sup> University of Western Australia, <http://www.news.uwa.edu.au/201307305916/events/make-new-friends-walk-dog>

<sup>23</sup> <http://petreport.petsathome.com/#chapter-2> - Survey conducted by Mustard Research on behalf of Pets at Home, June 2015

<sup>24</sup> Impact of Animal-Assisted Therapy for Outpatients with Fibromyalgia Dawn A. Marcus, Cheryl D. Bernstein, Janet M. Constantin, Frank A. Kunkel, Paula Breuer, and Raymond B. Hanlon, 2013 pubblicato su <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3666031/>

Quella con i cani può essere considerata una terapia complementare preziosa per i pazienti affetti da questa patologia.

### **Animali d'affezione fondamentali per la fragilità psicologica**

Un'altra ricerca<sup>25</sup> inglese ha evidenziato quanto, per alcuni proprietari psicologicamente fragili, sia fondamentale avere un pet accanto.

Il team di ricercatori ha coinvolto 54 volontari proprietari, con diversi problemi di salute mentale (come ad esempio schizofrenia, bipolarismo) per osservare in che modo gli animali potessero aiutarli nella vita quotidiana. È emerso che la maggior parte (il 60%) colloca il proprio amico quattrozampe al vertice di quella che possiamo definire cerchia di persone di supporto. Per il 20% i pet sono al secondo posto.

**I pet sono  
un toccasana  
per la salute  
mentale**

Questi proprietari ritengono che il proprio pet svolga un ruolo importantissimo nella loro vita. Considerano ad esempio positivo che la sola presenza del pet li aiuti a gestire la vergogna in alcune situazioni e che, in generale, l'amico quattrozampe li accetti sempre, senza mai giudicare.

La compagnia dei pet è considerata fondamentale soprattutto nei momenti difficili, di crisi, per il loro supporto incondizionato che spesso non arriva da parenti, amici o dalla società. Ecco perché cani e gatti sono importanti per la loro stabilità.

Secondo lo Studio gli animali sono un vero toccasana per la salute mentale degli esseri umani, ai quali donano affetto, ma anche stabilità emotiva e quindi possibilità di lenire i disturbi e i traumi psicologici.

I ricercatori hanno evidenziato quanto sia importante il supporto dei pet nella gestione di problemi mentali a lungo termine. Per le persone psicologicamente fragili i propri animali sono indispensabili per l'emotività in quanto svolgono un'attività di pet therapy continuativa, nella vita quotidiana.

<sup>25</sup> Helen Brooks Email, Kelly Rushton, Sandra Walker, Karina Lovell and Anne Rogers, - Ontological security and connectivity provided by pets: a study in the self-management of the everyday lives of people diagnosed with a long-term mental health condition  
Studio pubblicato su BMC PsychiatryBMC series Published: 9 December 2016,  
<https://bmcp psychiatry.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12888-016-1111-3>

## I PROPRIETARI DEI PET E I VETERINARI: UNA RICERCA DELL'ASSOCIAZIONE NAZIONALE MEDICI VETERINARI ITALIANI (ANMVI)

ANMVI<sup>26</sup> ha recentemente presentato i risultati dell'indagine 2017 sui proprietari<sup>27</sup> di animali d'affezione clienti/pazienti dei veterinari, giunta alla sua terza edizione dopo le ricerche del 2007 e del 2011.

### Identikit del proprietario

Dai dati emerge il profilo del proprietario italiano e delle famiglie che ospitano i pet; si delineano le nuove abitudini nella scelta dell'animale, del veterinario, le preferenze per l'alimentazione del pet e il livello di fiducia nel rapporto con il veterinario da cui dipendono attenzione e responsabilità del pet-owner. Il quadro complessivo che ne deriva è molto interessante.

### Il pet-owner? È donna!

Genere ed età			
	2017	2011	2007
<b>Totale pet owner clienti</b>	<b>1003</b>	<b>1000</b>	<b>1001</b>
Uomini	31,5%	26,7%	24,7%
Donne	68,5%	73,3%	75,3%
Meno di 25 anni	8,2%	10,2%	9,5%
25 - 34	7,2%	7,2%	9,7%
35 - 44	14,8%	15,0%	15,1%
45 - 54	23,7%	23,8%	22,7%
55 - 64	22,5%	22,1%	21,3%
65 - 74	13,0%	14,0%	15,7%
75 anni e oltre	10,7%	7,5%	5,9%
Non indica	0,0%	0,2%	0,2%
<b>Media</b>	<b>52,70</b>	<b>50,62</b>	<b>50,17</b>

Il 68,5% dei proprietari di pet italiani è donna, il 31,5% è uomo; negli ultimi dieci anni tuttavia la percentuale di uomini proprietari di animali è nettamente aumentata, passando da 24,7% al 31,5% a dimostrazione di una evoluzione culturale solo pochi anni fa impensabile.

### Le famiglie dei pet

Il nucleo familiare dei pet owner è composto da una media di 2,8 componenti, che risulta superiore alla media nazionale di 2,4 persone. Tuttavia, in linea con l'andamento demografico nazionale, anche quelle che ospitano pet, sono famiglie meno numerose rispetto al passato. Dieci anni fa la media era di 3,15 componenti.

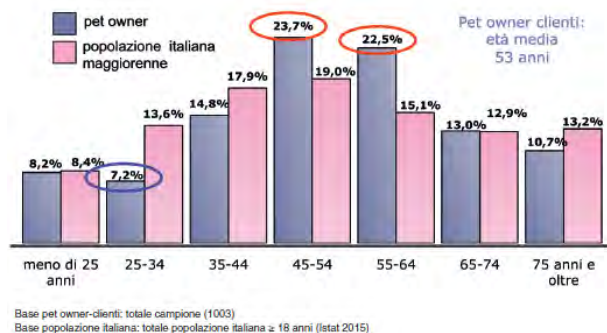
Il 34,3% delle famiglie con animali è un nucleo composto da due persone; il 24,1% da tre persone e il 22,4% da quattro persone.

In generale sono presenti più pet nelle famiglie più numerose e residenti nei comuni più piccoli; nelle case di chi svolge un lavoro autonomo e in quelle in cui vivono animali da maggior tempo. La stragrande maggioranza di proprietari di animali, (78,9%) appartiene a nuclei familiari senza bambini sino a 12 anni, dato in aumento del 4% rispetto a dieci anni fa. Solo all'interno del 10% delle famiglie con pet, ci sono anche bambini piccoli.

<sup>26</sup> Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani

<sup>27</sup> Indagine realizzata da: Antonella Cassinari - Research & Consulting (associata SOMAR) Realizzazione interviste: K-Research (associata ESOMAR e ASSIRM) CAMPIONE Numerosità: (1003) individui che si occupano prevalentemente della cura del pet, rappresentativi di altrettante famiglie Estensione: nazionale

Le famiglie con animali composte da un unico componente sono aumentate di 2,4 punti in dieci anni, passando da 8,4% a 11,1%; in crescita anche i nuclei famigliari composti da due individui che nel 2007 erano il 23,3%.



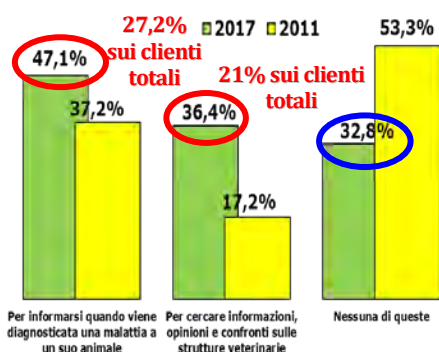
L'età media è 53 anni. Il 23,7% ha un'età compresa tra i 45 e i 54 anni; il 22,5% tra 55 e 64 anni. Ne deriva che quasi la metà dei pet owner ha tra i 45 e 64 anni. Il 30% ha meno di 45 anni, il 23% è ultrasessantacinquenne.

Per quanto riguarda la scolarizzazione, i proprietari di animali hanno prevalentemente un diploma superiore (42%, mentre dieci anni fa i diplomati erano il 31,7%) o diploma inferiore (29,1%). I laureati sono aumentati: erano il 10% nel 2007, ora sono il 18,5%. Pochissimi ormai i proprietari con la sola licenza elementare (9,8%).

A livello occupazionale emerge che il 40% dei proprietari svolge una professione; le casalinghe rappresentano il 20,6% mentre i pensionati sono il 27,6%.

### Sempre più sul Web

I pet owner clienti dei veterinari italiani utilizzano



Le prime due risposte sono multiple.

Grafico - L'utilizzo del web per valutare le diagnosi dei veterinari e le strutture di cura

	2017	2011
<b>Totale pet owner clienti</b>	<b>1003</b>	<b>1000</b>
Abitualmente	37,5%	38,3%
Occasionalmente	20,3%	13,9%
Mai	42,2%	47,8%
<b>User internet</b>	<b>57,8%</b>	<b>52,2%</b>

**I proprietari di pet scelgono il web per informarsi**

Sempre più proprietari di animali d'affezione utilizzano il web per informarsi.

In linea con i dati Istat 2015 secondo cui il 58% degli italiani utilizza Internet, i proprietari che navigano in rete (abituamente oppure occasionalmente) sono il 57,8%. Globalmente sono aumentati di circa 5 punti passando dal 52,2% del 2011 al 57,8% del 2017.

Utilizza Internet regolarmente il 37,5%; il 20,3% casualmente, in crescita rispetto al 2011.

## AREA SALUTE

Superiore agli altri target l'utilizzo di Internet fra i proprietari anche di small pet (66,7%, di cui 45,5% abitualmente).

Si riscontra, invece, una quota inferiore di user fra i clienti:

- che hanno gatti (solo gatti, non user 48,9%)
- senza un veterinario di fiducia (55,7%)

Fra i proprietari che utilizzano il web, il 47,1% (il 27,2% di tutto il campione, 1 cliente su 4) lo usa come strumento di informazione anche per valutare una malattia diagnosticata al proprio animale. Nel 2011 questa percentuale era del 37,2%.

Chi cerca online informazioni o valutazioni sulle strutture veterinarie è il 21% di tutti i clienti ed il 36,4% fra quelli che utilizzano Internet. Questo ultimo valore è aumentato in modo significativo negli ultimi cinque anni, nel 2011 era solo il 17,2%.

AREA SALUTE

Passione per cani e gatti



Base: totale campione (1003)

Le specie che vivono nelle famiglie italiane			
	2017	2011	2007
<b>Totale pet owner clienti</b>	<b>1003</b>	<b>1000</b>	<b>1001</b>
Cani	66,0%	64,5%	62,9%
Gatti	52,0%	44,5%	46,0%
Conigli	1,4%	3,0%	2,6%
Criceti	0,2%	0,8%	1,3%
Furetti	0,0%	0,0%	0,1%
Altri piccoli roditori	0,3%	0,9%	1,3%
Tartarughe	1,2%	1,9%	3,2%
Altri rettili	0,0%	0,3%	0,2%
Anfibi	0,0%	0,1%	0,3%
Volatili taglia medio-grande	1,3%	1,8%	1,7%
Altri uccelli	2,0%	4,0%	6,2%
Pesci	1,3%	2,0%	3,3%
Invertebrati	0,1%	0,0%	0,0%

La quasi totalità del campione intervistato (il 99,9%), ha un cane e/o un gatto; solo 0,1% ha solo un piccolo animale (roditore, altro).

Il numero di pet che vivono in famiglia			
	2017	2011	2007
<b>Totale pet owner clienti</b>	<b>1003</b>	<b>1000</b>	<b>1001</b>
Uno	58,4%	59,4%	58,9%
Due	19,9%	19,0%	18,9%
Tre	7,8%	8,9%	8,7%
Quattro	4,1%	3,5%	3,6%
cinque	2,6%	2,9%	3,3%
Più di cinque	-	-	6,6%
Da sei a dieci	5,7%	4,4%	-
Più di dieci	1,5%	1,9%	-
<b>Media</b>	<b>2,11</b>	<b>2,09</b>	<b>2,22</b>

Negli ultimi dieci anni è costante il dato sulla presenza di almeno un pet in quasi sei case su dieci.

Quali pet ci sono nelle case degli italiani?

In media (2,11), nella stessa famiglia abitano due animali, nel 20% dei casi i pet sono due. I proprietari che hanno sia cani che gatti e quelli che hanno adottato anche *small pet* arrivano in media a ospitare 4 animali.

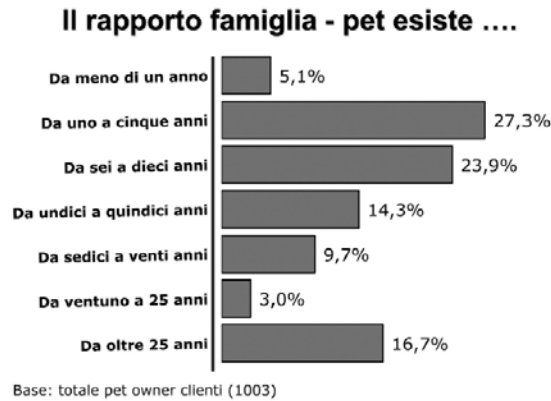
Rispetto alla prima indagine del 2007, nelle famiglie con animali i cani sono aumentati dal 62,9% al 66%. Probabilmente, per la facilità di accudimento, per i gatti l'aumento è maggiore: dal 46% al 52%.

I felini risultano più amati dai single (65,8%), dai pensionati (57%) e dalle donne laureate (56,8%).

Il cane è adottato soprattutto dagli uomini (70,9%), dai giovani (77%) e dai lavoratori autonomi (70,8%), nei comuni più piccoli (73,1%), nelle famiglie più numerose (81,3%) e con bambini (73,3%) e tra le donne casalinghe (70%)

Al sud e nelle isole preferiscono i cani, mentre al centro sono i gatti i pet prediletti dalle famiglie.

**Da quanto tempo hai un pet?**



Il 27,3% degli intervistati convive con un pet da 1 a 5 anni, il 23,9 da 6 a 10 anni. E' interessante notare come nel 20% dei possessori di pet il rapporto tra famiglia e mondo degli animali da compagnia sia consolidato, risalendo ad almeno 20 anni.

Il numero dei proprietari che hanno un pet da 10 anni è in aumento rispetto al passato. Il 5% è neoproprietario da meno di un anno. Ciò significa che ogni anno una percentuale rilevante di famiglie decide di adottare un pet. Inoltre, considerando che il 16,7% delle famiglie ha un pet da oltre 25 anni e che il numero dei pet è stabile, significa che quando un animale non c'è più, ne viene adottato subito un altro.

**Pet lover: il canale d'ingresso in famiglia**

I pet sono stati....			
	2017	2011	2007
<b>Totale pet owner clienti</b>	<b>1003</b>	<b>1000</b>	<b>1001</b>
Acquistato	23,8%	29,4%	30,4%
Trovato vagante	33,8%	28,7%	30,7%
Canile - Gattile	12,3%	10,2%	7,2%
Regalo	40,9%	43,5%	45,3%
Associazioni	1,6%	1,5%	0,7%
Altro	2,9%	0,0%	0,0%
Nati in casa	-	1,5%	-
Altre forme di adozione	-	0,3%	0,2%
Non sa/non risponde	0,0%	0,2%	0,0%
Pet owner che hanno adottato animali	45,4%	38,8%	37,7%

Gli italiani amano da sempre gli animali, ma la loro cultura di pet lover si è evoluta nel corso degli ultimi anni. In linea con una cresciuta sensibilità nei confronti dei diritti degli animali, che favorisce la disponibilità ad accogliere quelli in difficoltà e a strutturare forme di intervento privato e pubblico in loro favore, è mutato il canale d'ingresso in famiglia dei pet. Sono infatti in aumento le adozioni di trovatelli mentre si riducono acquisti e regali, (calano del 4% i casi di pet regalati), sebbene questi ultimi siano ancora ragione più frequente (40,9%) di ingresso dei pet in famiglia.



I pet sono stati....			
	2017	2011	2007
<b>Tot. pet owner clienti che hanno adottato animali</b>	<b>478</b>	<b>404</b>	<b>386</b>
Trovato vagante	74,5 %	71,0%	79,5 %
Canile - gattile	27,0 %	25,2%	18,7 %
Associazioni	3,5%	3,7%	1,8%
altre forme di adozione	0,0%	0,7%	0,5%

Risposte multiple

I pet sono stati....			
	2017	2011	2007
<b>Totale pet owner clienti</b>	<b>1003</b>	<b>1000</b>	<b>1001</b>
In allevamento	46,9%	31,6%	36,8%
Da un privato	36,4%	33,7%	31,3%
In un pet shop	15,5%	32,3%	31,6%
In un garden center/ipermercato	1,3%	3,1%	3,6%
Fiera/mercato	-	1,0%	0,3%
Altro	6,7%	0,0%	0,0%
non sa/non risponde	0,0%	0,3%	0,3%

Risposte multiple

### Da dove arrivano i pet?

In tutta Italia le adozioni da canili e gattili sono in crescita dal 7,2% del 2007 al 12,3% di oggi e quelle di trovatelli dal 30,7 al 33,8%. Nel Nord Ovest in particolare, negli ultimi dieci anni si è affermato con forza il ruolo svolto da canili e gattili (40,9%) e dalle associazioni (9,1%) per favorire le adozioni.

Sempre in aumento, da dieci anni a questa parte il numero di chi salva direttamente l'animale dalla strada, specialmente: nel Sud e nelle Isole (85,3%), nelle famiglie più numerose (83,8%), tra chi ha più animali (86,4%) e da più tempo (82,5%).

I pet shop che vendono animali sono in diminuzione<sup>28</sup>. Negli ultimi 5 anni sono diminuiti di 7,5 punti, dal 20,7% al 13,2%. Di conseguenza anche il numero di animali acquistati nei punti vendita specializzati è in forte calo, passando dal 31,6% del 2007 al 15,5% di oggi.

In generale, la percentuale di pet acquistati è in diminuzione (dal 30,4% del 2007 al 23,8 del 2017), eccezion fatta per quelli acquistati da allevatori, in aumento dal 36,8% al 46,9%.

I dati dell'ENCI di questi ultimi anni dimostrano un interesse sempre maggiore verso i cani di razza.

E di fatto, ad acquistare sono soprattutto i proprietari di cani (33,1%), giovani (30,3%) e uomini (28,5%), residenti nei piccoli comuni (30,6%). Per acquistare ci si rivolge agli allevatori (46,9%), soprattutto nel Nord Ovest (58,1%, in Piemonte e Val d'Aosta la percentuale è ancora maggiore: 65,4%). Nel Nord Est ci si affida in modo maggiore ai privati (45,3%). Oltre la metà, il 51,6% nel Triveneto.

### Finalmente microchip

L'iscrizione all'anagrafe degli animali d'affezione è obbligatoria<sup>29</sup> per i cani dal 1991 e, finalmente, dall'indagine ANMVI 2017 emerge che 9 su 10 cani di proprietari clienti dei veterinari, sono muniti di microchip. Sono soprattutto i cani che vivono nelle grandi città (91,2%) rispetto a quelli dei comuni medio-piccoli.

<sup>28</sup> Vedi Ricerca Pet Shop Rapporto Assalco Zoomark 2017 nell'area Mercato

<sup>29</sup> La registrazione dei cani nelle banche dati regionali, che confluiscono in quella nazionale, è un obbligo previsto dalla legge n. 281 del 1991 (Legge quadro in materia di animali d'affezione e prevenzione del randagismo) successivamente ribadito e più dettagliatamente chiarito nella sua procedura da ordinanze ministeriali e sancito dall'Accordo 24 gennaio 2013.

AREA SALUTE

Se nel 2007 erano solo il 37,1%, oggi i cani *microchippati* rappresentano l'87,9%. I cani

Registrazione dei cani			
	2017	2011	2007
Tot. proprietari di cani	662	645	630
Microchip	87,9%	74,9%	37,1%
Tatuaggio	2,9%	9,3%	31,1%
Non sono iscritti all'anagrafe canina	9,2%	15,8%	31,7%

Registrazione dei cani				
AREA GEOGRAFICA				
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Tot. proprietari di cani	177	132	130	223
Microchip	93,2%	94,7%	83,8%	82,1%
Tatuaggio	3,4%	1,5%	5,4%	1,8%
Non sono iscritti all'anagrafe canina	3,4%	3,8%	10,8%	16,1%

con il tatuaggio sono meno del 3%, quelli senza identificazione sono meno del 10%. Ma al Sud e Isole i proprietari che dichiarano di non aver iscritto i cani all'anagrafe sono il 16,1%. Ancora troppi!

I cani e il microchip

Significativamente inferiore, infatti, rispetto al Nord, il dato delle regioni centrali e soprattutto meridionali. In Puglia e Calabria un quarto dei proprietari ha ancora cani non iscritti all'anagrafe. Non è chiaro come sia possibile che così tanti proprietari infrangano ancora la legge, nonostante si rivolgano periodicamente al veterinario.

I cani regolarmente registrati sono quelli seguiti più costantemente da un veterinario di fiducia. Esiste quindi una correlazione positiva tra il rapporto con il veterinario e la propensione del proprietario a seguire la normativa in vigore.

Ecco chi sono, invece, i proprietari che **non iscrivono** i cani all'anagrafe:

- appartengono a famiglie più numerose (13,8%) e con bambini (16,2%)
- sono giovani (< 30: 10,6%; 30-45 anni:11,1%)
- dichiarano di avere una minima scolarizzazione (17,7%)
- hanno adottato i cani da meno tempo (12,1%)
- sono donne casalinghe (15,9%)

Per quanto invece riguarda i gatti, per cui l'iscrizione all'anagrafe nazionale non è obbligatoria per legge, l'interesse dei proprietari a questo servizio è diminuito dopo un periodo di interesse alcuni anni fa. Esiste probabilmente la convinzione fra i proprietari che i gatti siano al sicuro dal momento che sempre più frequentemente vivono in casa e i rischi di fughe o smarrimenti sono così ridotti.

## AREA SALUTE

**La scelta del veterinario**

Nove proprietari su dieci si rivolgono abitualmente a un veterinario di riferimento. Quasi tre quarti dei clienti utilizza lo stesso veterinario sia per le visite di routine che per le emergenze.

Gli italiani si confermano negli anni fedeli ad una figura professionale di cui hanno fiducia, passando dall'87,3% dei proprietari che nel 2007 dichiaravano di avere un veterinario di riferimento al 91,5% del 2011 e fino al 93% di oggi. Il restante 7% dei proprietari non si rivolge abitualmente allo stesso veterinario. Si tratta più che altro clienti:

- single (12,6%)
- over 65 (9,3%)

Per la scelta ci si affida al consiglio di un amico o di altri proprietari tramite passaparola (53%), che ha efficacia in misura crescente rispetto a cinque anni fa. Gli altri fattori che incidono nella scelta della struttura veterinaria di riferimento sono la vicinanza a casa (29,7%) e la conoscenza personale (21,3%). Conoscenza personale (26,6%) e passaparola (56,4%) incidono di più al Sud.

<b>La scelta del veterinario: trend e distribuzione sul territorio</b>				
AREA GEOGRAFICA				
	<b>Nord Ovest</b>	<b>Nord Est</b>	<b>Centro</b>	<b>Sud e Isole</b>
<b>Tot. pet owner clienti</b>	<b>290</b>	<b>201</b>	<b>201</b>	<b>311</b>
Hanno un veterinario di fiducia	94,5%	93,0%	94,5%	90,7%
Non l'hanno	5,5%	7,0%	5,5%	9,3%
Si tratta di:				
<b>Totale rispondenti</b>	<b>274</b>	<b>187</b>	<b>190</b>	<b>282</b>
Il veterinario di fiducia è un ambulatorio/studio	85,8%	87,2%	79,5%	82,3%
È una clinica/un ospedale privato	12,8%	11,2%	20,0%	16,3%
È una clinica universitaria	1,5%	1,6%	0,5%	1,4%
<b>Totale pet owner clienti</b>	<b>290</b>	<b>201</b>	<b>201</b>	<b>311</b>
Strutture diverse per routine e emergenze	15,2%	16,9%	16,9%	17,7%
Strutture diverse solo se non reperibile quella di riferimento	10,7%	10,4%	10,4%	10,6%
Stessa struttura	74,1%	72,6%	72,6%	71,7%

La vicinanza a casa è più importante nei grandi comuni (33,7%) e per i proprietari che hanno solo gatti (34,6%).

**La figura del veterinario**

Il 72,8% ha sempre lo stesso riferimento di fiducia anche per visite specialistiche o le emergenze, mentre il 16,7% si rivolge ad altra struttura per prestazioni specialistiche forse ritenendola più adeguata. Il proprietario cambia struttura solo quando non riesce a reperire il veterinario in caso di un'emergenza. Cambiano strutture per le cure di routine e le emergenze soprattutto i pet owner che:

- non hanno un veterinario di fiducia (37,1%)
- laureati (20,5%)
- over 65 (20,8%)
- i proprietari che hanno più di un pet (dal 18,4 al 19%), da 10-25 anni (18,9%)
- residenti nei piccoli comuni (19,2%)

Tra i proprietari di soli gatti, l'86,7% dichiara di avere un veterinario di fiducia, il restante 13,3% non lo ha.

Nelle regioni meridionali si riscontra una quota minore di clienti fidelizzati ad una struttura di cura per i loro pet. Nel Centro (Toscana e Lazio soprattutto) aumenta in modo significativo la scelta di grandi strutture private di cura.

### **Le cliniche private in crescita**

A che tipologia di struttura si rivolge il pet-owner italiano?

Principalmente ad ambulatori o studi (83,7%), anche se questo valore continua a diminuire negli anni. Dieci anni fa costituiva il 91,1%. Continua a crescere invece il riferimento a cliniche o ospedali privati, che dall'8,4% del 2007 è arrivato al 15%.

Poco significativi i numeri riferiti alle cliniche universitarie, anche se è giusto evidenziare la crescita di questa percentuale, arrivata nel 2017 a 1,3%.

Superiore alla media la presenza di un veterinario di fiducia e la scelta di una clinica privata tra gli abitanti delle grandi città e le persone di età compresa tra 30 - 45 anni.

I clienti fissi di una clinica privata sono anche:

- famiglie con bambini (18,6%)
- laureati (21,1%)
- studenti e lavoratori precari e subordinati (19,1%)

In relazione al pet posseduto è sicuramente il proprietario di cani che vanta un rapporto di fiducia più assiduo con il veterinario presso un ambulatorio o studio; chi possiede piccoli animali in percentuale più alta degli altri proprietari si reca presso una clinica universitaria o privata; probabilmente perché ricerca le cure di un veterinario esperto in animali esotici.

### **Professionalità: la caratteristica richiesta al veterinario**

Il veterinario e tutto il suo staff devono mostrare capacità professionale: è la caratteristica più importante per il proprietario (70%). La capacità di saper trattare l'animale è il secondo aspetto essenziale, indicato dal 64,9% dei pet-owner, ma dieci anni fa lo era per l'87,9%. Reperibilità e pulizia degli ambienti sono indicati dal 51,8%.

In crescita la disponibilità verso il proprietario, indicata dal 51,4%. L'aggiornamento scientifico è essenziale per il 37,5%; ubicazione della struttura per il 30%, la disponibilità di tecnologie avanzate per il 35%.

Il costo delle prestazioni non è una caratteristica predominante. È importante per il 32,6% dei pet owner, ma questo valore continua a diminuire negli anni. Dieci anni fa era al 60,5%. Sembra evidente che i costi delle prestazioni siano abbastanza in linea con le aspettative e che il prezzo non sia un problema quando si tratta di prevenire o curare una malattia al proprio pet.

Sono leggermente più sensibili al prezzo i proprietari del Nord Ovest e del Centro, più esigenti anche per l'aggiornamento scientifico, rispetto a quelli del Nord Est, Sud e Isole.

**AREA SALUTE**

I proprietari del Nord Ovest sono anche più attenti alla reperibilità (57,9%) e disponibilità verso il cliente (55,9%). Spicca il 73% dei proprietari di gatti che esigono competenze specifiche.

Il target di clientela più esigente è composto da:

- persone che vivono nelle grandi città
- che lavorano
- famiglie con bambini
- user internet
- clienti che hanno scelto un veterinario di fiducia

Se il pet ha problemi di salute, i proprietari sono molto più attenti alla capacità professionale e all'aggiornamento scientifico.

**Le qualità del veterinario**

Il proprietario considera il veterinario di fiducia un professionista, dotato soprattutto di competenza, ma anche di valori che vanno dalla serietà nello svolgere il proprio lavoro, all'amore per gli animali e alla disponibilità umana.

Le tre principali qualità, indicate da oltre il 40% dei proprietari di cani e gatti soprattutto, sono: competente (45,4%), amante degli animali (41,2%) e professionista serio (40%).

Disponibile e scrupoloso risultano in crescita, mentre *aggiornato* è in calo passando dal 16,5% del 2011 all'attuale 10,2%.

Le qualità apprezzate nel veterinario cambiano più significativamente tra i proprietari che hanno piccoli animali rispetto a quelli di cani e gatti.

Disponibilità e onestà diventano prioritarie per chi ha *small pet* così come l'aggiornamento che è, tra i requisiti professionali, quello più apprezzato, rispetto ai proprietari di cani e di gatti.

**Il giudizio sui veterinari italiani è più che buono**

Su una scala da 1 a 10 dia un voto al suo veterinario (di fiducia o occasionale)				
AREA GEOGRAFICA				
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
<b>Tot. pet owner clienti</b>	<b>290</b>	<b>201</b>	<b>201</b>	<b>311</b>
Da 1 a 5	2,1%	1,5%	1,0%	2,3%
Da 6 a 8	32,8%	35,8%	30,8%	31,5%
Da 9 a 10	65,2%	62,7%	68,2%	66,2%
<b>Media</b>	<b>8,90</b>	<b>8,93</b>	<b>9,06</b>	<b>8,91</b>

**Gli italiani hanno un'ottima opinione sui veterinari**

I proprietari hanno espresso il loro voto – da 1 a 10 - nei confronti del veterinario a cui si rivolgono abitualmente. Solo una piccola percentuale, (1,8%), ha assegnato un voto inferiore al 6; il 32% ha manifestato un buon giudizio, da 6 a 8; il 65,5% è convinto che il proprio veterinario meriti un voto fra il 9 e il 10. I proprietari di gatti o di piccoli animali sono leggermente più critici (8,7).

Si tratta, comunque, di valutazioni decisamente molto positive per la professione.

**AREA SALUTE**

I clienti che non hanno una struttura di riferimento esprimono il giudizio meno elevato (media 7,5).

Negli ultimi 10 anni il giudizio sui veterinari è migliorato, la media del voto che oggi è dell'8,94, nel 2011 era l'8,78 e nel 2007 l'8,66.

A livello geografico i più soddisfatti dei veterinari sono residenti al Centro Italia, che assegnano in media un voto di 9,06 punti. I clienti più soddisfatti sono inoltre:

- proprietari di cani (9,06)
- famiglie di due persone (9,07)
- persone che hanno animali da oltre 25 anni (9,14)

Assegna ai professionisti un voto significativamente più alto della media (9,08 - 9,12) soprattutto chi si fa guidare dal veterinario nelle scelte fondamentali, anche commerciali: per la scelta della corretta alimentazione, per la prevenzione e lotta ai parassiti, finalizzate a preservare la salute e il benessere dei pet.

**La fedeltà del cliente**

Quando si decide di ritornare dallo stesso veterinario è per il legame di fiducia che si è creato. L'86,7% dei proprietari (nel 2011 erano 89%) dichiara di non aver mai cambiato; il 9,5% ha cambiato una volta e solo il 3,8% ha cambiato più volte.

Tra chi ha cambiato più spesso il professionista di fiducia ci sono:

- i proprietari di piccoli animali (6,9%)
- quelli che hanno più animali (8,5%)
- persone in condizione professionale precaria, subordinata o studenti (7,3%)
- laureati (5,1%), dai 30 ai 45 anni (5,4%)
- residenti nelle città medio-grandi (100 ai 500 mila abitanti: 6,3%)

Hanno cambiato veterinario almeno una volta:

- i giovani (16,8%)
- quelli che si informano abitualmente per i loro pet su Internet (12%)

**Perché si cambia?**

È interessante vedere quali sono stati i motivi che hanno portato a cambiare veterinario.

La facilità di accesso alla struttura e la reperibilità restano le caratteristiche che, più delle altre, motivano il cliente a restare o lasciare il proprio veterinario di fiducia. Un ruolo lo giocano anche la valutazione sulla professionalità e la capacità di informare.

Il motivo principale per cui si è costretti a cambiare, sia pure in netta diminuzione, è spesso banale, come la mancanza di parcheggio davanti all'ambulatorio o il fatto che sia diventato scomodo da raggiungere (16,9% ma nel 2011 era il 24,1%) seguito da "difficile da reperire" (16,1%).

Informazioni poco chiare e insufficienti pesano per il 14,5% e la mancanza di capacità professionale incide per il 13,7%, percentuale in netta crescita rispetto al 5,6% del 2011.

Le tariffe troppo alte si limitano comunque al 9,7% in calo rispetto a cinque anni fa (11,1%). La mancanza di disponibilità all'ascolto e comprensione esprime ora un 5,6%, in netto calo rispetto al 24,1% del 2011.

**Il rapporto con il veterinario di fiducia è fondamentale**

I clienti seguono indicazioni vet.		
	2017	2011
Tot. pet owner	1003	1000
Sempre	73,9%	69,2%
Quasi sempre	19,5%	25,7%
Quasi mai	2,5%	1,8%
Mai	4,1%	3,3%

Ruolo del veterinario: relazione con la tipologia di pet posseduti						
	Dog owner	Di cui: solo cani	Cat owner	Di cui: solo gatti	Sia cani che gatti	Anche small pet
Tot. pet owner	662	454	522	323	182	66
Sempre	76,1%	77,3%	71,3%	69,7%	74,2%	63,6%
Quasi sempre	18,7%	17,6%	21,1%	21,1%	20,9%	27,3%
Quasi mai	2,9%	2,9%	2,1%	1,5%	2,7%	4,5%
Mai	2,3%	2,2%	5,6%	7,7%	2,2%	4,5%

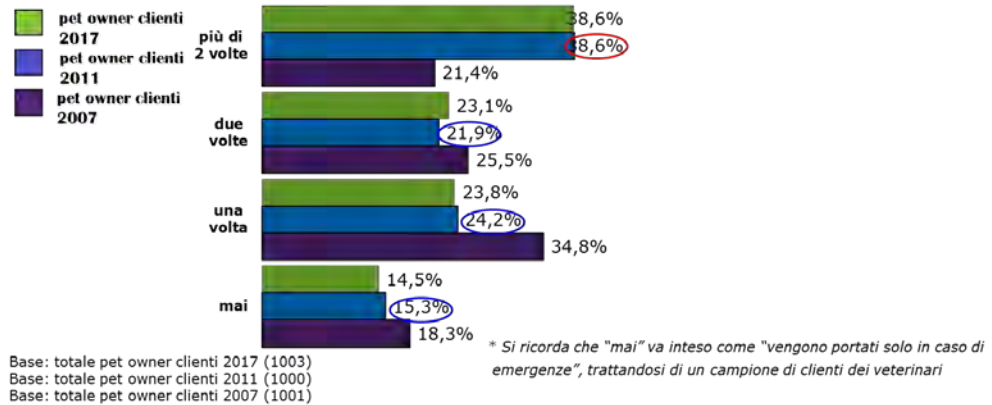
La grande maggioranza, il 73,9% dei clienti segue sempre con fiducia i consigli del proprio veterinario, senza differenze significative sul territorio e per target socio-anagrafici; il 19,5% segue i consigli quasi sempre. Questo significa che il 93,4% segue le indicazioni del veterinario. I proprietari di cani, in particolare, sono i più attenti e responsabili.

Se il proprietario ha un'esperienza di più lungo termine con il pet e ha un veterinario di fiducia, è più assiduo nel portare il proprio animale in ambulatorio per una visita.

**Quante volte ci si reca dal Veterinario?**

**Nel corso dell'ultimo anno lei si è recato dal veterinario...**

Quanto si va dal veterinario?



Gli italiani sono sempre più attenti alla salute dei pet. Sempre meno proprietari (il 14,5%) si rivolgono al veterinario solo in casi di emergenza e, grazie alle visite di controllo, alle vaccinazioni e alla prevenzione, tutelano il benessere dei loro amici animali.

**AREA SALUTE**

Nel corso dell'ultimo anno, si è recato dal vet...				
AREA GEOGRAFICA				
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
<b>Tot. pet owner</b>	<b>290</b>	<b>201</b>	<b>201</b>	<b>311</b>
Più di 2 volte	36,9%	37,8%	42,3%	38,3%
2 volte	24,5%	25,9%	21,4%	21,2%
1 volta	25,9%	22,9%	20,4%	24,8%
Mai	12,8%	13,4%	15,9%	15,8%

La frequenza di visita dal vet: analisi socio-anagrafica dei clienti						
TIPOLOGIA DI PET OWNER						
	Dog owner	Di cui: solo cani	Cat owner	Di cui: solo gatti	Sia cani che gatti	Anche small pet
<b>Tot. pet owner</b>	<b>662</b>	<b>454</b>	<b>522</b>	<b>323</b>	<b>182</b>	<b>66</b>
Più di 2 volte	45,3%	44,5%	32,8%	24,8%	46,2%	50,0%
2 volte	24,9%	26,0%	20,7%	19,8%	22,5%	18,2%
1 volta	20,8%	22,5%	25,5%	30,0%	17,6%	18,2%
Mai	8,9%	7,0%	21,1%	25,4%	13,7%	13,6%

Il 38,6% dei proprietari si reca dal veterinario più di due volte l'anno, situazione stabile rispetto al 2011, da quando aumenta la percentuale di chi si reca due volte (dal 21,9% al 23,1%) e diminuisce quella di chi si reca solo una volta (dal 34,6% del 2007 al 23,8% del 2017) o di chi dichiara di non essersi recato mai nell'ultimo anno.

I proprietari che abitano nel Centro Italia sono quelli che si recano più frequentemente (42,3% più di due volte l'anno) dal veterinario, evidenziando maggior attenzione verso i controlli rispetto al resto d'Italia. Nella stessa area, però, il 15,9% dichiara di non essersi recato dal veterinario negli ultimi 12 mesi.

I proprietari di gatti sono i frequentatori meno regolari delle strutture veterinarie, soprattutto

se hanno solo gatti o se hanno gatti e altri pet. Più alta della media la frequenza di chi ha cani e piccoli animali. La quota più bassa di persone che non vanno mai, se non in stato di emergenza, dal veterinario, si riscontra invece fra i proprietari dei cani.

La frequenza più regolare (>2 volte/anno) è quella dei clienti:

- che vivono nei comuni più grandi (44,1%)
- under 30 (46,7%) o over 65 (41,2%);
- laureati (44,3%)
- in condizione non professionale (studenti - parasubordinati - precari 44,9%)
- con famiglie numerose (52,5%), specie quelle con bambini

**I pet italiani stanno bene**

La motivazione principale per cui **non** si va dal veterinario è che si ritiene che i propri animali stiano bene. Il giudizio dei proprietari sullo stato di salute dei pet è molto positivo, anche se, rispetto a cinque anni fa è leggermente più critico.

**Il 97,3% dei proprietari ritiene che il suo pet stia bene**

Nel 2011 la percentuale di chi affermava che il proprio pet stesse bene era del 97,6%; ora è calata al 87,5%; ma se si considera che lo pensa evidentemente anche il 5,4% dei proprietari che si reca solo per il controllo e la vaccinazione e il 4,4% dei proprietari che porta il pet dal veterinario solo per urgenze, arriviamo al 97,3%.

**Quando è indispensabile recarsi dal veterinario?**

La ricerca ANMVI ha indagato anche le motivazioni per cui i proprietari si recano dal veterinario, per comprendere modalità di approccio alla prevenzione di malattie e alla salvaguardia della salute del proprio pet.

È crescente negli ultimi anni l'importanza del ruolo del veterinario al fianco del pet owner come punto di riferimento per tutte le principali tematiche che emergono



## AREA SALUTE

quotidianamente sul benessere, la salute e la gestione di propri animali, dall'alimentazione, ai parassiti, all'igiene, fino alla gravidanza e a tutte le fasi del ciclo di vita del proprio pet.

Il proprietario ritiene indispensabile consultare il veterinario principalmente per la salute e il benessere del pet. Risponde così il 68% degli intervistati. *Salute e benessere* è la motivazione per cui si consultano i veterinari secondo i proprietari del Centro Italia, con il 74,1%, per quanto riguarda, invece, *la riproduzione*, il primato spetta a Sud e Isole (32,2%).

**PIANO NAZIONALE ALIMENTAZIONE ANIMALE DEL MINISTERO DELLA SALUTE ITALIANO: PET FOOD SICURO IN CIOTOLA, SICUREZZA PER LA SALUTE UMANA, ANIMALE E DELL'AMBIENTE**

Secondo ANMVI, i proprietari che utilizzano il pet food aumenteranno sia per comodità che per motivi di sicurezza alimentare.

I proprietari che scelgono l'alimentazione industriale per gli animali d'affezione possono infatti stare tranquilli, perché il pet food che arriva in ciotola è controllato, monitorato, sicuro.

I numerosi controlli previsti dal Piano Nazionale Alimentazione Animale (PNAA), che includono monitoraggio delle materie prime utilizzate, anche importate, ulteriori controlli lungo tutta la filiera sino alla distribuzione degli alimenti nei punti vendita e verifiche dell'etichettatura, garantiscono il rispetto di tutti i parametri imposti dal Ministero della Salute.

**Piano Nazionale Alimentazione Animale: sicurezza per la salute umana, animale e dell'ambiente**

Il Piano Nazionale di controllo ufficiale sull'Alimentazione degli Animali è pubblicato<sup>30</sup> ogni 3 anni dal Ministero della Salute. L'Obiettivo del PNAA<sup>31</sup> è assicurare *l'effettuazione, omogenea e coordinata, di un sistema ufficiale di controllo dei mangimi e del pet food lungo l'intera filiera alimentare al fine di garantire un elevato livello di protezione della salute umana, animale e dell'ambiente*. I controlli dei mangimi e del pet food possono essere effettuati in tutte le fasi della produzione, della trasformazione e della distribuzione, tenendo conto che la responsabilità primaria della sicurezza ricade sugli operatori del settore.

Il PNAA ha durata triennale, quello in vigore sarà valido fino a tutto il 2017, e prevede<sup>32</sup> attività di verifica ispettiva, prelievo e analisi di campioni e include monitoraggio e sorveglianza del pet food, dei mangimi e dell'acqua degli animali da reddito<sup>33</sup>.

Il PNAA contiene disposizioni coerenti e complete utili a raggiungere gli obiettivi prefissati, favorire l'organizzazione dei controlli e delle procedure da intraprendere in caso di non conformità.

Grazie all'attuazione del PNAA sono monitorati e controllati materie prime, mangimi per animali da reddito e tutto il pet food prodotto e distribuito in Italia che risulta sicuro e garantito.

**Chi attua il Piano Nazionale Alimentazione Animale (PNAA)**

*Gli obiettivi del PNAA sono definiti dal Ministero della Salute, Direzione Generale della Sanità Animale e dei Farmaci Veterinari. Le modifiche e le integrazioni al Piano possono essere definite sentite tutte le Amministrazioni interessate, in particolare: le Regioni e le Province Autonome; l'Istituto Superiore di Sanità; gli ILLZZSS, i Centri di Riferenza Nazionali e i Laboratori Nazionali di Riferimento.*

<sup>30</sup> [http://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_pubblicazioni\\_2269\\_allegato.pdf](http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_2269_allegato.pdf)

<sup>31</sup> In accordo a quanto già stabilito dal Regolamento (CE) n. 178/2002 e dal Regolamento (CE) n. 882/2004,

<sup>32</sup> <http://www.anmvioaggi.it/in-evidenza/61296-vvvvvvvvvvvvvvvv.html>

<sup>33</sup> Acqua di abbeverata lungo tutta la filiera; Sorveglianza mirata su alcuni principi farmacologicamente attivi nell'alimentazione zootecnica

*Il Ministero della Salute coordina l'attività di vigilanza e controllo a livello nazionale, dirama il PNAA alle Regioni e Province Autonome che, tramite gli Assessorati alla Sanità, sviluppano una programmazione regionale (PRAA) con cui impartiscono le istruzioni alle ASL al fine di garantirne la corretta applicazione delle indicazioni nazionali.*

*L'attività di controllo sui mangimi provenienti dai Paesi Terzi o di provenienza comunitaria è svolta, rispettivamente dai PIF (Posti di ispezione frontaliera) e dagli UVAC (Uffici veterinari adempimenti CE). I campioni raccolti vengono analizzati dagli IZS (Istituti Zooprofilattici sperimentali), la cui attività, per quanto riguarda gli aspetti tecnico-scientifici, è coordinata dall'ISS (Istituto superiore di sanità) che effettua anche le analisi di revisione.*

### **La salute pubblica prima di tutto**

*Il PNAA 2015-2017 è finalizzato, così come la normativa comunitaria e nazionale, alla tutela della salute pubblica, fornendo ai consumatori garanzie di salubrità, sicurezza e qualità dei prodotti di origine animale, tramite il controllo ufficiale dei mangimi.*

*Oltre a rappresentare uno strumento che favorisce l'aggiornamento e la qualificazione professionale degli operatori del SSN in materia di "igiene degli allevamenti e delle produzioni zootecniche", si propone anche di assicurare, attraverso il monitoraggio e la sorveglianza<sup>34</sup> sui mangimi zootecnici e sul pet food, una sana alimentazione agli animali da reddito e da compagnia.*

*Rispetto alle edizioni precedenti, il Piano 2015-2017 contiene alcune novità<sup>35</sup> necessarie per migliorare le ricerche, il controllo e il monitoraggio di aziende e prodotti.*

### **Relazione annuale al PNAA 2015 - Il pet food è sicuro e conforme**

Ogni anno sul sito del Ministero della Salute<sup>36</sup> viene pubblicato il Rapporto<sup>37</sup> sui controlli ufficiali del settore alimentazione, che fornisce un quadro di insieme dei risultati dell'anno precedente delle attività svolte e i risultati delle ispezioni.

Secondo i risultati dei controlli effettuati, nel 2015 non emerge nessuna NON conformità nel programma di controllo relativo al Pet-food.

Dall'analisi<sup>38</sup> del numero di campioni prelevati suddivisi per singoli programmi di controllo e per l'attività di Monitoraggio e Sorveglianza con le non conformità rilevate, è emerso che su 113 campioni effettuati per il programma di controllo e pet-food sorveglianza della salmonella, negli alimenti per animali d'affezione non è emersa alcuna non conformità.

<sup>34</sup> Conformarsi a quanto previsto dal D.Lvo 17 giugno 2003, n. 223, "Attuazione delle direttive 2000/77/CE e 2001/46/CE relative all'organizzazione dei controlli ufficiali nel settore della alimentazione animale", e dal Regolamento (CE) 882/2004 relativo ai controlli ufficiali intesi a verificare la conformità alla normativa in materia di mangimi e di alimenti e alle norme sulla salute e sul benessere degli animali.

<sup>35</sup> Il piano di controllo degli additivi e dei principi farmacologicamente attivi nei mangimi per gli anni 2015-2017 comprende un'attività di monitoraggio di alcuni additivi nutrizionali e un'attività di sorveglianza mirata alla determinazione dei coccidiostatici e dei principi farmacologicamente attivi ammessi e non nei mangimi e nell'acqua di abbeverata per animali produttori di alimenti.

<sup>36</sup> [http://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_pubblicazioni\\_2547\\_allegato.pdf](http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_2547_allegato.pdf)

<sup>37</sup> Data di pubblicazione: 30 giugno 2016 Mangimi - Piano nazionale di controllo ufficiale sull'alimentazione degli animali (PNAA)

Fonte: Ministero della Salute - Ispezioni

<sup>38</sup> [http://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_pubblicazioni\\_2547\\_allegato.pdf](http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_2547_allegato.pdf)

Specie di destinazione del mangime campionato	Numero di campioni	%	Non conformità
Ruminanti	3353	30,98	30
Specie Varie	2945	27,21	23
Avicoli	1849	17,08	28
Suini	1367	12,63	37
Acquacoltura	605	5,59	33
Conigli	289	2,67	6
Pet	283	2,61	0
Equini	131	1,21	0

#### Non conformità nei campionamenti 2015

La tabella riporta il numero di campioni prelevati suddivisi in base alla specie di destinazione dei mangimi, con le rispettive percentuali e le non conformità rilevate. I dati ricalcano la situazione degli anni precedenti.

Non risulta **Non conforme** alcun campione di pet food fra i 283 analizzati nel 2015: un'ulteriore conferma di quanto il petfood sia sicuro.

Sono state registrate ispezioni che hanno portato a discrete non conformità, denunce e sanzioni per le altre categorie di prodotto analizzate

Per quanto attiene l'attività di campionamento nel corso dei controlli ufficiali svolti nell'anno 2015, il numero delle non conformità rilevate è pari a 156.

Da notare che il secondo posto (Specie varie) è occupato da campioni per cui non è possibile indicare la specie animale di destinazione. Questo dato è attribuibile in gran parte al campionamento delle matrici per cui l'indicazione della specie/categoria di destinazione non è un obbligo di etichettatura (materie prime).

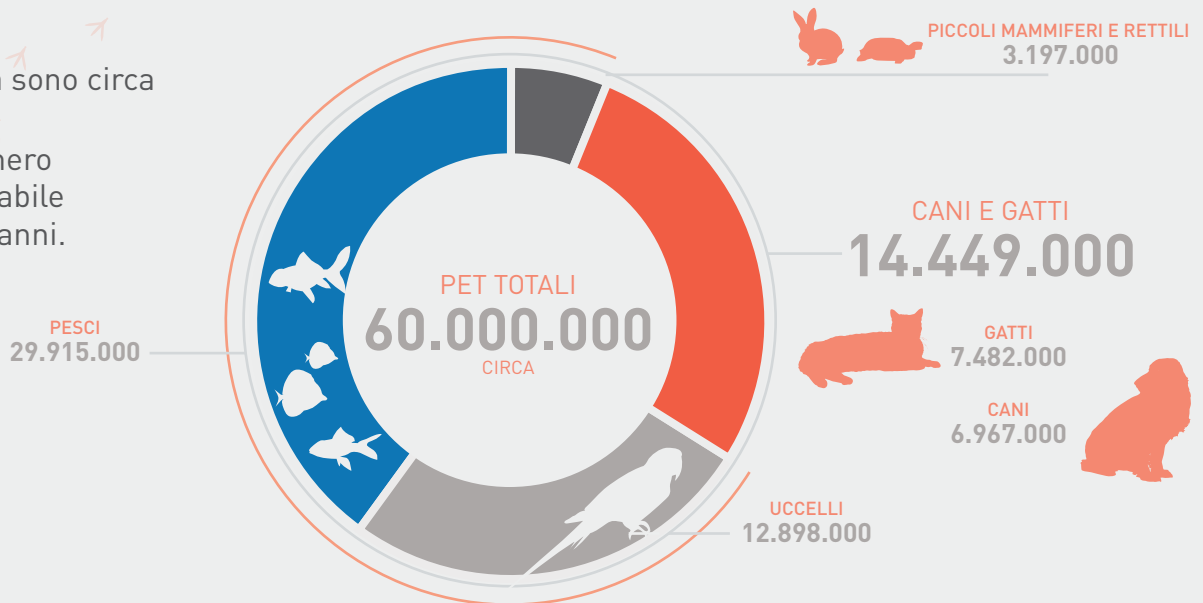
# Area Mercato

# LA POPOLAZIONE DEI PET IN ITALIA E IL MERCATO PET CARE

➤ RAPPORTO ASSALCO - ZOOMARK 2017

## GLI ANIMALI D'AFFEZIONE

I pet in Italia sono circa **60 milioni** e il loro numero è rimasto stabile negli ultimi anni.

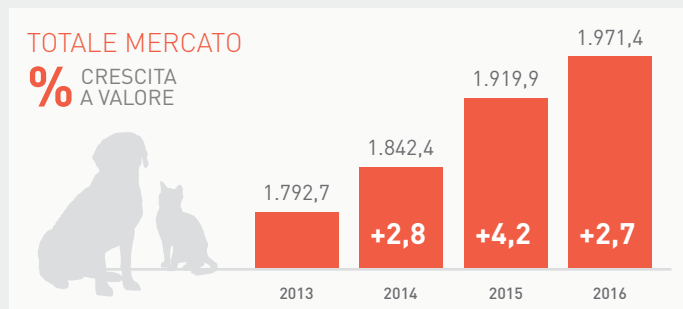


## ALIMENTI

### CANE E GATTO

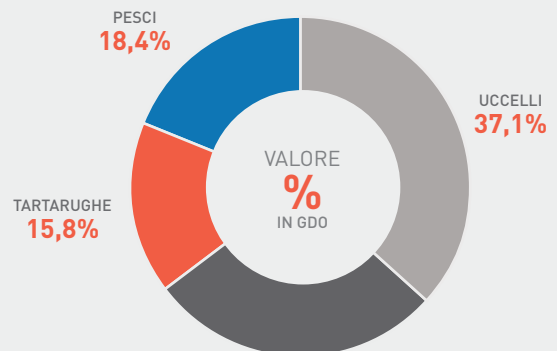
GIRO D'AFFARI 2016  
**1.971** MILIONI DI EURO

Il giro d'affari totale degli alimenti cane e gatto si riferisce ai canali grocery + petshop tradizionali + catene petshop



### ALTRI ANIMALI DA COMPAGNIA

GIRO D'AFFARI GDO  
**16,1** MILIONI DI EURO



### SNACK FUNZIONALI E FUORIPASTO

In crescita sul totale mercato

% VAR 2016/15



## ACCESSORI

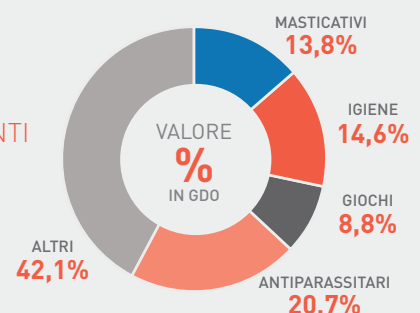
**72,3** MILIONI DI EURO

**+6%** INCREMENTO A VALORE

PESO DEI SEGMENTI SUL TOTALE

% VAR 2016/15

Il trend positivo della categoria è trainato dai prodotti per l'igiene



## IL MERCATO ITALIANO DEI PRODOTTI PER I PET

### DIMENSIONI, TREND, SEGMENTI DI MERCATO ASSORTIMENTO DEI CANALI, GEOGRAFICA DELLE VENDITE

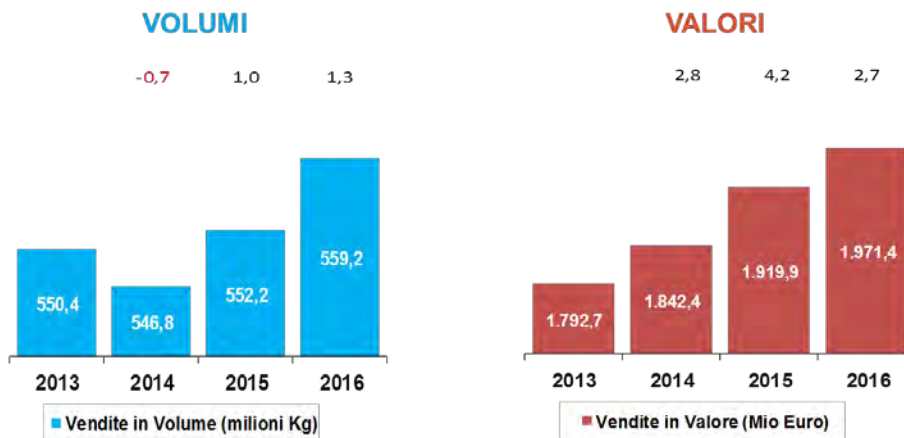
#### Canali Grocery - Petshop tradizionali - Catene Petshop

**+2.7% a valore: prosegue il trend positivo del settore nel 2016**

Nel 2016, il mercato dei prodotti per l'alimentazione dei cani e gatti in Italia ha sviluppato un giro d'affari di **1.971 milioni di euro per un totale di 559.200 tonnellate commercializzate**.

Si conferma, anche nell'ultimo anno, un trend positivo del mercato, con un incremento del fatturato del **+2.7%** rispetto allo scorso anno e una crescita dei volumi di **+1.3%**: il mercato continua a mostrare un tasso di crescita a valore superiore a quello del Largo Consumo Confezionato.

Nel periodo 2013-2016, il mercato si è sviluppato con un tasso di crescita annuo composto<sup>1</sup> pari a **+3,2%** a valore e **+0,5%** a volume.



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Il fatturato del mercato dei prodotti per l'alimentazione di Cane e Gatto è sviluppato da tre piattaforme distributive - Grocery, Petshop Tradizionali e Catene - che mostrano dinamiche e performance differenti per il totale mercato e suoi segmenti principali.

#### Gli alimenti per cane e gatto nei canali Petshop tradizionali, Catene Petshop e Grocery

	Grocery			Petshop			Catene			Tot
	2015	2016	Var % 2016/2015	2015	2016	Var % 2016/2015	2015	2016	Var % 2016/2015	Var % 2016/2015
Vendite in Volume (milioni kg)	416,6	420,2	0,9	99,9	98,8	-1,1	35,8	40,2	12,3	1,3
Vendite in Valore (mio Euro)	1.106,6	1.122,5	1,4	616,7	627,7	1,8	196,5	221,2	12,6	2,7

Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

<sup>1</sup> CAGR: Compounded Annual Growth Rate

## AREA MERCATO

Il **Grocery** canalizza il 56,8% del fatturato complessivo del mercato petfood (ossia 1.222,5 milioni di Euro) e il 75,1% dei volumi (420.234 tonnellate). Prosegue nel 2016 lo sviluppo del mercato, con un trend positivo a valore di +1,4% e a volume +0,9%.

Per **Grocery** si intendono dati provenienti dalla somma dei canali: Ipermercati, Supermercati, LSP (Libero Servizio Piccolo), Tradizionali (inclusi i Micromarket, punti di vendita inferiori ai 100 mq) e Discount.

La **crescita** del Grocery è guidata dai **supermercati** (8.981<sup>2</sup> punti vendita) che sviluppano il 30,1% del fatturato e 33,6% dei volumi: da segnalare le performance del format "**superstore**<sup>3</sup>" che, anche per il mercato del petfood, si conferma essere un canale virtuoso che unisce un'ampiezza di offerta maggiore rispetto ai canali di prossimità ed una minor "dispersione" rispetto agli ipermercati.

Nel 2016, persiste la **flessione** degli **ipermercati**<sup>4</sup> (10,7% dei volumi e 9,3% del fatturato) legata alla crisi strutturale del canale ma anche allo sviluppo dei superstore e delle superfici specializzate; restano in campo negativo le piccole superfici a libero servizio (100-399mq) che sviluppano il 5,8% del fatturato e il 6,6% dei volumi.

In crescita le vendite sviluppate dal canale discount (20,6% dei volumi e 8,4% del fatturato).

**Le Catene continuano a crescere**

Le **Catene Petshop** (7,2% dei volumi e l'11,2% dei valori, per un totale di 40,2 tonnellate e 221,2 milioni di euro) hanno continuato a crescere a due cifre con dinamiche del **+12,6% a valore** e **+12,3% a volume** rispetto all'anno precedente.

Le **Catene Petshop** sono da intendersi come insieme di punti vendita specializzati nella vendita di alimenti ed articoli per animali (circa 503) dotati di una struttura organizzata di almeno 7 punti vendita di proprietà: L'isola dei Tesori, Dog & Cat Supermarket, Zoodom, Centro Fortesan, Maxi Zoo, Croce Azzurra, Italpet, Zoo Megastore, Arcaplanet e Fauna Food.

Si segnala che le ultime due insegne sono escluse dalla rilevazione IRI che rappresenta pertanto 333 punti vendita<sup>5</sup>.

I **petshop tradizionali** (circa 4.912 punti vendita<sup>6</sup>) rappresentano il principale canale del trade-non grocery in cui sono distribuiti i prodotti per animali da compagnia in Italia. Coprono solo il 17,7% dei volumi (che corrispondono a 98.777 tonnellate circa), ma generano il 31,8% dei valori (627,7 milioni di euro di fatturato).

Per il terzo anno consecutivo il canale continua a mostrare una crescita del fatturato (+1,8%) e una dinamica negativa a volume (-1,1%)

Il petshop tradizionale continua a subire i cambiamenti strutturali della domanda (crescente diffusione di cani di taglia medio/piccola), le modifiche dei comportamenti d'acquisto e lo sviluppo delle Catene.

Tuttavia l'innovazione, il servizio e la focalizzazione sul core business sembrano avere sortito degli effetti positivi - almeno a valore - nonostante una concorrenza forte da parte delle catene che crescono ancora a doppia cifra.

<sup>2</sup> Aggiornamento universi IRI al 30/6/2016

<sup>3</sup> Superstore: superfici a libero servizio con superficie di vendita di almeno 2.500mq e presenza di prodotti di LCC.

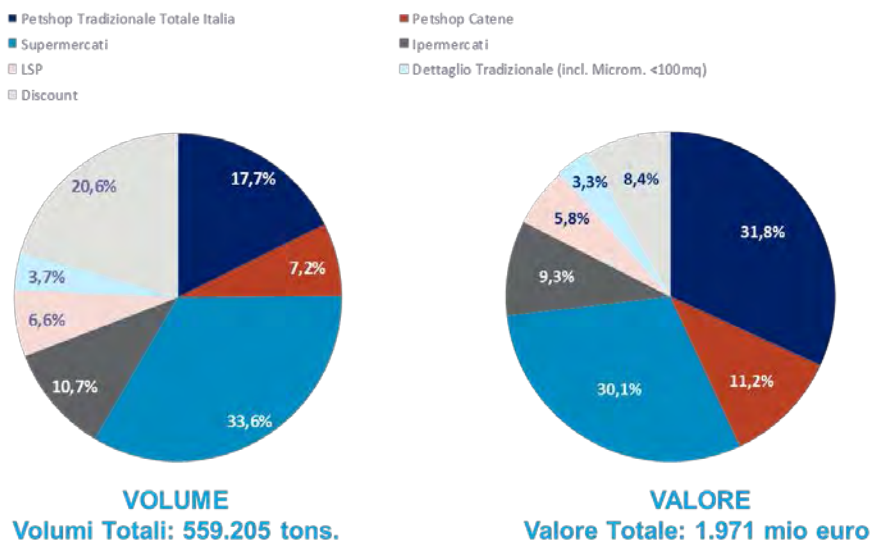
<sup>4</sup> Ipermercati: superfici a libero servizio con superficie di vendita di almeno 2.500mq e presenza di prodotti di LCC e assortimento continuativo di elettrodomestici bianchi e capi spalla.

<sup>5</sup> Ultimo dato disponibile: gennaio 2016.

<sup>6</sup> Ultimo dato disponibile: gennaio 2016.



**Quote dei canali a volume e valore**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

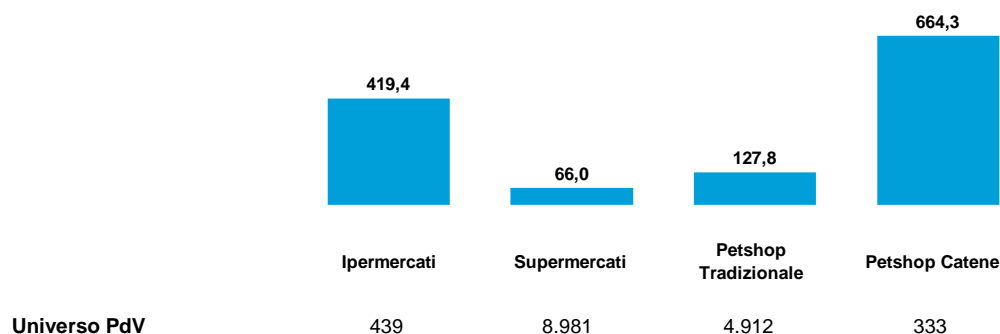
Il petshop tradizionale continua a rimanere il canale a più alta redditività insieme alle catene specializzate.

Lo stesso petshop, con poco più della metà dei punti vendita dei soli supermarket (4.912 vs 8.981) fattura mediamente oltre il doppio per punto vendita: 127.800 euro / anno contro i 66.000 euro / anno dei Supermercati.

Le Catene con l'assortimento più ampio e profondo garantiscono un fatturato per punto vendita pari al quadruplo circa dei Petshop Tradizionali.

Ciò conferma una differenza sostanziale in caratteristiche, redditività e target dei prodotti veicolati sui tre canali ed in particolare tra Petshop Tradizionale e Catene.

**Vendite medie annue per punto vendita**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017 – sell out in migliaia di Euro

### Il mercato dei prodotti per gli animali da compagnia: dimensioni e trend dei principali segmenti

Nel 2016, tutti i principali segmenti degli alimenti per cani e gatti mostrano una crescita valore a totale mercato rilevato da IRI (Grocery + Petshop Tradizionali + Catene Petshop).

AT Dicembre 2016			
	Vend. Valore (mio Euro)	% Quota Valore	Var %
Umido Gatto	656,3	33,3	1,2
Secco Gatto	358,8	18,2	3,0
Umido Cane	315,6	16,0	1,8
Secco Cane	481,3	24,4	2,6
Snack&Treat (Cane+Gatto)	159,3	8,1	10,3
<b>Tot. Alimenti Cane e Gatto</b>	<b>1.971,4</b>	<b>100,0</b>	<b>2,7</b>
Alimenti Altri Animali - solo GDO	16,1		-6,4
Accessori Animali - solo GDO	72,3		6,0
Lettiere - solo GDO	67,4		3,7

Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

**Gli alimenti umidi sono il segmento che vale di più sul totale mercato**

Il **segmento degli alimenti umidi** è ancora il più importante: registra 972 milioni di euro circa che equivalgono al 49,3% di quota sul totale mercato. Questo grazie all'importanza ormai consolidata dei prodotti a maggior valore aggiunto in piccola grammatura e caratterizzazione gastronomica o funzionale, in particolar modo nel gatto.

Nel 2016, gli **alimenti umidi** hanno registrato una crescita a valore del **+1,4%**, inferiore a quella degli **alimenti secchi** che crescono del **+2,8%**.

Gli alimenti umidi hanno un peso maggiore nel Grocery dove realizzano il 70,1% del fatturato nel caso degli umidi gatto e il 66,2% nel caso degli umidi cane.

Nonostante una maggiore canalizzazione del Grocery, nel 2016 la crescita degli alimenti umidi è da attribuire alle catene e ai petshop tradizionali.

All'interno degli umidi, il segmento principale, l'umido gatto (33,3% del valore degli alimenti per cane e gatto) mostra nei Petshop Tradizionali una crescita del +6,4% e nel Grocery una flessione del valore del -1,2% mentre l'umido cane (16% del fatturato complessivo) mostra una flessione di -1% nel grocery e una crescita del 5,9% nei Petshop Tradizionali. La flessione degli alimenti umidi nel grocery è da attribuire ai formati c.d. multiserve, ovvero multiporzione.

Nelle catene tutti i segmenti sono in crescita e le dinamiche sono quasi sempre a due cifre.

Il **segmento degli alimenti secchi** vale 840 milioni di euro e detiene il 42,6% di quota, composta per il 24,4% dal secco cane e per il 18,2% dal secco gatto.

AREA MERCATO

Per questo segmento, al di là delle catene ancora estremamente dinamiche, nel 2016 il **grocery** mostra una crescita a valore del **secco gatto del +4,6%** e del **secco cane del +3,7%**; criticità nei petshop tradizionali per il **secco gatto (-1.8%)** e il **secco cane (-0.8%)**.

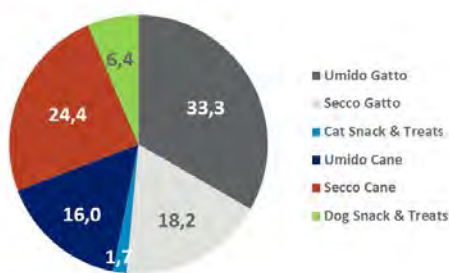
In termini di canalizzazione, a differenza dell'umido che ha una canalizzazione più spinta nel Grocery sia per quanto riguarda il cane che il gatto, il secco cane sviluppa la maggior parte delle sue vendite nel Petshop Tradizionale (54,1%) mentre il secco gatto nel Grocery (56,2%).

**Gli snack si confermano il segmento più dinamico: +10.2% a valore**

Gli **snack funzionali e fuoripasto** (spuntini con obiettivi funzionali, ad esempio per favorire l'igiene orale, o a caratterizzazione gastronomica, solitamente somministrati come ricompensa o più semplicemente per tenere occupato l'animale per es. nella masticazione) continuano a mostrare dinamiche a due cifre (+10,3% a valore) e rappresentano il segmento più dinamico del mercato.

Le migliori performance si riscontrano nelle catene, dove gli snack gatti crescono del +11% e gli snack cani del 19,7%; a seguire in termini di crescita il Grocery, dove gli snack per cani crescono del 8,4% e gli snack gatti del 15% e il Petshop Tradizionale, dove gli snack cane crescono del +9,3% e gli snack gatto del +3,1%.

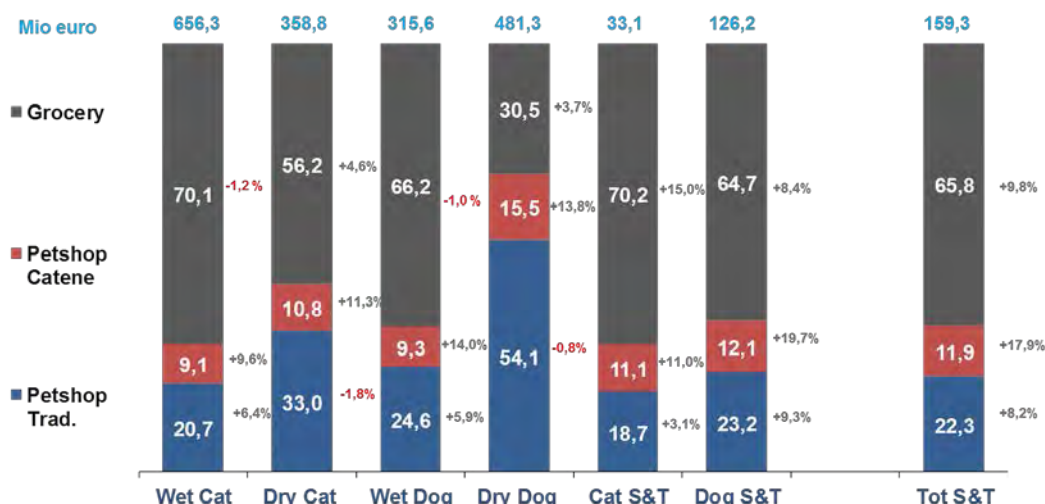
**Composizione del mercato degli alimenti per cani e gatti**



Quota Valore	
Alimenti Gatto	53.2%
Alimenti Cane	46.8%

Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017- dati a valore

**Quote e tendenze dei segmenti pet food per canale (cane e gatto)**



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

I segmenti non food ed alimenti per altri animali sono rilevati sui 3 format principali del canale moderno: ipermercati, supermercati e LSP (libero servizio piccolo , 100-399mq).

Per quanto le altre categorie oggetto d'indagine (alimenti per altri animali, accessori animali e lettiere), continua la flessione degli **alimenti per altri animali**, che nella sola GDO (Ipermercati, Supermercati e LSP - Libero Servizio Piccolo, 100-399 mq) mostrano una flessione del **-6,4%** a valore.

In GDO, il segmento con le performance più elevate è rappresentato dagli **accessori** (prodotti per l'igiene, giochi, guinzagli, cucce, ciotole, gabbie, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia) che chiudono il 2016 con un +6% rispetto al 2015.

Le **lettiere** per gatti mostrano nel solo canale GDO una crescita del **+3,7%**.

Di seguito una panoramica sul mercato degli alimenti cane e gatto nel canale Grocery, Petshop e Catene con il dettaglio su ogni singolo segmento, cioè umido, secco e snack & treats.

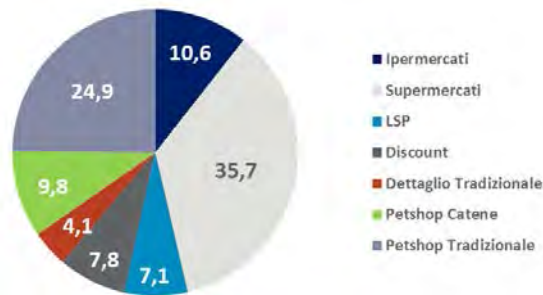
## Alimenti per Gatto

Il mercato degli **alimenti per gatto** rappresenta il 53,2% del totale mercato Grocery + Petshop Tradizionale + Catene in termini di fatturato, sviluppando 1.048 milioni di Euro (+2,2% verso il 2015).

A volume gli alimenti per gatto realizzano 250.306 tonnellate che equivalgono al 44,8% del totale mercato.

Il 64,5% del fatturato complessivo del mercato viene sviluppato dal canale Grocery.

### Canalizzazione vendite Alimenti per Gatto



#### PESO A VALORE DEI CANALI

Valore totale mercato - 1.048 mio euro

Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

In termini di canalizzazione le dinamiche principali sono le seguenti: in aumento il peso dei Supermercati (35,7% da 35,5% dello scorso anno), le Catene hanno raggiunto il 9,8% del fatturato verso il 9,1% dello scorso anno, positivo anche il trend dei Petshop Tradizionali (24,9% del fatturato vs 24,8% del 2015). Diminuisce il peso del Libero Servizio Piccolo (7,1% vs 7,5% del 2015).

Il segmento principale degli alimenti per **gatto** è rappresentato dall'**umido**, che copre circa due terzi del mercato (62,6% a valore) e cresce del 1,2%. Il fatturato di questo segmento si concentra fortemente nel Grocery (70,1% delle vendite a valore), dove nell'ultimo anno ha sviluppato una flessione a valore di -1,2%

Il segmento risulta in crescita nelle superfici specializzate: nel Petshop Tradizionale (20,7% del valore complessivo dell'umido gatto), il segmento nel 2016 ha sviluppato una crescita del +6,4%. Nelle catene (9,1% del fatturato) il segmento ha sviluppato una crescita del +9,6%.

Il **secco gatto** realizza il 34,2% delle vendite degli alimenti per gatto e cresce del 3%: la crescita è trainata dal Grocery (+4,6% a valore vs il 2015) che sviluppa il 56,2% del fatturato complessivo e dalle catene (+11,3% a valore vs il 2016) che sviluppano il 10,8% del fatturato. Flessione del segmento nei Petshop Tradizionali (-1,8% delle vendite a valore vs il 2015) che veicolano il 33% del fatturato.

Gli **snack per gatto** sono un segmento piccolo ma in crescita: nel 2016, la quota sul totale alimenti gatto ha raggiunto il 5%. Sono particolarmente in crescita nel Grocery (+15% a valore) e nelle Catene (+11% a valore); moderata la crescita a valore nel Petshop Tradizionale (+3,1%).

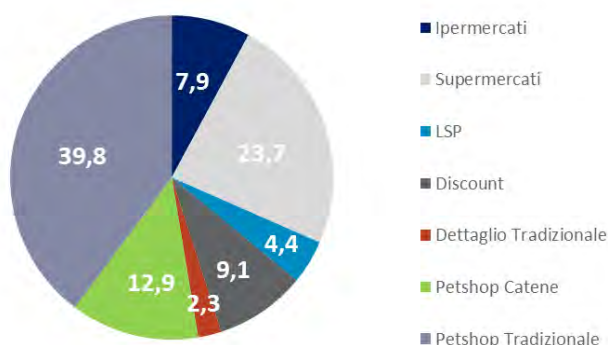
**Gli alimenti umido gatto crescono nel canale specializzato, gli alimenti secchi nel grocery**

### Alimenti per Cane

Gli **alimenti per cane** rappresentano, a valore, il 46,8% del totale mercato Grocery + Petshop Tradizionale + Catene, pari a quasi 923 milioni di Euro. All'interno della categoria il 52,1% del fatturato è realizzato dal segmento dei secchi, il 34,2% dagli umidi e il 13,7% dagli snack.

Le catene sono il canale più dinamico con una crescita del 14,6% a valore; seguono il Grocery (+2,2% a valore) ed i Petshop Tradizionali (+1,3% a valore).

#### Canalizzazione vendite Alimenti per Cane



**PESO A VALORE DEI CANALI**  
Valore totale mercato – 923 mio euro

Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

In termini di canali, si riscontra una crescita della canalizzazione della categoria nei Super (23,7% del fatturato vs 23,6% dello scorso anno) e nelle Catene (12,9% vs 11,6% del 2015), mentre diminuisce la canalizzazione nei Petshop Tradizionali (39,8% vs 40,5% del 2015).

Il segmento principale degli alimenti per **cane** è rappresentato dal **secco**, che copre circa il 52,1% del mercato e cresce del +2,6%. Il 54,1% del fatturato di questo segmento si sviluppa nei Petshop Tradizionali, dove nell'ultimo anno ha sviluppato una flessione di -0,8%. Trend positivi per il segmento nel Grocery (+3,7%; 30,5% del fatturato) e nelle Catene (+13,8% e 15,5% del fatturato).

L'**umido cane** realizza il 34,2% del fatturato del totale degli alimenti per cani. A differenza del secco, è prevalentemente canalizzato nel Grocery che copre il 66,2% del fatturato. A valore il segmento ha sviluppato una flessione del -1% nel Grocery, una crescita del +5,9% nel Petshop Tradizionale (24,6% del fatturato) e del +14% nelle Catene (+9,3% del fatturato).

Gli **snack** realizzano il 13,7% del fatturato totale degli alimenti per cani e crescono del +9,9%. Trend molto positivi a valore verso il 2015 in tutti in canali: nelle Catene +19,7%, Grocery +8,4%, Petshop tradizionali +9,3%.

**Gli alimenti umido cane crescono nel canale specializzato, gli alimenti secchi nel grocery**

**L'assortimento medio nei canali Grocery, Petshop tradizionali e Catene**

Ogni canale presenta peculiari caratteristiche distintive che gli conferiscono una sua specifica identità e gli consentono di mantenere il proprio spazio di mercato.

In particolare, Grocery e Petshop (Tradizionali e Catene) hanno modalità di gestione dell'offerta differenti e propongono assortimenti diversificati che corrispondono alle specifiche esigenze e priorità dei consumatori:

**Il Grocery garantisce convenienza e comodità d'acquisto**

**Il Petshop offre maggiore assortimento e consulenza sui prodotti**

- il **Grocery** offre una maggiore ampiezza di gamma rispetto al Petshop sulla fascia di prezzo economy e media, pur con presenza crescente della fascia premium. Garantisce inoltre la convenienza tipica del canale, la praticità, la velocità e la comodità d'acquisto.
- il **Petshop Tradizionale** dal punto di vista assortimentale presenta maggiore ampiezza di gamma sulla fascia premium/superpremium, con un'alta specializzazione, prodotti specifici e funzionali che rispondono a bisogni differenziati come alimenti dietetici o alimenti "a particolari fini nutrizionali" studiati per soddisfare esigenze nutrizionali particolari, spesso collegati ad alcune patologie, che devono essere somministrati su consiglio del veterinario. Il valore aggiunto del canale è l'elevata specializzazione ed il servizio di consulenza offerto sia riguardo all'alimentazione che ai prodotti per l'igiene, la bellezza, il gioco, il viaggio insieme al proprio animale, presenti con assortimenti molto più variegati e profondi rispetto al canale grocery.
- le **Catene** uniscono l'opportunità derivante dall'elevata specializzazione dei Petshop Tradizionali con un format più vicino al canale "Grocery" per quanto riguarda la gestione assortimentale e del display. Da ciò derivano inevitabili vantaggi competitivi chiave del successo che il canale ha avuto negli ultimi anni.

**Specializzazione e gestione dello scaffale: i vantaggi delle catene**

Di seguito proponiamo l'andamento sui tre canali del numero medio delle referenze e variazione rispetto al 2015, individuate per singolo segmento.

Il Petshop e le Catene, in quanto canali specializzati, propongono un assortimento ampio e profondo, particolarmente specializzato su prodotti funzionali ed alimenti dietetici e sono i canali con il maggiore presidio assortimentale.

I Petshop Tradizionali mostrano un numero medio di referenze pari a 1.669 superati solo dalle Catene che hanno in assortimento mediamente 1.978 prodotti. Molto più contenuto il numero di referenze degli Ipermercati (589) e Supermercati (269). Assortimento in crescita in ipermercati e supermercati.

**Numero medio di referenze**

Numero Medio Referenze Nov-Dic16 e variazione vs Nov-Dic15	Ipermercati		Supermercati		Petshop Tradizionale		Petshop Catene	
	Num. Ref.	Var Num Ref	Num. Ref.	Var Num Ref	Num. Ref.	Var Num Ref	Num. Ref.	Var Num Ref
Tot Petfood	589	72	269	19	1.669	-115	1.978	-101
Umido Gatto	218	26	109	6	608	-6	703	-16
Secco Gatto	87	10	39	3	252	-30	307	-13
Gatto Snack & Treats	29	3	12	1	43	-2	69	-10
Umido Cane	99	12	51	4	292	-8	345	0
Secco Cane	78	10	28	2	343	-56	363	-48
Cane Snack & Treats	77	11	31	3	132	-12	192	-14

Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

### Distribuzione geografica delle vendite

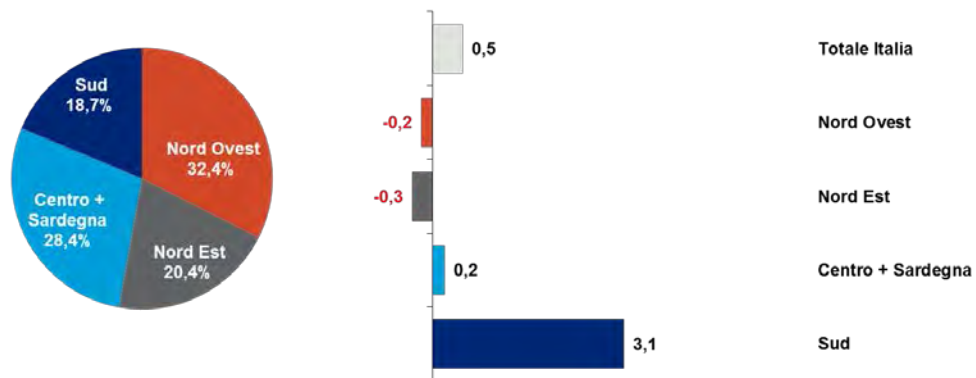
Per quanto riguarda la distribuzione geografica delle vendite del Grocery e dei Petshop Tradizionali, di seguito le tendenze principali:

Oltre la metà delle vendite nel Nord Italia

- Il Nord Italia sviluppa oltre la metà delle vendite (53,9%): in particolare il Nord Ovest sviluppa quasi un terzo dei volumi totali (32,4%), mentre il Nord Est sviluppa il 20,4% dei volumi.
- Il Centro + Sardegna, con il 28,4% delle vendite, risulta essere la seconda area in termini di incidenza sui volumi.
- Il Sud resta tuttora l'area che copre i minori volumi (18,7% del totale).

Il mercato Tot Petfood, su base nazionale (tot Grocery+Petshop Tradizionali) in termini di volumi, nel 2016 ha sviluppato una crescita pari al +0,5%. Il contributo alla crescita è arrivato dal Centro+Sardegna (+0,2%) e dal Sud (+3,1%). Il Nord ha sviluppato una lieve flessione delle vendite a volume: -0,2% il Nord Ovest e -0,3% il Nord Est.

### *Peso in volume delle aree geografiche e variazione % sul 2015 - su somma canali (Grocery+Petshop Tradizionali)*



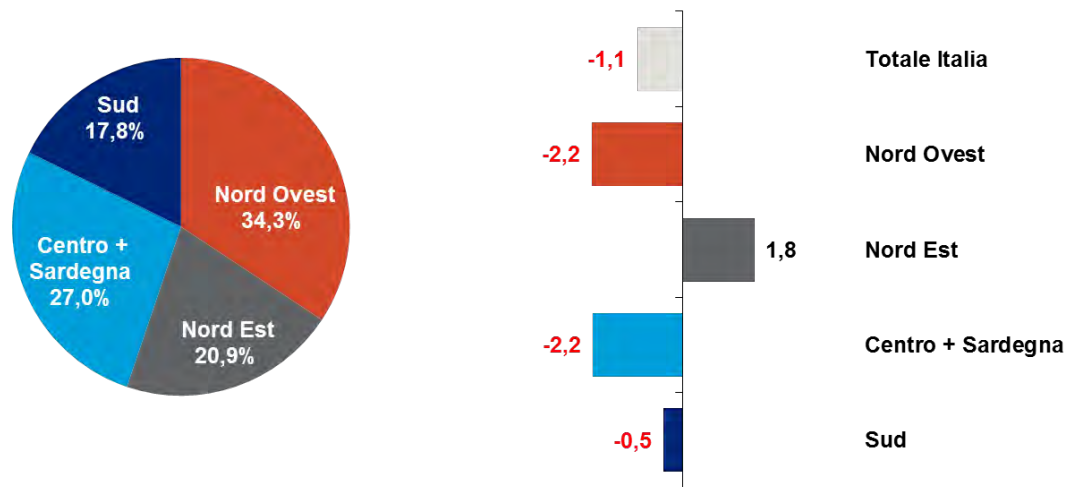
Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Da qui in poi valuteremo le performance individuali dei canali Petshop Tradizionali e, all'interno del Grocery, del solo canale moderno (GDO, ovvero Ipermercati, Supermercati e LSP - Libero Servizio Piccolo).

Confrontando Petshop Tradizionali e GDO, osserviamo che la ripartizione delle vendite per aree evidenzia una maggiore localizzazione delle vendite al Nord per la GDO e al Centro Sud per il Petshop.



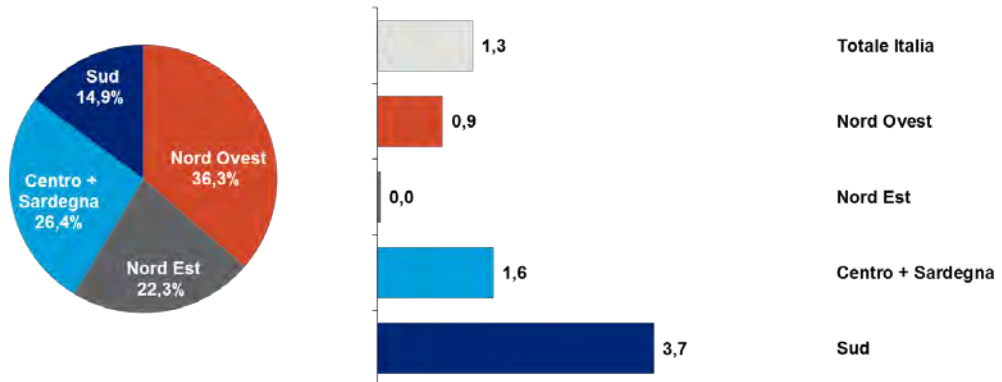
**Peso in volume delle aree geografiche e variazione % sul 2015 – Petshop**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Nel 2016 non si arresta il trend negativo dei Petshop Tradizionali che nel corso dell'ultimo anno hanno evidenziato una flessione dei volumi del -1,1%: la flessione del mercato si riscontra in tutte le aree geografiche ad eccezione del Nord Est.

**Peso in volume delle aree geografiche e variazione % sul 2015 – GDO<sup>7</sup>**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Con riferimento alla GDO, nel 2016 si segnala una crescita del mercato a volume (+1,3%): in termini geografici, le aree con trend più dinamici sono il Sud (14,9% dei volumi) che mostra una crescita del +3,7% e il Centro+ Sardegna (24,6% dei volumi) che cresce del +1,6%. Positivo il trend del Nord Ovest (+0,9% a volume) che sviluppa il 36,3% del mercato, stabile il Nord Est (22,3% dei volumi).

<sup>7</sup> Dati relativi a Ipermercati, Supermercati e LSP (Libero Servizio Piccolo)

Scendendo ulteriormente nel dettaglio dei singoli segmenti per canale, segnaliamo di seguito i principali trend riscontrati:

#### Alimenti UMIDI - GATTO:

**L'umido gatto: flessione in GDO (ad eccezione del Sud).**

Continua la **flessione** a volume del segmento dell'umido gatto nella **GDO (-0,5%)** legata prevalentemente alla diminuzione dei volumi venduti nel Nord Est (-1,8%) e Centro + Sardegna (-1%) che sviluppano rispettivamente il 24% e il 25,6% dei volumi; il Nord Ovest, l'area di maggiore canalizzazione (38,3% dei volumi) mostra una lieve flessione nei volumi (-0,1% verso il 2015).

Il Sud (12,1% dei volumi) mostra una crescita del +1,7%.

**Crescita nei Petshop Tradizionali (ad eccezione del Nord Est)**

Positivo il trend del segmento nei **Petshop Tradizionali (+3,3%)** guidate dal Nord Ovest (38,6% dei volumi; +6,6% verso il 2015), dal Centro + Sardegna (26% dei volumi; +6% verso il 2015), Sud (15,2% dei volumi, +2,4% verso il 2015). Negativo il Nord Est (20,2% dei volumi) con una flessione dei volumi del -4,9% verso il 2015.

#### Alimenti SECCHI - GATTO:

**Secco gatto: crescita in Gdo (tutte le aree).**

Nella **GDO** il segmento del secco gatto chiude il 2016 con un segno positivo **(+4,1%)**, con una crescita diffusa su tutto il territorio nazionale. Il Nord Ovest (31,4% dei volumi) ha sviluppato una crescita del +3,6% e il Nord Est (24,3% dei volumi) del +2,6%, il Centro+ Sardegna (28,8% dei volumi) ha sviluppato un incremento dei volumi del +4,1% e il Sud (15,5% dei volumi) del +7,6%.

**Flessione nei Petshop Tradizionali (eccetto nel Nord Est)**

Scenario non positivo nei **Petshop Tradizionali**: il segmento ha chiuso il 2015 con una flessione dei volumi di **-2,7%**. Le aree più critiche sono state il Nord Ovest con il 29,3% dei volumi canalizzati e una perdita dei volumi di -8,2% e il Centro + Sardegna (28,4% dei volumi) con una flessione di -4,3%. Flessione anche per il Sud, che canalizza il 18,8% dei volumi e ha visto una riduzione dei volumi di -1,4%. Il Nord Est (23,4% dei volumi) ha sviluppato una crescita di +6,1%.

#### Alimenti UMIDI - CANE:

**L'umido cane: trend negativi in GDO (ad eccezione del Sud).**

Anche il segmento dell'Umido Cane mostra trend divergenti tra GDO e Petshop Tradizionali: in **GDO** il segmento ha chiuso il 2016 con una flessione dei volumi di **-2,2%**, nei **Petshop Tradizionali** si registra una crescita dei volumi di **+1,1%** verso l'anno precedente.

In GDO, si riscontrano trend negativi in tutte le aree geografiche eccetto il Sud: l'area più importante, il Nord Ovest (38,1% dei volumi), ha sviluppato una flessione dei volumi del -3,1%, il Centro+Sardegna (25,1% dei volumi) -2,4% dei volumi, il Nord Est (21,7% dei volumi) -2,6% dei volumi. Il Sud, 15% dei volumi, ha sviluppato una crescita del +1%.

**La crescita nei Petshop Tradizionali è trainata da Nord Est e Centro/Sud**

Nei Petshop Tradizionali, la crescita dei volumi è trainata dal Nord Est e dal Centro/Sud. Il Nord Est (21,6% dei volumi) ha sviluppato una crescita del +7,3%, il Centro + Sardegna (23,1% dei volumi) ha sviluppato una crescita dei volumi del +0,5% e Sud (14,6% dei volumi) +2,3%. Il Nord Ovest, prima area per sviluppo dei volumi (40,7%) ha perso il 2% dei volumi verso il 2015.

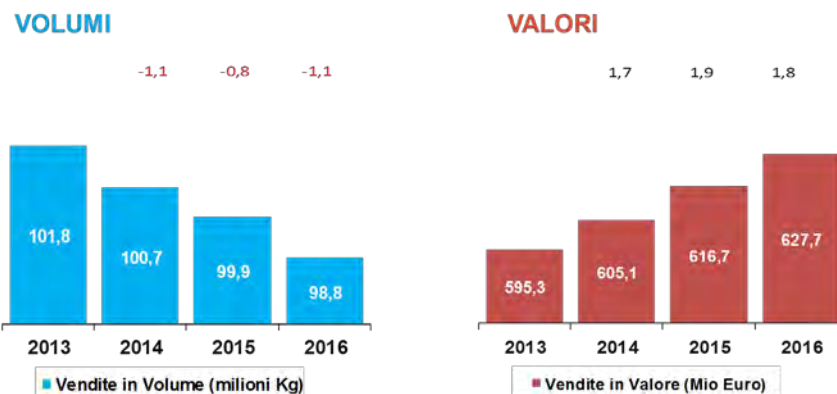
**Alimenti SECCHI - CANE:****Secco cane:  
crescita in  
GDO (tutte le  
aree).**

Nel 2016, il segmento del secco cane che in **GDO** ha sviluppato una **crescita del +4,4%**. Tutte le aree geografiche hanno contribuito alla crescita del mercato: Nord Ovest (35,3% dei volumi) +3,9%, Centro+Sardegna (27,5% dei volumi) ha sviluppato una crescita del +6,2% a volume, Nord Est (18,7% dei volumi) ha sviluppato un incremento dei volumi del +2,7%, infine il Sud, con il 18,5% dei volumi, ha sviluppato una crescita del +4,3% dei volumi.

**Flessione nei  
Petshop  
Tradizionali  
(eccetto nel  
Nord Est)**

Nei **Petshop Tradizionali**, lo scenario per il segmento è negativo, con una **flessione** dei volumi del **2,7%**. L'area più importante, il Nord Ovest (32,5% dei volumi petshop tradizionali) chiude il 2016 con una flessione dei volumi di -4,1%; la seconda area il Centro+Sardegna (28,2% dei volumi) ha sviluppato una flessione del -4,3%; il Nord Est , con il 20,2% dei volumi, mostra una crescita di +1,1% mentre il Sud che sviluppa il 19,2% dei volumi, ha chiuso l'anno con una flessione di -1,6%.

IL PESHOP TRADIZIONALE - PERFORMANCE CANALE



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Innovazione e specializzazione per combattere l'aggressività degli altri canali

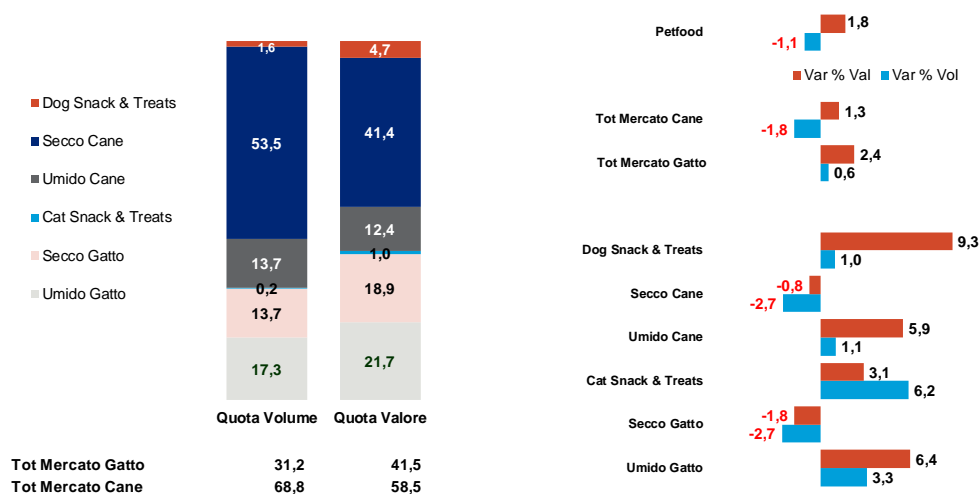
In riferimento al mercato degli alimenti cane e gatto, il canale Petshop nel 2016 prosegue il trend positivo delle vendite in valore, con una crescita del fatturato del +1,8%, mentre persiste la flessione dei volumi (-1,1%).

Nel Petshop la maggiore specializzazione, innovazione e focalizzazione su prodotti premium consente in parte di compensare la contrazione fisiologica legata a modifiche dei comportamenti d'acquisto (da prodotti multi-serve a prodotti single-serve e dall'umido al secco), di scelta degli animali (da cani di taglia grande a cani di taglia piccola) e l'aggressività delle Catene.

Gli **alimenti per cane** sono la categoria più importante nel Petshop Tradizionale: realizzano circa **367 milioni di euro** che equivale al **58,5% del fatturato** del canale. Gli **alimenti per gatto** garantiscono **260,6 milioni di euro** circa e rappresentano il **41,5% del fatturato**.

Nel canale si riscontrano dinamiche positive sia per gli alimenti cane (+1,3%) che per gli alimenti gatto (+2,4%). Il contributo alla crescita arriva dagli alimenti umidi e dagli snack, in flessione gli alimenti secchi: secco cane (-0,8%) e secco gatto (-1,8%).

Il mercato degli alimenti cane e gatto nel Petshop: peso e trend dei segmenti



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Sacco e lattina dominano il mercato

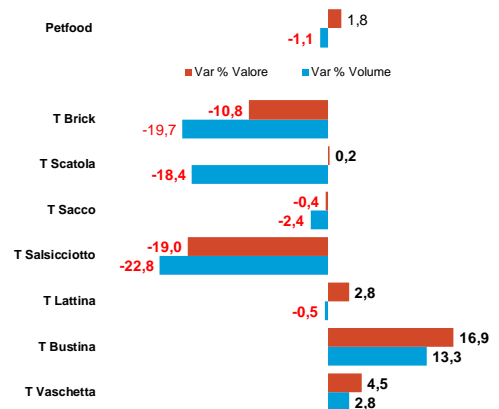
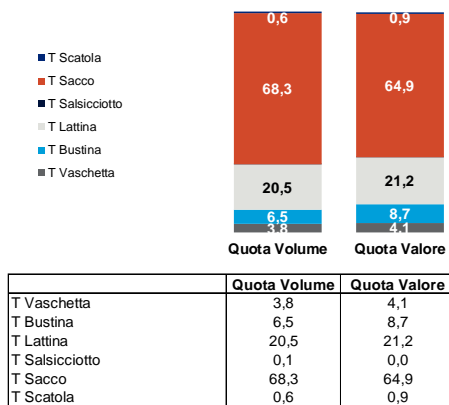
Confezioni e formati nel petshop tradizionale

Le Confezioni

Dato il vasto assortimento medio, è particolarmente interessante osservare la composizione ed i trend dei diversi pack e formati nel Petshop Tradizionale.

Sul totale Petfood si conferma la prevalenza sia in volume che in valore dei formati classici: il sacco è il formato che caratterizza il segmento degli alimenti secchi e la lattina quello degli umidi.

Peso e variazione % 2016/15 dei vari confezionamenti



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Continua la crescita della bustina e della vaschetta

Sacco e lattina insieme coprono circa l'89% dei volumi del mercato e mostrano tendenze diverse: il sacco è in flessione (-0,4% a valore e -2,4% a volume), la lattina mostra una crescita a valore del +2,8% a fronte di una flessione a volume di -0,5%. Prosegue la crescita della bustina (+16,9% a valore, +13,3% a volume) che ha raggiunto una quota valore di 8,7% e della vaschetta (+4,5% a valore e +2,8% a volume) che ha raggiunto il 4,1% di quota.

I Formati

• negli alimenti per CANI

Gli alimenti secchi vedono una prevalenza assoluta del confezionamento in sacco.

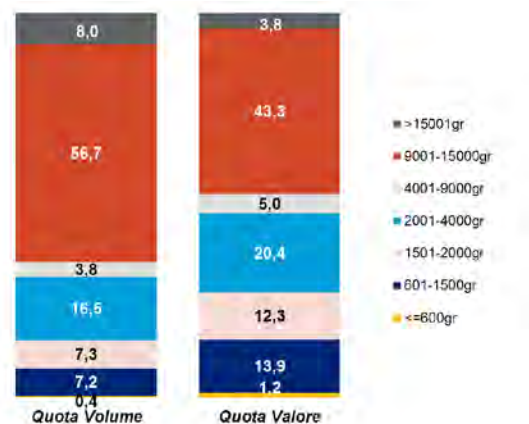
Anche nel 2016, le quote più consistenti sono realizzate dai formati scorta tra i 9-15 kg (56,7% dei volumi e 43,3% del fatturato) e dai formati più piccoli da 2-4 kg (16,5% dei volumi e 20,4% del fatturato), solitamente riservati agli alimenti per cani di taglia piccola o caratteristici delle linee ad alta segmentazione o funzionali.

I formati principali sono in flessione: il sacco tra 9 e 15 kg ha sviluppato una perdita a volume del -2,7% e a valore di -0,7%; il sacco tra 2-4kg mostra una perdita di -4,5% a valore e -5,8% a volume.

Continua la crescita della fascia dei prodotti tra 4-9 kg (+4,8% a valore e +0,9% a volume).

I sacchi tra 1,5kg e 2kg (12,3% di quota valore) sono in crescita a valore +0,7% e in flessione a volume -1,4%. I formati tra 601gr e 1,5kg (13,9% di quota) mostrano una lieve crescita a valore +0,6% e -0,1% a volume. I formati >15kg hanno sviluppato una perdita a volume di -0,2% e una crescita a valore di +5,7%.

**Peso dei formati – alimenti secchi CANE**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

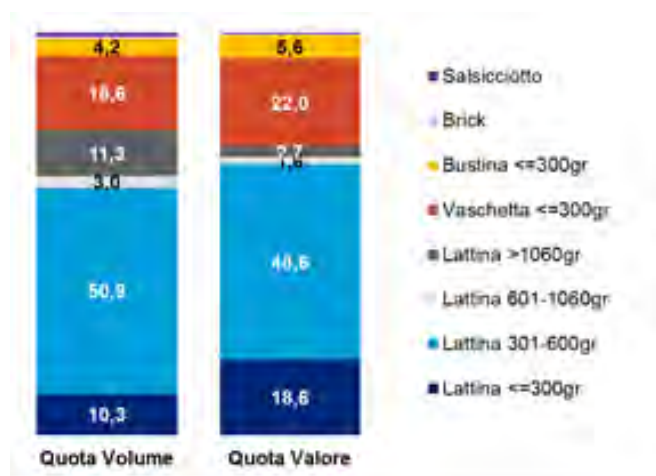
Per quanto riguarda gli **alimenti umidi**, il formato ancora dominante è quello della lattina di medie dimensioni 300gr-600 gr, corrispondente al pasto di un cane di taglia media, con il 48,6% del fatturato (+5,6% a valore e +2,2% a volume).

**Crescono i formati < 300gr**

Per questo segmento, i **formati < 300gr** (46.3% del fatturato) si confermano quelli **più dinamici**, con una crescita a valore di +8% e a volume di +5,7%. Questo formato mostra trend positivi per tutte le confezioni (lattina, vaschetta e bustina).

La lattina 600gr-1060gr mostra una lieve crescita a valore (+0,8%) e una flessione a volume di -4,4%, mentre la lattina >1060gr è in flessione (-7,9% a valore e -9% a volume)

**Peso dei formati - alimenti umidi CANE**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

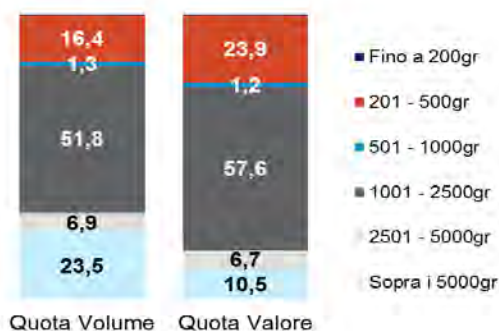
• **negli alimenti per GATTI**

Il segmento più importante tra gli **alimenti secchi** in termini di valori e volumi generati è il formato da 1 a 2,5 kg (57,6% a valore), seguito dal formato 201gr-500gr (23,9% a valore). Entrambi i formati mostrano una flessione sia a valore che a volume: il primo di -0,2% a valore e -1,3% a volume e il secondo di -5,1% a valore e -6,9% a volume.

La flessione si riscontra anche sugli altri formati.

I formati superiori ai 5kg mostrano una crescita a valore (+1,6%) e una flessione dei volumi del -1,3% mentre quelli dai 2 ai 5kg flettono del -9,2% a valore e del -9,9% a volume.

**Peso dei formati - alimenti secchi GATTO**



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

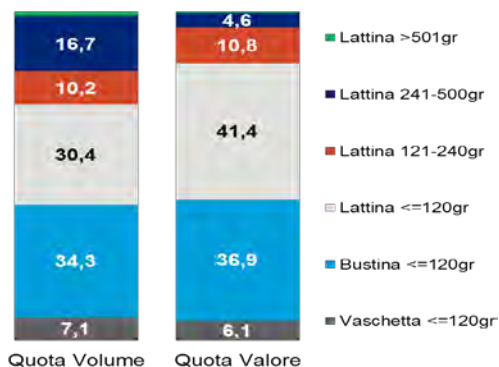
**Continua la crescita della bustina**

Per quanto riguarda il segmento degli **umidi** una prima segmentazione a valore evidenzia quote del 57% per lattina, 6,1% per la vaschetta e 36,9% per la bustina. Continua la crescita della bustina (+15,2% a valore e +11,4% a volume), ripresa della vaschetta che mostra una crescita a valore del +8,7% e a volume del +8%. La lattina mostra una lieve crescita a valore (+1,2%) e una flessione a volume (-1,4%).

Il formato <120 gr, che raggruppa le confezioni single-serve tipiche di questa grammatura, sulla somma dei tre pack, è il segmento dominante e copre l'84,4% del fatturato degli alimenti umidi per gatto. I trend più dinamici sono stati sviluppati dalla bustina, la vaschetta ha sviluppato una crescita a valore di +9,2% (+8,4% a volume) e la lattina <120gr mostra una crescita di +3% a valore (+3,1% a volume)

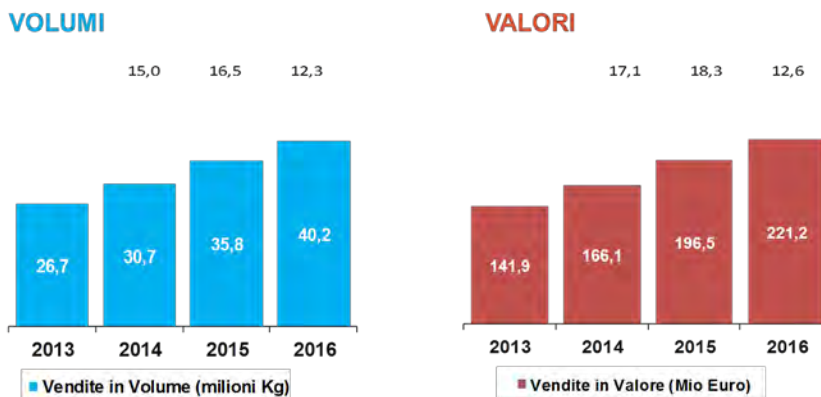
Negative le dinamiche della lattina 121gr-240gr (11,8% del fatturato) che perde l'1,7% a valore e il 4,5% a volume. Negative anche le dinamiche della lattina 241gr-500gr (-7,4% a valore e a volume).

**Peso dei formati - alimenti umidi GATTO**



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

LE CATENE PETSHOP - PERFORMANCE CANALE



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Le Catene continuano a mostrare una crescita a due cifre nel 2016 (+12,6% a valore e +12,3% a volume).

Gli alimenti per cani hanno sviluppato il 53,7% del fatturato (pari a 118,8 milioni di Euro e 25,8mila tonnellate), gli alimenti per gatto il 46,3% del fatturato catene degli alimenti per cane e gatto (102,4 milioni di Euro e 14,5 mila tonnellate)

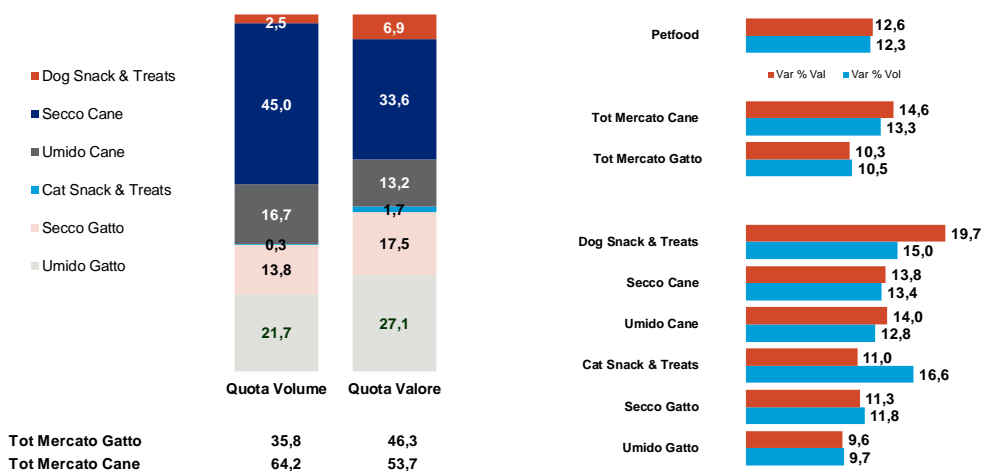
Tutti i segmenti sono in crescita: tra i più dinamici quelli relativi agli alimenti per cani. Da segnalare infatti gli alimenti secchi per cani (+13,8% a valore e +13,4% a volume), gli alimenti umidi per cane (+14% a valore e +12,8% a volume) e gli snack cane (+19,7% a valore e +15% a volume).

Le catene sono un format in sviluppo che integra i vantaggi dei Petshop Tradizionali legati alla specializzazione e all'innovazione con le logiche di gestione assortimentale e di display proprie del Grocery.

Come lo scorso anno, rispetto al Petshop Tradizionale, nelle Catene si evidenzia una maggiore canalizzazione degli alimenti per gatti (35,8% a volume vs 31,2% del Petshop Tradizionale) ed in particolar modo dell'umido gatto (21,7% a volume vs 17,3% del Petshop Tradizionale).

Alimenti gatto: quota superiore nelle catene rispetto ai petshop tradizionali

Il mercato degli alimenti cane e gatto nelle Catene: peso e trend dei segmenti



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017



## Confezioni e formati nelle catene petshop

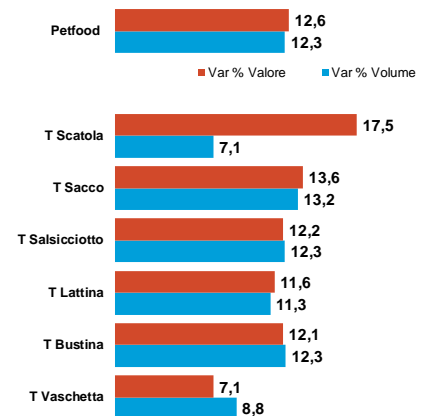
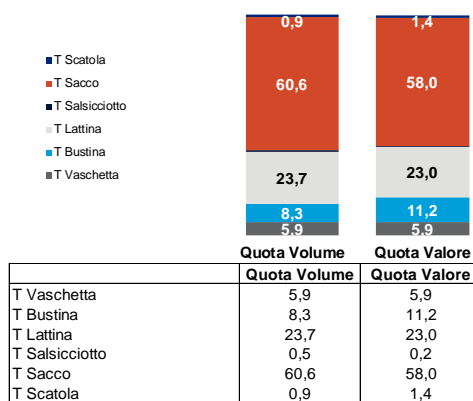
### Le Confezioni

Anche nelle Catene i formati principali rimangono il sacco e la lattina, il primo caratterizza in modo dominante il segmento secchi, la seconda il segmento umidi.

Per quanto riguarda l'intero mercato in esame, nelle Catene lattine, bustine e vaschette hanno un peso superiore in termini di quota rispetto a quello espresso nei Petshop Tradizionali, a svantaggio del sacco.

### Peso e variazione % 2016/15 dei vari confezionamenti

Maggiore presidio di lattina, bustina e vaschetta rispetto ai petshop tradizionali



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

### I Formati

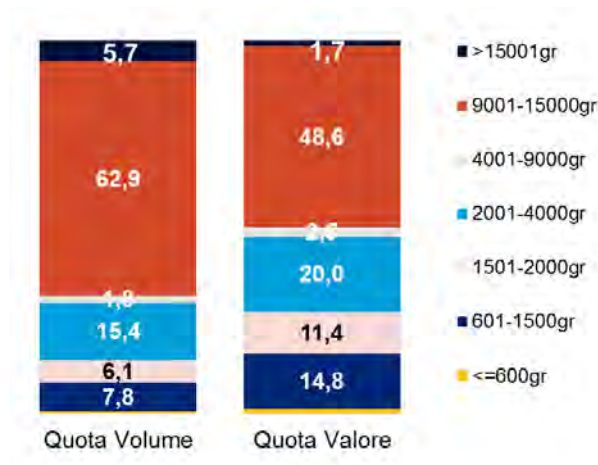
#### • negli alimenti per CANI

Gli **alimenti secchi** vedono una prevalenza assoluta del confezionamento in sacco.

Anche nelle Catene, le quote più consistenti sono tuttora associate ai formati scorta tra i 9-15 kg (48,6% del fatturato e 62,9% dei volumi), seguiti dai formati più piccoli da 2-4 kg (20% del fatturato e 15,4% dei volumi).

Tutti i formati sono in grande crescita: il formato più importante 9-15kg è cresciuto del +18,5% a valore e +17,6% a volume; il secondo formato 2-4kg è cresciuto del +18,4% a valore e 16,3% a volume); il terzo formato in quota valore 600gr-1,5kg è cresciuto di +11,3% a valore e +9,7% a volume; lievemente sotto media mercato la crescita del 1.5kg-2kg (+10,5% a valore e +8,8% a volume).

**Peso dei formati – alimenti secchi CANE**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

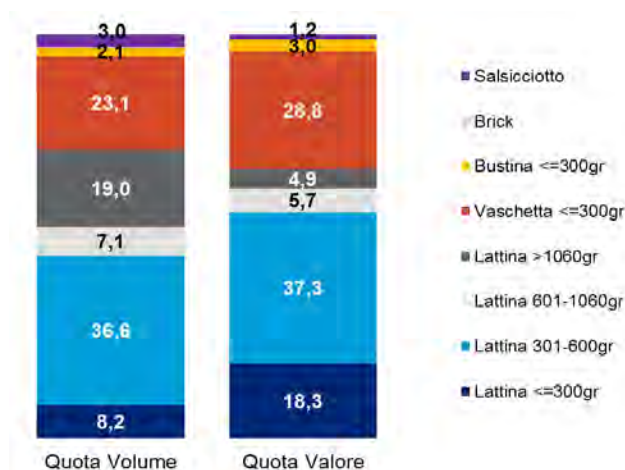
Tra gli **alimenti umidi**, i segmenti principali sono la lattina di medie dimensioni da 300gr a 600 gr (37,3% del fatturato) e la vaschetta <300gr (28,8% del fatturato).

**I formati principali sono i maggiori contributori alla crescita**

Tutti i formati mostrano dinamiche positive: la lattina di medie dimensioni da 300gr a 600gr (+14,8% a valore e +13,1% a volume), la vaschetta <300gr cresce del 7,3% a valore e del +8,7% a volume, la lattina < 300gr (+16,4% a valore e +17,5% a volume) che con il 18,3% di quota valore è la terzo formato del segmento.

Particolarmente performante la lattina 600gr-1060 gr (+40,4% a valore e +30,7% a volume) che sviluppa il 5,7% del fatturato del segmento; trend positivi ma sotto media mercato per la lattina > 1060gr (+9,4% a valore e + 9,1% a volume).

**Peso dei formati - alimenti umidi CANE**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

• negli alimenti GATTO

Per quanto riguarda gli **alimenti secchi**, la quota più importante è rappresentata dal formato da 1 a 2,5 kg (54,6% a valore) che mostra un tasso di crescita (+12,2% a valore e +12,3% a volume) lievemente superiori alla media degli alimenti secco gatto (+11,3% a valore e +11,8% a volume) seguito dal formato 201-500 gr (30,1% a valore) il cui trend è positivo ma sotto media mercato (+8,5% a valore e +5,7% a volume).

Particolarmente dinamici i formati 2,5kg - 5kg (+19,4% a valore e +17,6 % a volume) e i superiori ai 5kg (+14,8% a volume e del +15,2% a valore).

**Peso dei formati - alimenti secchi GATTO**

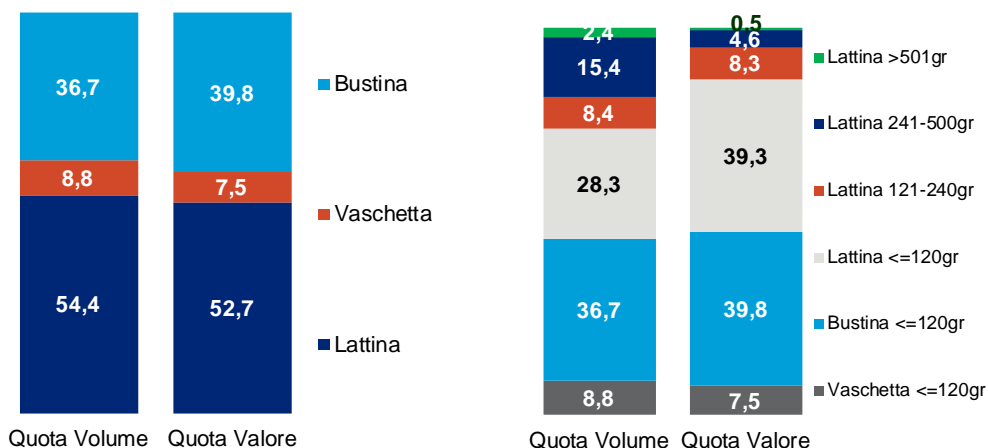


Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Per quanto riguarda il segmento degli **umidi gatto**, una prima segmentazione a valore evidenzia quote del 52,7% per la lattina, 7,5% per la vaschetta e 39,8% per la bustina. Tutti i formati sono estremamente dinamici, particolarmente la bustina (+11,5% a valore, +11,8% a volume).

Rispetto al Petshop Tradizionale, le catene mostrano una maggiore canalizzazione del formato <120gr che copre l'86,6% del valore totale degli alimenti umidi gatto e che anche quest'anno risulta particolarmente dinamico, con un contributo alla crescita che arriva da tutte le tipologie di confezione.

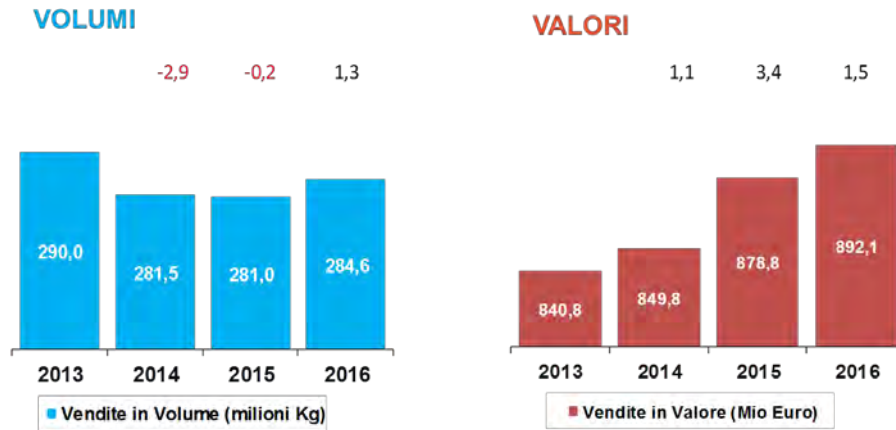
**Peso dei formati - alimenti umidi GATTO**



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Crescita a due cifre per i formati <120gr

LA GDO - PERFORMANCE CANALE



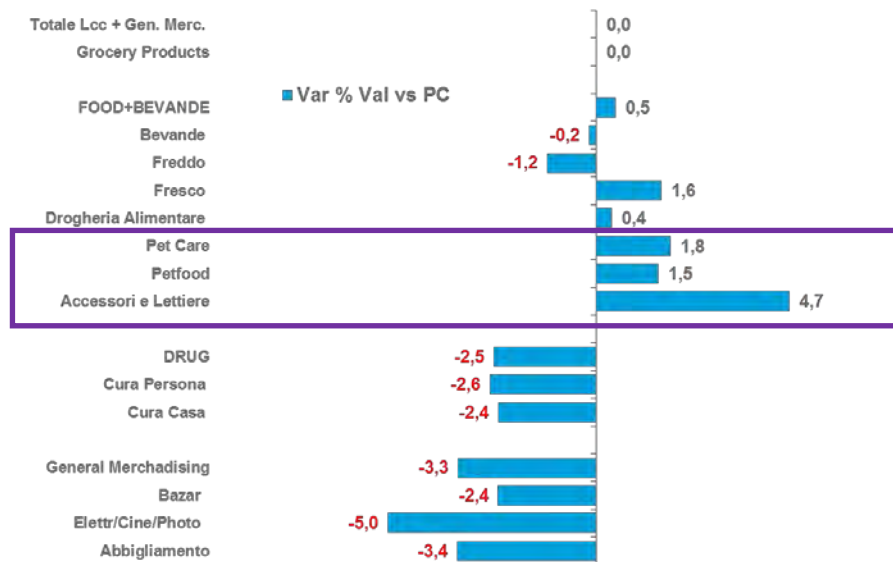
Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Continua la crescita a valore in GDO (+1,5%). Il mercato torna a crescere a volume

Nel 2016 il mercato **degli alimenti per cane e gatto nella GDO** (Ipermercati + Supermercati + Libero Piccolo Servizio) continua a mostrare una tendenza positiva del fatturato con una crescita di **+1,5%** a valore, in rallentamento rispetto alla crescita dello scorso anno; un segnale positivo arriva dai volumi con una inversione di tendenza rispetto allo scorso anno: il mercato torna a crescere a volume con un incremento di **+1,3%**.

In GDO, il petfood mostra una crescita a valore superiore rispetto al Largo Consumo Confezionato e al comparto Alimentari+Bevande.

Analisi trend vendite a valore nella GDO



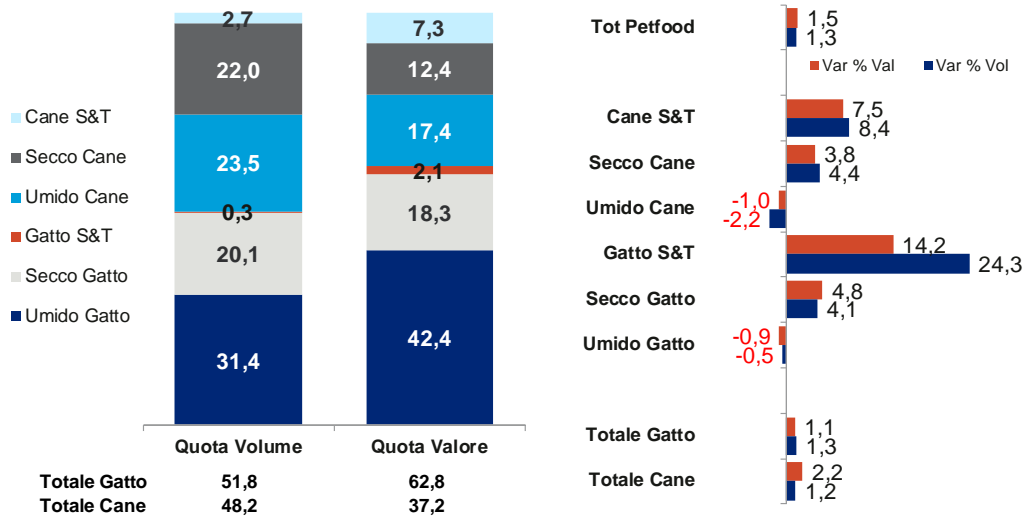
Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

In GDO gli **alimenti gatto** realizzano circa **560 milioni di euro** e coprono il 62,8% del fatturato, gli **alimenti cane** circa **332 milioni di euro** e realizzano il rimanente 37,8% del mercato. In termini di volumi, gli alimenti gatto realizzano il 51,8% del mercato mentre gli alimenti cane il 48,2%.

La crescita del mercato degli alimenti per cane e gatto è veicolata dagli alimenti secchi (cane e gatto) e dagli snack. Gli alimenti umidi che rappresentano la parte più consistente del fatturato mostrano una flessione sia a valore che a volume: umido gatto, -0,9% a valore e -0,5% a volume; umido cane -1% a valore e -2,2% a volume.

La crescita del mercato è trainata dagli alimenti secchi e dagli snack

**Il mercato degli alimenti cane e gatto nella GDO: peso e trend dei segmenti**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

**Confezioni e formati in GDO**

**Le Confezioni**

Anche nella GDO, analogamente a quanto osservato nei Petshop, le confezioni più vendute sono rappresentate dal sacco e dalla lattina, seguite dalla bustina e dalla vaschetta.

Le caratteristiche di questo canale, però, fanno sì che il rapporto tra due tipi di confezioni sia molto più equilibrato rispetto al dato del Petshop, in quanto strettamente legato al core business proprio di ciascun canale.

Nel petshop, infatti, come detto, al predominio degli alimenti secchi corrisponde una maggiore diffusione e rilevanza del sacco. In GDO, il sacco rimane il formato più venduto (35.3% di quota valore e 41.1% di quota volume) ma, a fronte della prevalenza dei cibi umidi, la lattina ha una maggiore importanza rispetto ai Petshop, veicolando il 24,4% del fatturato e il 30,6% dei volumi.

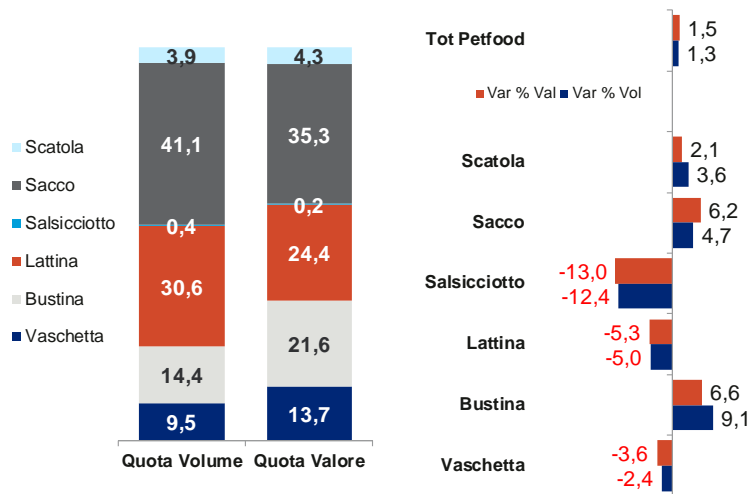
Anche la bustina e la vaschetta sviluppano in GDO una quota superiore a quella espressa nei Petshop, sviluppando rispettivamente una quota a valore del 21.6% e 13.7%.

Per questi ultimi due formati le quote a valore sono maggiori rispetto alle quote a volume, essendo confezioni tipiche delle referenze di fascia premium.

Anche la scatola ha una discreta presenza in GDO, a differenza del Petshop in cui è decisamente residuale. Il salsicciotto per cane, infine, conserva una minuscola quota.

Maggiore equilibrio tra lattina e sacco rispetto agli altri canali

**Peso e variazione % 2016/15 dei vari confezionamenti**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

**Bustina e sacco le confezioni in crescita**

Per quanto riguarda i trend, prosegue la **contrazione** a valore e a volume della **lattina** (-5,3% e -5% rispettivamente) mentre il **sacco cresce** a valore del +6.2% e a volume del +4,7%.

Continua la **crescita** della **bustina** (+6,6% a valore, +9,1% a volume) frutto del successo dei formati monoporzione di fascia premium sul canale.

La **vaschetta** mostra un'inversione di tendenza, con una **flessione** del 3,6% a valore e 2,4% a volume.

**I Formati**

• **negli alimenti per CANI**

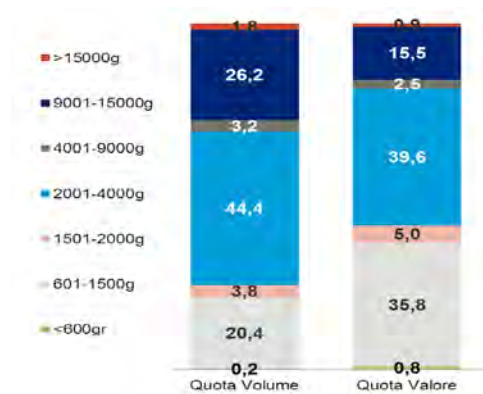
**Gli alimenti secchi** prevedono esclusivamente il confezionamento in sacco.

Il formato principale è quello dai 2 ai 4 kg (39,6% del fatturato), segue quello da 600gr a 1,5kg (35,8% del valore): continua la crescita del formato da 600gr a 1,5kg (+9,5% a valore e +10% a volume); contrazione a valore per il formato da 2 ai 4kg (-1%) a fronte di una crescita a volume del +1,7%.

Il terzo formato (15,5% del fatturato del segmento) 9kg-15kg, mostra una crescita a valore di +3,3% e a volume di 4,6%.

Da segnalare la crescita a valore (+3,4%) del formato 1,5kg-2kg che però mostra una contrazione a volume di -2,3%; infine piccolo ma in crescita il formato 4kg-9kg (+12,3% a valore e +11,3% a volume).

**Peso dei formati – alimenti secchi CANE**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

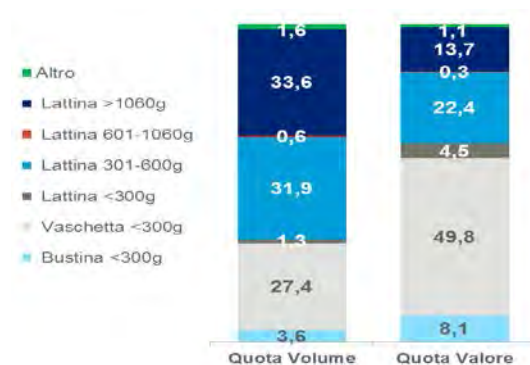
Per quanto riguarda gli **alimenti umidi**, il formato dominante a valore è la vaschetta < 300g (49,8% del fatturato) che ha sviluppato una flessione (-2,5% a valore e -0,8% a volume). In crescita gli altri formati < 300gr: la bustina < 300gr (+51,4% a valore e +60,9% a volume) e la lattina < 300gr (+3,3% a valore e +6,2% a volume).

In merito a questo ultimo formato, da segnalare quanto sia poco presente in GDO rispetto al Petshop Tradizionale: solo il 4,5 % del fatturato in GDO vs il 18,6% nel Petshop Tradizionale.

La lattina 300gr- 600gr (22,4% quota a valore) ha sviluppato una flessione a valore del -6% e a volume -3,9%.

La lattina >1060gr, terzo formato a valore (13,7% di quota) ma primo a volume, ha sviluppato una contrazione di -6,8% a valore e -5,3% a volume.

**Peso dei formati - alimenti umidi CANE**



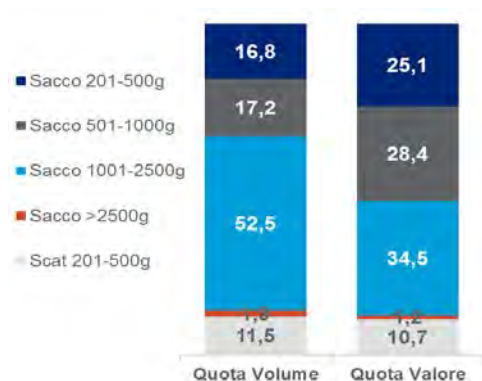
Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

**• negli alimenti per GATTI**

Come nel Petshop Tradizionale, per quanto riguarda gli **alimenti secchi** la quota più importante è rappresentata dal sacco nel formato da 1 a 2,5 kg (34,5% a valore, +3,7% vs 2015). In GDO, cambia tuttavia la ripartizione dei fatturati e dei volumi tra le diverse confezioni, con una predominanza dei formati più piccoli, il sacco da 200 a 500gr (25,1% del fatturato, +5,4% vs lo scorso anno) e in particolare il sacco da 500gr a 1kg che pesa il 28,4% del valore (+7,9% vs lo scorso anno) verso l'1,2% di quota nei Petshop Tradizionali.

Il formato più dinamico è quello 200gr - 500 gr anche per le ragioni di funzionalità, varietà e qualità percepita già evidenziate.

**Peso dei formati - alimenti secchi GATTO**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Anche per quanto riguarda il segmento degli **umidi**, si evidenzia una certa differenza rispetto al Petshop Tradizionale.

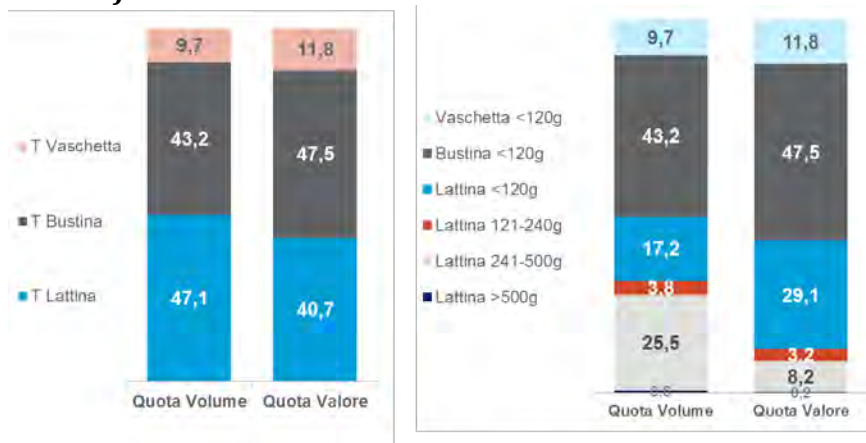
La lattina rimane il formato principale a volume con il 47,1% ma a valore il primo formato è la bustina (47,5% di quota a valore), seguita dalla lattina (40,7%) e dalla vaschetta (11,8% di quota a valore).

Le tre tipologie mostrano trend differenti: alla contrazione delle lattine (-5,3% a valore e -5,5% a volume) e della vaschetta (-5,4% a valore e -5,6% a volume) si contrappone la dinamicità delle bustine che hanno sviluppato rispettivamente una crescita a valore di +4,4% (+6,9% a volume).

Relativamente ai formati, continua la crescita del segmento <120 gr che realizza l'88,5% del fatturato ed è l'unico ad avere dinamiche positive (+0,9% a valore). Tutti gli altri formati evidenziano un calo dei volumi e dei fatturati. All'interno la crescita è trainata da bustina, mentre la lattina<120gr (29,1% di quota valore) mostra una contrazione a valore (-1,9%) e una lieve crescita a volume (+0,6%).

**In GDO cresce la bustina monoporzione**

**Peso dei formati - alimenti umidi GATTO**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

In generale, per gli alimenti per cani e gatti si conferma in GDO la tendenza ad acquistare alimenti di alta qualità, premium e super premium: da qui la tenuta della categoria all'interno di questo canale sostenuta dall'inserimento di nuove ricette e nuovi formati.



### La presenza delle Private Label nella GDO e catene

**Le Private Label: 22,4% del fatturato e 37,4 % dei volumi mercato pet food (GDO+Catene)**

Nel 2016, le Private Label hanno sviluppato una quota a valore del 17,8% a totale Largo Consumo Confezionato (mercati Food e non Food) in aumento di +0,2 pti verso il 2015. Nell'ultimo anno, la marca del distributore è tornata a crescere dopo la battuta di arresto che aveva subito nel biennio precedente.

All'interno dell'offerta generale della Private Label si conferma la flessione nel primo prezzo e una sempre maggiore attenzione ai prodotti di fascia Premium e/o Biologici che rappresentano ancora una nicchia del mercato realizzando circa il 7% del fatturato ciascuna (sul totale fatturato della marca del distributore) ma crescono rispettivamente del 16,6% e del 15,5% a valore.

Pur continuando quindi, in generale, a rivolgersi a un target di acquirenti che valorizzano il rapporto qualità -prezzo, le insegne cercano di aprirsi a nuovi acquirenti che pur attenti al prezzo preferiscono prodotti sempre più ricchi e differenziati come quelli biologici e premium.

Nel mercato del Petfood - canale **GDO** - le **Private Label** sviluppano una quota valore del **22,1%** in flessione di -0,5 pti verso il 2015 (Ipermercati+ Supermercati+LSP); se il perimetro di analisi si allarga al totale Grocery la quota valore delle Private Label si assesta al 30,4% (+0,7 pti verso il 2015).

In termini di trend, in GDO la Private Label mostra un miglioramento rispetto alle performance negative del 2015.

L'Industria di Marca, nonostante un rallentamento rispetto al 2015, continua ad sviluppare una performance superiore a quella della Marca del Distributore.

Per quanto riguarda le **Catene**, vale la pena osservare che il fatturato sviluppato dalle **Private Label** è pari al **23,5%** di quello sviluppato complessivamente dal mercato, con una crescita di +2,8 pti verso il 2015.

A differenza della GDO, nelle Catene, anche nel 2016 si conferma per la Private Label un tasso di crescita superiore a quello dell'industria di marca, con un contributo alla crescita del mercato superiore alla quota espressa. Nelle catene la crescita della Private Label è supportata anche da un ampliamento nel numero medio dell'assortimento che implica una sempre più elevata visibilità a scaffale.

All'interno delle catene, quindi, la Private Label sembra tutelare il binomio qualità/prezzo fornendo un buon contributo alle vendite: ciò potrebbe essere legato a fattori di fidelizzazione che fanno leva sui prezzi e/o sulla scelta di un mix assortimentale non ancora pienamente sviluppato.

### La leva promozionale

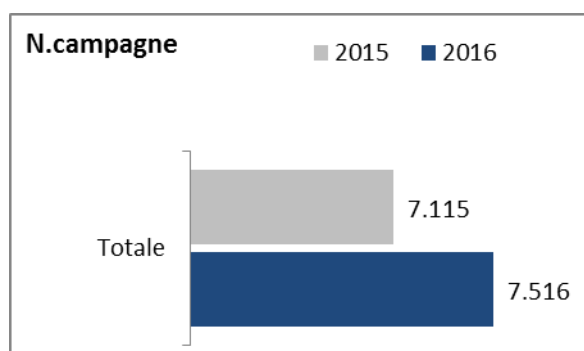
Nel 2016 la pressione promozionale di prezzo del mercato del Largo Consumo Confezionato si è assestata al 27,9% del fatturato complessivo, in linea con quella sviluppata nel 2015.

In GDO, la pressione promozionale a valore di prezzo del mercato Petfood è stata pari al 26,8% del fatturato del mercato (+0,7 pts verso il 2015) con una profondità di sconto medio pari al 24%.

Gli alimenti per gatti mostrano un'incidenza promozionale a valore di 28,9% verso il 23,3% degli alimenti per cani.

Nelle Catene Petshop la pressione promozionale a valore di prezzo è stata di 18,7% (+1,1 pts verso il 2015). Anche nelle Catene Petshop, gli alimenti per gatti mostrano un'incidenza superiore rispetto a quelli per cane (23,8% vs 15%).

L'utilizzo del volantino come veicolo della leva promozionale per la categoria del Petfood è in crescita: tra il 2015 ed il 2016 le campagne (titoli dei volantini) sono aumentate del +5,6%, passando da 7.115 a ben 7.516<sup>8</sup>.



L'aumento delle campagne che trattano prodotti del petfood si verifica soprattutto in Ipermercati, Supermercati, Catene Petshop.

In quasi tutti i canali si rileva un aumento delle referenze petfood per volantino. In controtendenza le Catene Petshop, dove si riscontra una riduzione del numero di referenze sia per volantino che per pagina, dimostrando un orientamento alla razionalizzazione degli assortimenti.

<sup>8</sup> Fonte IRI IN-STORE FLYER® (www.instoreflyer.it realizzato in partnership con Qberg srl): monitoraggio dei volantini di Ipermercati, Supermercati, Superette, Discount, Cash&Carry e le catene petshop (ARCAPLANET, MAXIZOO, L'ISOLA DEI TESORI, FORTESAN) e garden center VIRIDEA

**ALIMENTI PER ALTRI ANIMALI DA COMPAGNIA**

Il segmento degli alimenti per altri animali da compagnia è, come negli anni passati, analizzato in relazione agli acquisti rilevati solamente sui tre format della GDO, ovvero Ipermercati, Supermercati e LSP.

Nel 2016 il mercato “alimenti per altri animali da compagnia”, con un fatturato di poco più di 16 milioni di euro, conferma il trend negativo dello scorso anno con una flessione del -6,4% a valore e -2,7% a volume.

**Persiste il trend negativo degli alimenti per altri animali**

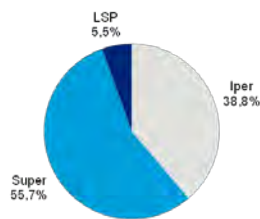
INDICATORI DI MERCATO	AT DIC16	VAR.%
Valore (Euro)	16.141.900	-6,4
Volume (U.M.)	3.145.674	-2,7
Unità (Pz.)	7.596.296	-5,7
Prezzo Medio Volume	5,13	-3,9

Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

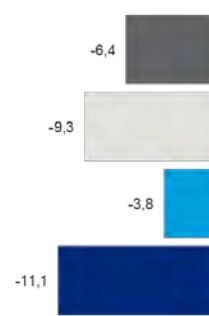
I Supermercati, che sviluppano il 55,7% del fatturato, nel 2015 hanno realizzato una perdita a valore del -3,8%.

Gli Ipermercati che realizzano il 38,8% del fatturato, perdono il 9,3% a valore. Flessione importante anche per il libero servizio piccolo (-11,1% a valore).

PESO % A VALORE



VAR. % VALORI P.C.



N. MEDIO DI REFERENZE

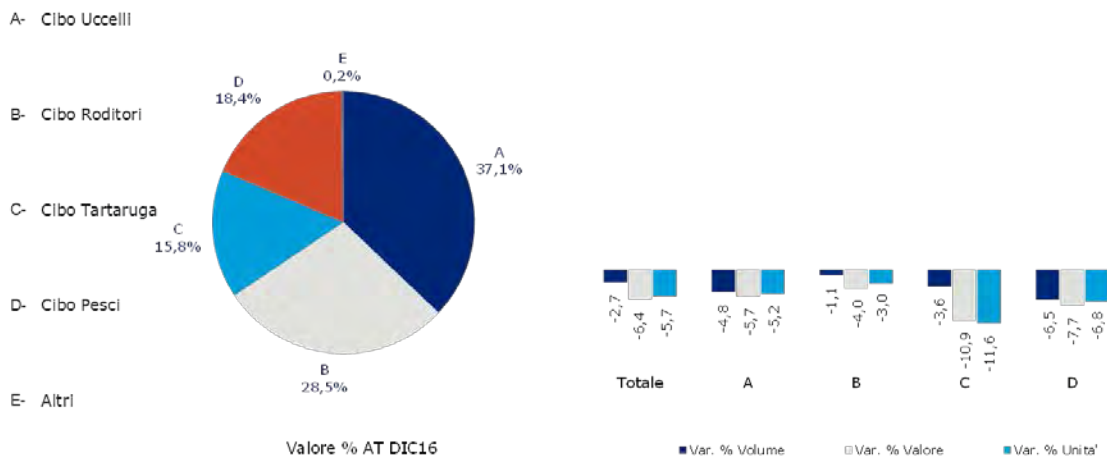
	DIC 15	DIC 16
Totale Italia	44,8	43,9
Iper	86,0	88,5
Super	22,2	21,2
LSP	3,7	3,7

Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

Il segmento principale è quello degli alimenti per **uccelli che copre il 37,1% del valore** (54,2% dei volumi) e mostra dinamiche negative (-5,7% a valore, -4,8% a volume). Seguono gli alimenti per roditori (28,5% del fatturato e 40,7% a volume) anch’essi in perdita (-4% a valore, -11% a volume) rispetto allo scorso anno.

Si confermano i trend negativi anche per i segmenti minori - alimenti per tartarughe e alimenti per pesci.

**Peso dei diversi alimenti per tipo di animale**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

**ACCESSORI**

Continua la crescita degli accessori in GDO anche per il 2016 (+6% a valore e +7% a volume). Ricordiamo che, come per le altre categorie, anche per quanto concerne la categoria degli accessori (che include i segmenti igiene, giochi e altri accessori, ovvero guinzagli, cucce, ciotole, gabbie, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia) il canale di riferimento è la somma di Ipermercati, Supermercati e LSP.

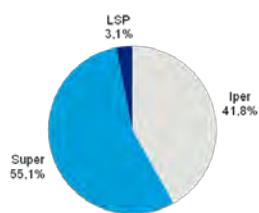
INDICATORI DI MERCATO	AT DIC16	VAR.%
Valore(Euro)	72.285.379	6,0
Volume(U.M.)	16.227.301	7,0
Unità (Pz.)	16.227.301	7,0
Prezzo Medio Volume	4,45	-0,9

Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

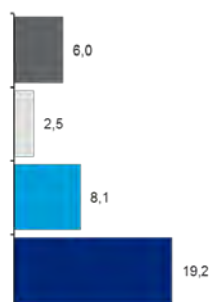
Nel 2016, il mercato mostra un trend positivo in tutti i canali e un assortimento in crescita (ipermercati).

AREA MERCATO

PESO % A VALORE



VAR. % VALORI P.C.



N. MEDIO DI RIFERENZE

	DIC 15	DIC 16
Totale Italia	146,8	152,9
Iper	285,7	318,6
Super	70,0	69,2
LSP	5,8	6,2

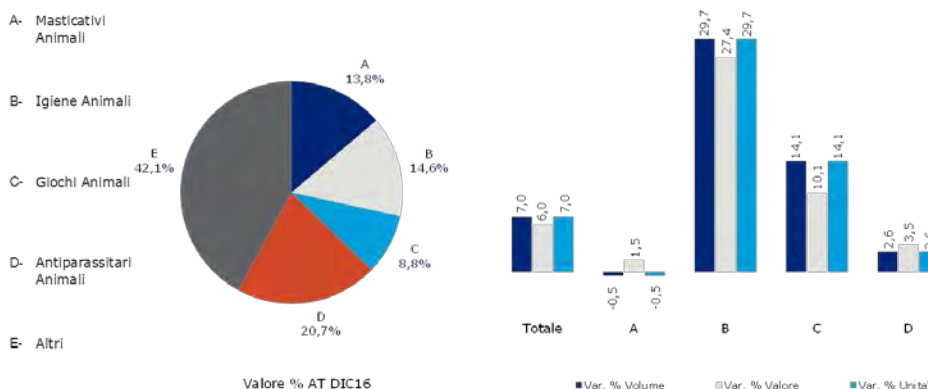
Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

**Trend superiori alla media mercato per l'igiene**

Il trend positivo della categoria è trainato dalle principali tipologie di prodotto: i prodotti per l'Igiene Animali (shampoo, spazzole, deodoranti, tutto ciò che ha a che fare con la cura e la bellezza) (+27,4% a valore verso il 2015), i Giochi (+10,1% a valore), Antiparassitari (+3,5% a valore).

Positivo a valore il trend dei Masticativi Animali (+1.5%) ma in lieve flessione in volume (-0,5%). Gli altri Accessori mostrano una crescita del +2% a valore.

**Peso dei diversi accessori**



Fonte: IRI – 52 settimane al 1° Gennaio 2017

**Nel 2016 il mercato delle lettiere mostra una ripresa**

**Le lettiere per gatto**, pur considerabili come accessori appartenenti al segmento igiene, vengono invece rilevate a parte, in quanto costituiscono l'ulteriore e più importante segmento non food nel canale GDO; nel 2016 esso vale infatti oltre 67 milioni di Euro. Nel 2016 il mercato mostra una crescita a valore del +3,7% e a volume del +1,9%.

## AREA MERCATO

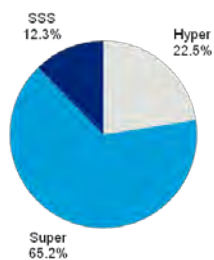
INDICATORI DI MERCATO	AT DIC16	VAR %
Valore (Euro)	67.434.165	3,7
Volume (U.M.)	118.428.610	1,9
Unità (Pezzi)	22.298.606	3,4
Prezzo Medio Volume	0,57	1,8

Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

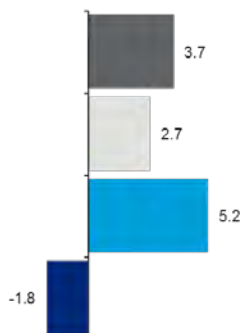
Per quanto riguarda le performance dei canali, i Supermercati, che veicolano il 65,2% del fatturato del mercato, nel 2016 hanno sviluppato una crescita del fatturato del 5,2%, il canale Ipermercato mostra una ripresa verso lo scorso anno con una crescita del +2,7% a valore, continua la flessione le libero servizio piccolo (-1,8%) .

AREA MERCATO

PESO % A VALORE



VAR. % VALORI P.C.



N. MEDIO DI REFERENZE

	P1315	P1316
Total Italy	7.7	8.0
Hyper	11.0	11.2
Super	7.1	7.6
SSS	3.5	3.6

Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

**Continua la crescita del formato fino a 5kg**

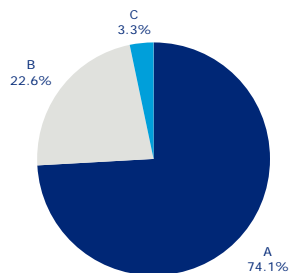
Il **formato** più venduto (quota valore del 74,1%) rimane quello compreso tra i 5 e gli 8 kg che presenta una lieve flessione a valore (-0,4%). Continua la crescita del formato “salvaspazio” fino a 5 kg (+19,7% a valore, +15,2% a volume) che consente una battuta di cassa inferiore anche se in definitiva meno conveniente del formato grande. In crescita anche il formato >8kg (+5,6% a valore)

**Peso delle lettiera per gatto**

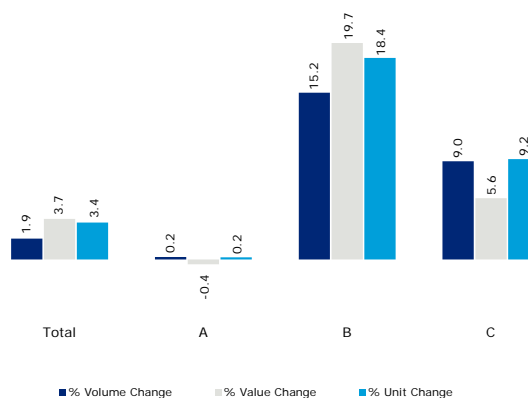
A- Da 5kg a 8kg

B- Fino a 5kg

C- > 8 kg



Value % 13M P1316



Fonte: IRI - 52 settimane al 1° Gennaio 2017

## INDAGINE SUI PROPRIETARI DI PET SHOP

*Quali caratteristiche contraddistinguono oggi un negozio specializzato in prodotti per animali d'affezione? Qual è il profilo del titolare di pet shop in Italia? Quali consigli sono più richiesti dai clienti proprietari di pet?*

Confrontando i dati di una prima indagine, commissionata da PetTrend<sup>9</sup> cinque anni fa su un campione di 500 titolari di pet shop, con quelli di una seconda analisi del 2017<sup>10</sup>, è possibile osservare l'evoluzione del canale pet shop in Italia negli ultimi anni e analizzare alcune tendenze del commercio specializzato.

Rispetto a dati di vendita del canale, riportati nei capitoli precedenti, questa recente indagine approfondisce aspetti differenti quali, ad esempio, il profilo del negoziante, ma soprattutto evidenzia l'importanza della relazione tra negoziante e proprietario e mostra le scelte e le iniziative dei pet shop per fidelizzare la clientela.

### Il profilo del negoziante moderno

Negli ultimi cinque anni sono aumentate le aperture di nuovi punti vendita da parte di titolari più giovani rispetto al 2012 e con un livello d'istruzione superiore.

Il negoziante di pet shop è prevalentemente uomo al Sud e nelle isole; è soprattutto donna nell'area Nord Est, mentre nel Centro Italia e nel Nord Ovest non si registrano differenze significative di genere.

In generale, il titolare ha meno di 35 anni (26%) o ha un'età compresa tra 35 e 45 anni (il 41%) e possiede un diploma. Senza distinzioni significative tra aree geografiche, nei pet shop lavora una sola persona, titolare unico, o al massimo collabora con un familiare.

### Relazione personale con i pet: i titolari di petshop possiedono animali

Quasi la totalità dei negozianti, il 93% è anche proprietario di un pet: i più numerosi sono negozianti proprietari di cani, seguiti dai proprietari di gatti e di uccellini. Questo dato era già emerso nel 2012 e da allora è cresciuto di 8 punti in percentuale, a dimostrazione del fatto che chi svolge questo mestiere ha anche una grande passione per gli animali.

Per i clienti del pet shop, proprietari di animali, sapere di avere nel punto vendita di fiducia un interlocutore che a sua volta vive con un pet è un elemento importante, una garanzia, in quanto si ritiene che possa conoscere al meglio le esigenze dei suoi acquirenti.

Sono i titolari più giovani e i residenti nel Sud e nelle Isole a registrare un più alto indice di possesso di cani (92.4%), mentre nel Nord Est sono più numerosi i negozianti possessori di gatti, che registrano anche un'età media maggiore.

### Servizi e Vendita di animali

La quasi totalità dei pet shop vende **accessori e prodotti specifici per la cura e l'igiene dei pet, oltre ovviamente gli alimenti e gli snack**. La quota di **vendita degli alimenti**

<sup>9</sup> <http://www.pettrend.it/ricerche-di-mercato.html>

<sup>10</sup> Indagine realizzata da: Antonella Cassinari - Research & Consulting (associata ESOMAR) Realizzazione interviste: K-Research (associata ESOMAR e ASSIRM) Il campione, 500 pet shop è stato selezionato dalle Pagine Gialle su estensione nazionale. Le interviste sono state realizzate tramite interviste telefoniche effettuate con sistema C.A.T.I. su questionario strutturato. Margine massimo di variabilità dei dati: da +/-0,3 a +/- 1,5% (al 95% di probabilità) per i dati riferiti al totale campione.



risulta maggiore nei negozi che vendono animali (98,6%). Ha, invece, un peso leggermente inferiore nei punti vendita più piccoli (78,8 %), con titolari in attività da meno tempo (84,7%).

Quasi sei pet shop su dieci forniscono **servizi complementari**, come la toelettatura e le consegne a domicilio.

Negli ultimi cinque anni i pet shop hanno ridotto la vendita di animali, soprattutto di animali esotici, che resiste solo nei punti vendita del Sud Italia e di alcuni altri servizi come le consegne a domicilio o la toelettatura, che sono offerti maggiormente nel Centro, Sud e Isole, nei negozi gestiti da un unico titolare (74,8%) e aperti da meno tempo (64,6%).

Solo tre punti vendita su dieci vendono animali: si tratta di negozi di grandi dimensioni, a gestione familiare e ubicati prevalentemente al Sud.

### Internet

Il negoziante si documenta e si aggiorna attraverso riviste tradizionali di settore, anche on line. Partecipa frequentemente alle fiere e soprattutto a convegni e workshop.

I punti vendita specializzati comunicano a loro volta attraverso il sito Web. Dal 2012 a oggi sono inoltre aumentati considerevolmente (dal 18,9 % al 49,4%) i pet shop che hanno aperto una pagina Facebook. In generale però l'e-commerce non è esploso. Il negoziante preferisce dedicarsi a strategie promozionali e sconti speciali attraverso internet o i Social per attrarre i clienti nel punto vendita.

Rispetto al 2012 è aumentato significativamente **il ricorso da parte dei Pet Shop** a strumenti di marketing e strategie commerciali e di comunicazione per accrescere la propria visibilità, in prospettiva dell'incremento del volume di affari da realizzare.

La **promozione attraverso Internet** è cresciuta molto nell'arco di questi cinque anni soprattutto nei pet shop di maggiori dimensioni (40%), gestiti dai più giovani (45,6%), con anzianità professionale che non supera i dieci anni (44,4%), con un livello di scolarizzazione più alto (38,8%) e che offrono servizi (39,7%).

### Livello di fidelizzazione della clientela

Il livello di fidelizzazione del cliente è elevato (sebbene tendenzialmente in calo).

Più della metà dei clienti si possono definire **abituali**. In quasi quattro pet shop su dieci, la clientela è composta in egual misura da abituali ed occasionali. Possono contare su clienti più "affezionati" soprattutto i titolari over-55 (71,4%) e che operano da 10-20 anni (66,1%).

**I pet shop attivi su Internet** hanno un bacino di utenza misto in misura maggiore della media (45,6%).

Nelle **regioni meridionali** si osservano percentuali maggiori di negozi che vendono prodotti per le specie di animali d'affezione diverse dai cani. Sono maggiori le quote di vendita di prodotti **per cani** nei piccoli negozi (57,3%), in quelli più nuovi (54,6%) e che forniscono servizi (55%).

Le quote di vendita dei prodotti per **gatti** sono maggiori nelle città più grandi (38,7%).

### In base a cosa si sceglie dove acquistare?

Poco più della metà dei pet shop italiani ha sede nel centro città, ma resistono nelle periferie i punti vendita di maggiori dimensioni e dotati di ampio parcheggio. Solo il 4% dei pet shop italiani ha sede all'interno di un centro commerciale.

**La possibilità di parcheggio** influisce sulla scelta di negozi ubicati lontano dal centro (15,4%).

**L'assortimento** fa scegliere di più i grandi negozi (44,8%), **la vicinanza a casa** quelli più piccoli (20,4%). L'assortimento attira clienti anche nei punti vendita che vendono animali (42,5%), mentre in quelli che forniscono servizi ciò che attira maggiormente è la **competenza** riconosciuta al negoziante (63,3%).

La **competenza** influisce di più anche nei pet shop il cui titolare ha un'esperienza che va dai 10 ai 20 anni (69,4%) e con una clientela abituale (62,5%).

### Quali consigli sono richiesti al negoziante?

Negli ultimi cinque anni le richieste da parte dei proprietari ai negozianti sono notevolmente cambiate.

Rispetto al 2012 i clienti ricorrono di più ai pet shop per farsi consigliare su igiene e bellezza, ma anche sulla scelta del veterinario (33,2% in crescita esponenziale rispetto al valore del 2012, 7,6%), sull'educazione/addestramento (valore cresciuto dal 5,6% al 22%), sulla scelta di pensioni, dog e cat sitter e sulla riproduzione (dal 1,5% del 2012 al 10%).

Il confronto con il negoziante è utile per la **scelta del veterinario** soprattutto nelle città più grandi (44,2). Nei punti vendita di maggiori dimensioni ci si informa anche di più su **salute e benessere dei pet** (57%). Quelli che offrono servizi, forniscono più consigli degli altri su **igiene e bellezza** dei pet (50,2%).

I consigli sull'alimentazione sono sempre i più frequenti, (79,4%) ma si registra un calo rispetto ai dati espressi dall'indagine del 2012 (che evidenziava un 89,9%). Si chiedono più consigli sull'**alimentazione** soprattutto nei negozi più grandi (88,5%), che vendono animali (89,7%), con titolari più esperti professionalmente (87%).

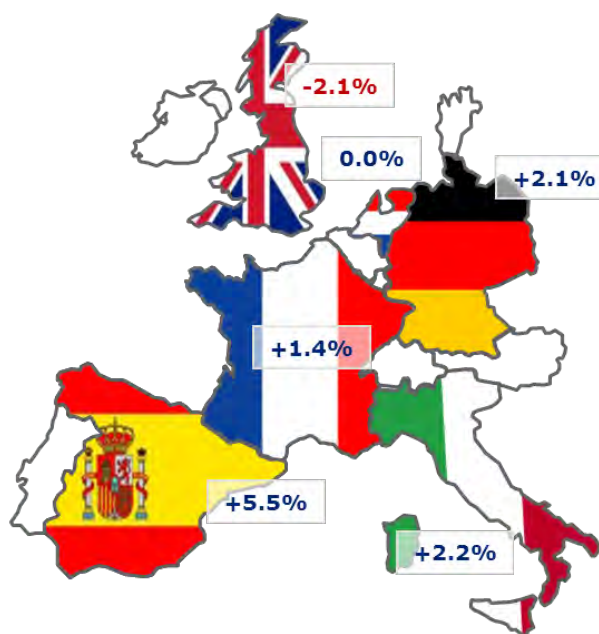
La percentuale di consigli riferiti alla salute e al benessere è calata dal 67,9% del 2012 al 51,4% attuale. Anche i consigli richiesti al negoziante su temi di comportamento e gestione dell'animale seguono la stessa tendenza fermandosi al 30,4% rispetto al 48,8% del 2012.

Questo dato rientra nella tendenza generale che vede in calo il coinvolgimento del negoziante (ma anche dell'allevatore o del toelettatore) su questi temi: ci si rivolge preferibilmente al medico veterinario quale figura professionale qualificata su questioni legate alla salute e al benessere dell'animale.

## PANORAMICA EUROPEA DEL PETCARE

Il mercato del pet care<sup>11</sup> in Europa (rilevato in Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Regno Unito, e Spagna), nell'anno terminante a giugno 2016, ha registrato una crescita a valore pari a +0,9%, arrivando a raggiungere i 9.980 milioni di euro in questi soli sei Paesi.

Il trend è stato trainato da Spagna (+5,5%), Italia (+2,2%), Germania (+2,1%), Francia (+1,4%). Fatturato in linea con il periodo corrispondente per l'Olanda, mentre rimane in campo negativo la Gran Bretagna (-2,1%), primo paese per fatturato sviluppato.



**TOTALE EUROPA +0,9%**

Fonte: IRI Giugno 2016

### Il mercato pet europeo

Il segmento degli alimenti per gatti rappresenta il core business della categoria petfood a livello europeo. Copre, infatti, la metà delle vendite (50,3%) dell'intera macrocategoria del Petcare e, con una crescita del fatturato di +1,2% (pari a +55 milioni di euro), è stato il primo contributore alla crescita del mercato in Europa. Gli alimenti per cani hanno contribuito alla crescita della categoria (+0,5%, pari a 17,8 milioni di euro) ma con un contributo inferiore al segmento per gatti. I cibi per altri animali domestici mostrano un trend negativo (-2,3%). In buona crescita gli accessori per animali domestici, con un tasso di sviluppo del fatturato pari al + 2,2% (+18,7 milioni di euro)

In tutti i paesi europei analizzati, si riscontra una crescita del segmento snack per cani che sta diventando sempre più importante e significativo.

<sup>11</sup> Rilevazioni IRI nel solo canale Mass Market, include alimenti per cani, gatti, altri animali e accessori per animali

L'umido monoporzione e, in seconda battuta, il secco costituiscono il "motore" della crescita degli alimenti per gatti: si conferma l'interesse per gli alimenti umidi monoporzione per gatti che rappresenta il segmento in cui si investe maggiormente, con nuove referenze, nuovi gusti "premium", formati più piccoli, nuovi packaging oppure confezioni più pratiche e semplici da utilizzare.

Gusti di ottima qualità in piccoli formati e confezioni di facile uso sono le principali aree di innovazione delle marche.

Nella macrocategoria della cura degli animali, le Private Label stanno perdendo quota nella maggior parte dei paesi.

### Francia

IRI registra un cambiamento nel mercato del pet in Francia, che risulta dinamico nelle vendite a valore (+1,2%), ma leggermente negativo nelle vendite a volume (-0,4%). C'è un contrasto tra gli alimenti per gatti (ancora dinamici, +2,4%) e quelli per cani (alquanto stabili +0,2%). Gli alimenti per gatti registrano una buona performance, principalmente guidata dagli alimenti secchi (+3,1%); gli alimenti umidi crescono in misura minore. Gli alimenti per cani registrano invece una certa stabilità nel segmento principale (quello degli alimenti secchi, +0,3%), mentre gli alimenti umidi sono ancora in calo (-1,5%).

La categoria dell'accessoristica è in un miglior stato di salute rispetto al 2015 (+1,2%) grazie alle lettiere per gatti, che registrano una buona performance (+1,6%). C'è inoltre una lieve crescita per gli alimenti per altri animali (+0,5%), generata dalla sola crescita degli alimenti per uccelli (+5,7%).

### Germania

Il pet care in Germania è cresciuto del 2,1% a valore, guidato dalla crescita degli alimenti per cane e gatto, alimenti per piccoli animali e roditori e lettiere per gatto. Gli alimenti per cane e gatto contribuiscono attualmente all'89% delle vendite a valore dell'intero mercato del pet food, mentre in termini di vendite a volume gli alimenti per gatto sono gli unici a crescere. I discount, che continuano a coprire la quota maggiore a valore, pari al 42%, mostrano il più grande declino negli alimenti per gatto, seguiti da quelli per cane.

Gli accessori per i pet mostrano una crescita a valore pari al 5,7%, ma il miglior sviluppo è quello a volume, grazie alla crescita delle lettiere per gatti, unico segmento in crescita.

### Spagna

Il mercato totale del pet food continua a crescere nel primo semestre del 2016, sia a volume che a valore. Il segmento del gatto è quello che più contribuisce alla crescita; il segmento cane ha invertito il suo andamento e cresce a sua volta. Gli alimenti per cani rimangono il principale segmento con una quota a valore del 59,2%, mentre gli alimenti per gatto rappresentano il 36,6% (+1.3 punti rispetto al 2015). Gli alimenti secchi (sia per cane che per gatto) sono il segmento più dinamico e spiegano l'andamento positivo delle vendite a valore degli alimenti per cane e gatto. Gli snack per cani crescono ancora a volume (+8,7%).

Tutti i canali sono in crescita, ma i supermercati sono quelli che fanno registrare le migliori performance e il canale principale per la categoria.

### Regno Unito

Il pet care mostra un calo del 2,1% a valore nel periodo terminante a giugno 2016. Il calo è guidato dagli alimenti per cane e gatto, in calo rispettivamente del 2,4% e dell'1,7%.

Gli alimenti per altri animali, così come l'accessoristica, mostrano un calo a valore.

## GLOSSARIO

**Alimenti funzionali** – alimenti che al di là delle caratteristiche nutrizionali possono influire positivamente su specifiche funzioni fisiologiche contribuendo a migliorare il benessere dell'animale.

**Aree Geografiche** - **Nord Ovest:** Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria;  
**Nord Est:** Emilia Romagna, Veneto, Friuli Venezia Giulia e Trentino;  
**Centro + Sardegna:** Lazio, Umbria, Toscana, Marche, Sardegna;  
**Sud:** Campania, Abruzzo, Molise, Puglia, Calabria, Basilicata e Sicilia

**Canale specializzato** – Tutti i punti vendita non appartenenti al canale grocery, in particolare i petshop, sia tradizionali che catene, ma anche gli altri canali in cui sono distribuiti prodotti per animali da compagnia in modo non esclusivo o prevalente: garden center, brico center ed agrarie.

**Catene Petshop** - insieme di punti vendita specializzati nella vendita di alimenti ed articoli per animali dotati di una struttura organizzata di almeno 7 punti vendita di proprietà.

**Garden center** – negozio specializzato nella vendita di piante e prodotti per il giardinaggio. Può essere dotato di un reparto animaleria o “pet corner”, uno spazio dedicato ai prodotti e gli alimenti per gli animali da compagnia.

**GDO** – Grande Distribuzione Organizzata, abbreviazione qui utilizzata per indicare il canale composto dai soli punti vendita come Ipermercati, Supermercati e LSP – Libero Servizio Piccolo.

**Grocery** – Segmento dei prodotti di largo consumo dei settori alimentari non deperibili, di pulizia ed assimilabili; denominazione qui utilizzata per indicare in senso esteso il canale GDO, ovvero Ipermercati, Supermercati, LSP – Libero Servizio Piccolo, Negozi tradizionali (inclusi i micromarket, cioè punti vendita inferiori ai 100 mq) e Discount.

**Packaging** – confezione, imballo di vendita di un prodotto.

**Pdv** – punto di vendita.

**Pet** – animale da compagnia.

**Pet-owner** – proprietario di animali da compagnia.

**Petcare** – letteralmente cura degli animali, identifica il settore che comprende accessori e prodotti per la cura, l'igiene, la bellezza, il riposo e il comfort degli animali da compagnia; ovvero tutto ciò che non riguarda l'alimentazione.

**Pet food** – alimenti per animali da compagnia.

**Petshop** – negozio specializzato nella vendita di prodotti per animali da compagnia e spesso anche di animali vivi.

**Premium e Superpremium** – prodotti di alta o altissima fascia e qualità, e prezzo commisurato.

**Snack & Treats** – con questa definizione si intendono tutti quegli alimenti che vengono dati al pet in aggiunta ai momenti del vero e proprio pasto. Si tratta di spuntini e fuori pasto a caratterizzazione gastronomica o funzionale. Vengono solitamente dati come ricompensa o con obiettivi funzionali, ad esempio per favorire l'igiene orale.

**Superstore** - superfici a libero servizio con superficie di vendita di almeno 2.500mq e presenza di prodotti di LCC.