



RAPPORTO ASSALCO - ZOOMARK 2016 ALIMENTAZIONE E CURA DEGLI ANIMALI DA COMPAGNIA

Pet: membri di diritto della
famiglia italiana

Con il contributo di



RAPPORTO ASSALCO – ZOOMARK 2016

AREA MERCATO

Infografica "La popolazione dei pet in Italia e il mercato pet care"	Pag. 4
Indice	Pag. 5

AREA COSTUME E SOCIETA' - Il ruolo sociale dei pet

Infografica "Pet in famiglia e in società"	Pag. 53
Indice	Pag. 54

AREA ISTITUZIONALE

Indice	Pag. 72
--------	---------

AREA SALUTE PET

Indice	Pag. 87
--------	---------

Glossario	Pag. 97
-----------	---------

Il Rapporto Assalco - Zoomark 2016 è disponibile all'indirizzo www.assalco.it

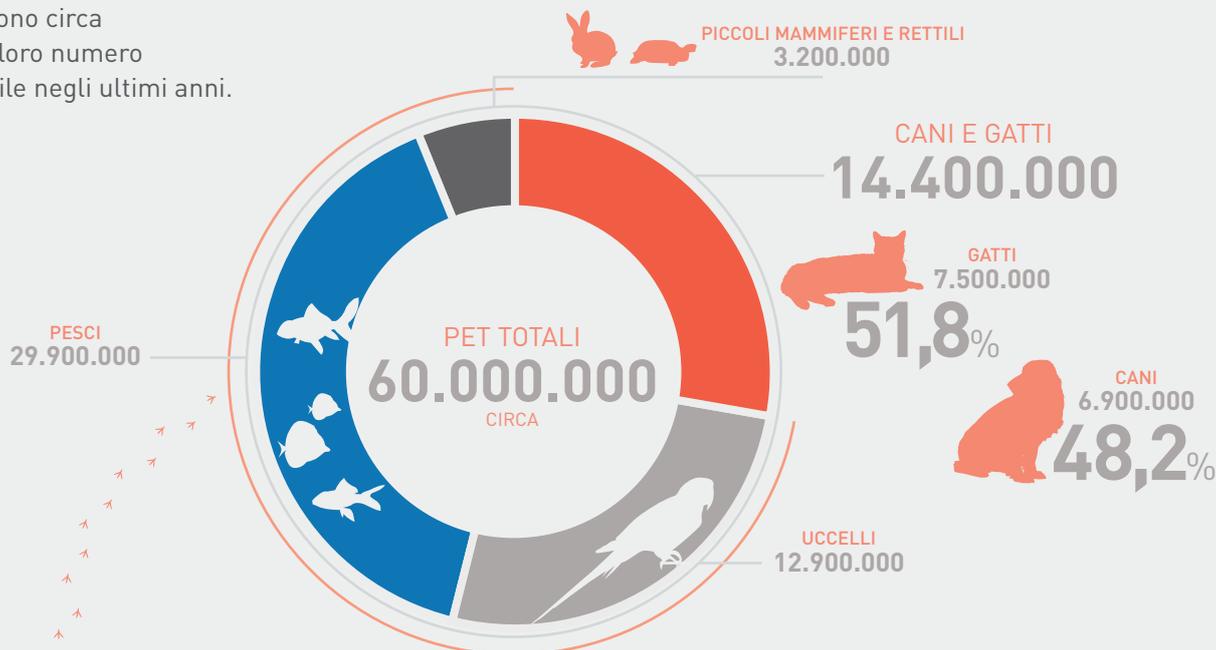
Area Mercato

LA POPOLAZIONE DEI PET IN ITALIA E IL MERCATO PET CARE

RAPPORTO ASSALCO - ZOOMARK 2016

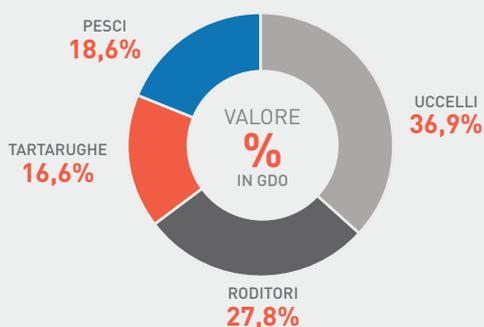
GLI ANIMALI D'AFFEZIONE IN ITALIA

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



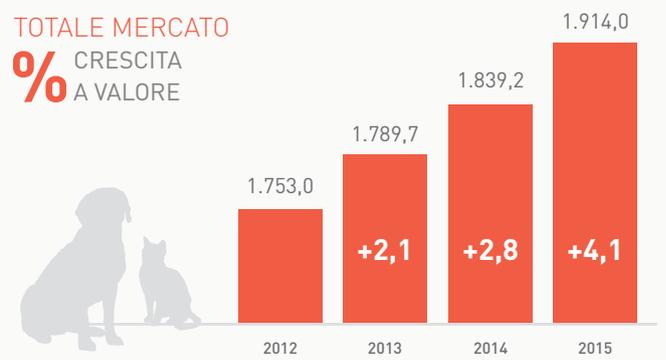
ALIMENTI PER ALTRI ANIMALI DA COMPAGNIA

Gli alimenti per altri animali realizzano nella GDO un fatturato di **17,2 MILIONI DI EURO**



ALIMENTI PER CANE E GATTO

In Italia il mercato dei prodotti per l'alimentazione per cani e gatti chiude il **2015** con un giro d'affari di **1.914 MILIONI DI EURO**



ACCESSORI

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

+2,4% INCREMENTO A VALORE

SNACK FUNZIONALI E FUORIPASTO

In crescita*

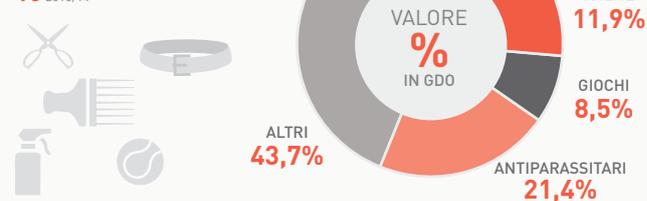


% VAR 2015/14

* NELLE CATENE PETSHP.

PESO DEI SEGMENTI SUL TOTALE

% VAR 2015/14



AREA MERCATO

IL MERCATO ITALIANO DEI PRODOTTI PER I PET	
Dimensioni, trend di sviluppo, caratteristiche chiave	Pag. 6
ALIMENTI PER GATTO	Pag. 13
ALIMENTI PER CANE	Pag. 15
DISTRIBUZIONE: IL CONFRONTO	Pag. 17
L'assortimento medio	Pag. 18
Le dimensioni del mercato	Pag. 19
Formati e confezioni del mercato	Pag. 21
DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE VENDITE	Pag. 22
IL PESHOP TRADIZIONALE - SINTESI PERFORMANCE CANALE	Pag. 26
Confezioni e formati nel Petshop	Pag. 28
Le Confezioni	Pag. 28
I Formati:	
<i>negli alimenti per CANI</i>	Pag. 28
<i>negli alimenti per GATTI</i>	Pag. 30
LE CATENE PESHOP- SINTESI PERFORMANCE CANALE	Pag. 32
Confezioni e formati nelle Catene petshop	Pag. 34
Le Confezioni	Pag. 34
I Formati:	
<i>negli alimenti per CANI</i>	Pag. 34
<i>negli alimenti per GATTI</i>	Pag. 35
LA GDO - SINTESI PERFORMANCE CANALE	Pag. 37
Confezioni e formati in GDO	Pag. 39
Le Confezioni	Pag. 39
I Formati:	
<i>negli alimenti per CANI</i>	Pag. 40
<i>negli alimenti per GATTI</i>	Pag. 42
La presenza delle Private Label in GDO	Pag. 44
ALIMENTI PER ALTRI ANIMALI DA COMPAGNIA	Pag. 45
ACCESSORI	Pag. 46
PANORAMICA SUL MERCATO EUROPEO DEL PET CARE	
Europa	Pag. 50
Francia	Pag. 51
Germania	Pag. 51
Spagna	Pag. 51
Regno Unito	Pag. 51

AREA MERCATO

IL MERCATO ITALIANO DEI PRODOTTI PER I PET

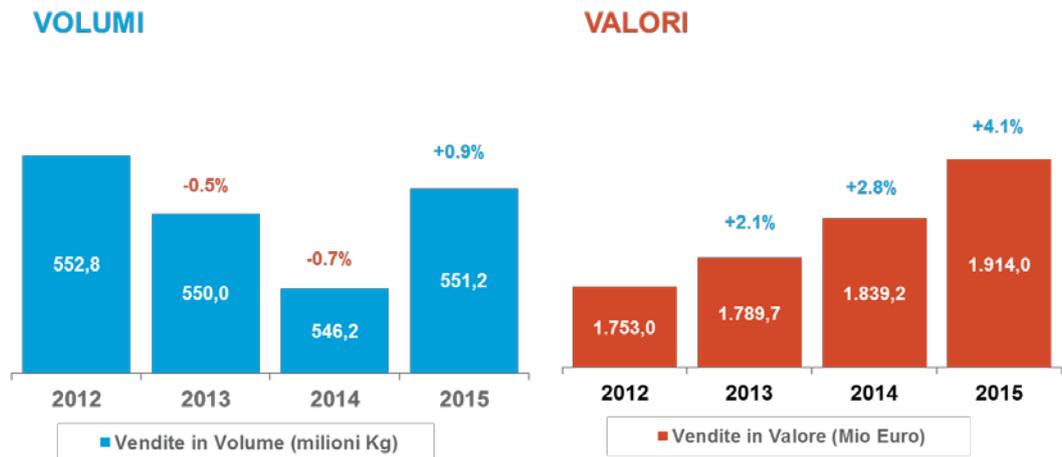
Dimensioni, trend di sviluppo, caratteristiche chiave (Grocery + Petshop tradizionali + Catene Petshop)

+4.1% a valore: prosegue il trend positivo del settore

Nel 2015, il mercato dei prodotti per l'alimentazione dei cani e gatti in Italia ha sviluppato un giro d'affari di **1.914 milioni di euro per un totale di 551.200 tonnellate commercializzate**.

Per il terzo anno consecutivo il mercato mostra una dinamica a valore positiva, con un incremento del fatturato del **+4.1%** rispetto allo scorso anno e, a differenza degli anni passati, un segnale positivo arriva anche dalle vendite a volume che mostrano una ripresa e quindi una crescita del **+0.9%** dopo due anni di flessione.

Il comparto degli alimenti per Cane e Gatto continua a mostrare un tasso di crescita a valore superiore a quello del Largo Consumo Confezionato che peraltro, dopo anni di crisi, ha chiuso il 2015 con una ripresa dei consumi sia in termini di spesa che di volumi.



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Il trend dei volumi evidenzia una netta inversione di tendenza rispetto al 2014 e la differente velocità della crescita del mercato tra valore e volume è da ricondursi ad una serie di tendenze/comportamenti in atto ormai da alcuni anni.

I proprietari di pet confermano una diffusa attenzione alla salute e al benessere dei propri animali e tale attenzione si manifesta attraverso la scelta di alimenti di alta qualità (i cosiddetti premium e superpremium) e di alto contenuto di funzionalità che permettano una dieta equilibrata e siano garanzia di salute e benessere. In altre parole, le scelte d'acquisto dei proprietari di pet si indirizzano verso prodotti premium che accrescono il valore del mercato.

D'altra parte si evidenzia una variazione dei comportamenti d'acquisto dovuti alla crescente diffusione di animali di piccola/media taglia che hanno consumi giornalieri più contenuti ma anche alla riduzione degli sprechi e la maggiore attenzione alla praticità d'uso dei formati piccoli. Ciò tende a determinare il passaggio graduale dai formati medi ai formati monoporzione (dal medium al single serve) che genera un impatto sui volumi.

AREA MERCATO

In generale, le dinamiche del mercato nel 2015, confermano ancora quanto emerso nella ricerca condotta da IRI alla fine del 2013 per il Rapporto Assalco-Zoomark: gli acquirenti sono interessati alla salute ed al benessere del proprio animale ma al tempo stesso attenti ad acquistare ciò che serve loro evitando dove possibile gli sprechi senza rinunciare alla qualità.

Rimane alta quindi la domanda di prodotti di fascia premium e superpremium che valorizzano la specializzazione, l'innovazione e la ricerca nutrizionale, - in particolare funzionale e dietetica - ma al tempo stesso l'acquirente è alla ricerca di un sempre maggiore servizio che punta su packaging di utilizzo comodo e piccole grammature allo scopo di ridurre gli sprechi soddisfacendo anche i palati più esigenti.

Rispetto ai canali tradizionali continuano a prendere terreno anche per il Petfood nuovi canali come Internet ed il "mobile" che consente di erogare offerte mirate per ciascun cliente in prossimità dello scaffale o nelle vicinanze del punto vendita. Anche i social network diventano un veicolo di trasmissione delle informazioni e in ultima analisi di attività di marketing finalizzate alla vendita.

Il Pet food mostra dinamiche diverse tra canali.

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

Le Catene continuano a crescere

	Grocery			Petshop			Catene			Tot
	2014	2015	Var % 2015/2014	2014	2015	Var % 2015/2014	2014	2015	Var % 2015/2014	Var % 2015/2014
Vendite in Volume (milioni kg)	415,4	416,6	0,3	100,4	99,2	-1,2	30,5	35,5	16,3	0,9
Vendite in Valore (mio Euro)	1.070,6	1.106,2	3,3	603,5	613,3	1,6	165,0	194,6	17,9	4,1

Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

I **petshop tradizionali** per il secondo anno consecutivo mostrano una crescita del fatturato (+1,6%) mentre le dinamiche dei volumi sono ancora negative (-1,2%).

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.

Continua e si rafforza rispetto al 2014 la crescita di fatturato del **Grocery** (+3,3%): un segnale positivo arriva anche dai volumi che dopo due anni di flessione mostrano una lieve ripresa (+0.3%).

La modesta crescita dei volumi del Grocery è guidata dai supermercati: da segnalare le performance del format "**superstore**¹" 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.

¹ Superstore: superfici a libero servizio con superficie di vendita di almeno 2.500mq e presenza di prodotti di LCC.

AREA MERCATO

Infatti, restano in campo negativo le piccole superfici a libero servizio (100-399mq) e gli “ipermercati” che però mostrano un lieve recupero in termini di fatturato; in crescita le vendite sviluppate dal canale discount.

E' possibile che gli ipermercati, abbiano “sofferto”, oltre alla crisi strutturale del canale, anche lo sviluppo dei “superstore” e delle **catene petshop** che hanno continuato a crescere a due cifre con dinamiche del **+17.9% a valore** e **+16.3% a volume** rispetto all'anno precedente.

In ogni caso il petshop tradizionale continua a rimanere il canale a più alta redditività, insieme alle catene specializzate: pur coprendo solo il 18,0% dei volumi (che corrispondono a 99.219 tonnellate circa), genera il 32,0% dei valori, con 613.3 milioni di euro di fatturato, mentre il canale Grocery, con il 75,6% dei volumi complessivi (416.600 tonnellate), muove il 57.8% dei valori, ossia 1.106,2 milioni di Euro. Le catene specializzate coprono il 6.4% dei volumi e l'10.2% dei valori, per un totale di 35,5 tonnellate e 194,6 milioni di euro.

Di seguito una panoramica sul mercato degli alimenti cane e gatto nel totale mercato rilevato da IRI (canale Grocery + Petshop Tradizionali + Catene Petshop), con il dettaglio su ogni singolo segmento, cioè umido, secco e snack & treats.

Inoltre si segnala il dettaglio dei segmenti non food ed alimenti per altri animali rilevati sui 3 format principali del canale moderno: Ipermercati, Supermercati e LSP (libero servizio piccolo, 100-399 mq).

² 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.

AREA MERCATO

Il mercato dei prodotti per gli animali da compagnia

AT Dicembre 2015

	Vend. Valore (mio Euro)	% Quota Valore	Var %
Umido Gatto	647,6	33,8	2,8
Secco Gatto	347,4	18,1	2,6
Umido Cane	309,4	16,2	5,5
Secco Cane	466,3	24,4	3,9
Snack&Treat (Cane+Gatto)	143,5	7,5	11,2
Tot. Alimenti Cane e Gatto	1.914,0	100,0	4,1
Cibo Altri Animali	17,2		-5,0
Accessori Animali	67,6		2,4
Lettiere gatto	64,9		-1,1

Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015– dati a valore

**In crescita
gli snack
funzionali e
fuoripasto:
11,2% a
valore**

Crescono a valore tutti i segmenti degli alimenti per cani e gatti ed in particolare gli **snack** (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) che continuano a mostrare dinamiche a due cifre (+11.2% a valore). Lo sviluppo di questo segmento testimonia l'importanza della relazione tra proprietario e pet che si traduce nell'attenzione al benessere e nella ricerca della qualità.

Al secondo posto in termini di crescita a valore si posiziona il segmento dell' **umido cane** con un incremento del **+5.5%** verso lo scorso anno; i segmenti più rilevanti (**umido gatto** e **secco cane**) mostrano una crescita rispettivamente del **+2.8%** e **+3.9%**; infine il **secco gatto** segna una crescita del **+2.6%**.

Per quanto le altre categorie oggetto d'indagine (alimenti per altri animali, accessori animali e lettieri), 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 **-5,0%** 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 2015 con un **+2.4%** rispetto al 2014: i prodotti per l'igiene sono tra i più performanti.

Le **lettieri** mostrano una flessione a valore del **-1,1%**.

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.

AREA MERCATO

Analisi Valori e Quote dei segmenti secco ed umido (cane e gatto)

	Grocery	Petshop	Catene	Tot
Alimenti Gatto	678,6	253,7	92,1	1.024,3
Umido Gatto	465,6	127,6	54,3	647,6
Secco Gatto	192,8	120,1	34,5	347,4
Snack&Treats Gatto	20,1	6,0	3,3	29,4
Alimenti Cane	427,6	359,6	102,5	889,7
Umido Cane	210,9	73,0	25,4	309,4
Secco Cane	141,5	260,2	64,6	466,3
Snack&Treats Cane	75,2	26,4	12,5	114,1
Petfood	1.106,2	613,3	194,6	1.914,0

Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015 - in milioni di euro

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

Il **segmento degli alimenti umidi** è ancora il più importante: registra 956,9 milioni di euro circa che equivalgono al 50% 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.

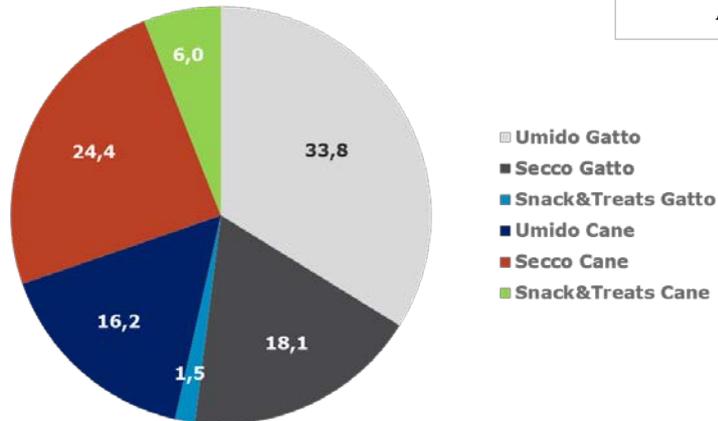
Nel 2015, gli **alimenti umidi** hanno registrato una crescita a valore del **+3,7%**, lievemente superiore a quella degli **alimenti secchi** che crescono del **+3,4%**.

All'interno degli umidi, il segmento principale, l'umido gatto (33,8% del valore degli alimenti per cane e gatto) mostra nel Grocery una crescita a valore del +2,2% e nei Petshop Tradizionali del +0,4% mentre l'umido cane, che realizza il 16,2% del fatturato complessivo, mostra un trend più dinamico dell'umido gatto con un +4,9% nel Grocery e +2,4% nei Petshop Tradizionali.

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

Gli **umidi hanno un peso maggiore** nel Grocery dove realizzano il 71,9% del fatturato nel caso degli umidi gatto e il 68,2% nel caso degli umidi cane.

AREA MERCATO

Composizione del mercato degli alimenti per cani e gatti

	Quota Valore
Alimenti Gatto	53.5%
Alimenti Cane	46.5%

Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015 – dati a valore

Il **segmento degli alimenti secchi** vale 813.6 milioni di euro e detiene il 42,5% di quota, composta per il 24,4% dal secco cane e per il 18,1% dal secco gatto.

Per questo segmento, al di là delle catene ancora estremamente dinamiche, nel 2015 il **grocery** mostra una crescita a valore del **secco gatto** del **+4,0%** e una flessione del **secco cane** del **-1,1%**; i petshop tradizionali mostrano qualche criticità nel **secco gatto** con una flessione del **-2,5%**, trend positivo del **+3,4%** per il **cane**.

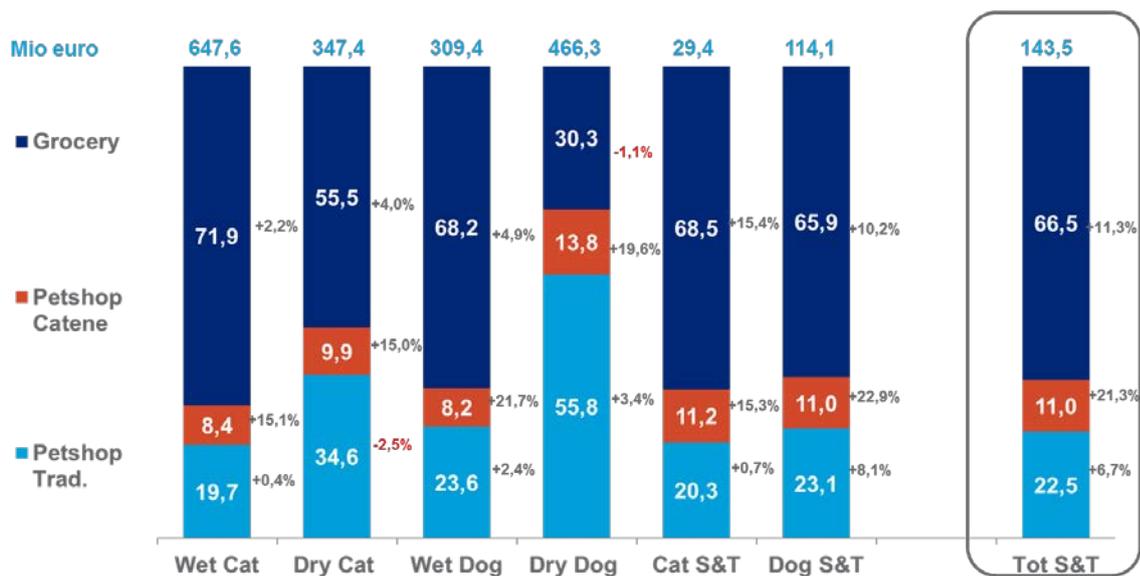
In termini di canalizzazione, a differenza dell'umido che ha una canalizzazione più spinta nel Grocery sia per quanto riguarda il cane che il gatto, il secco cane sviluppa la maggior parte delle sue vendite nel Petshop Tradizionale (55,8%) mentre il secco gatto nel Grocery (55,5%).

Gli snack si confermano il segmento più dinamico

Anche quest'anno, gli **snack funzionali e fuoripasto** (segmento snack & treats) sono i più dinamici: le migliori performance si riscontrano nelle catene dove gli snack gatti crescono del +15,3% e gli snack cani del 22,9%; a seguire in termini di crescita il Grocery dove gli snack per cani crescono del 10,2% e gli snack gatti del 15,4%. Molto più contenute le crescite degli snack per cani e degli snack per gatti nel Petshop Tradizionale (rispettivamente +2,5% a volume e +8,1% a valore per i cani e +7,8% a volume e +0,7% a valore per i gatti).

AREA MERCATO

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



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015 - dati % a valore

AREA MERCATO

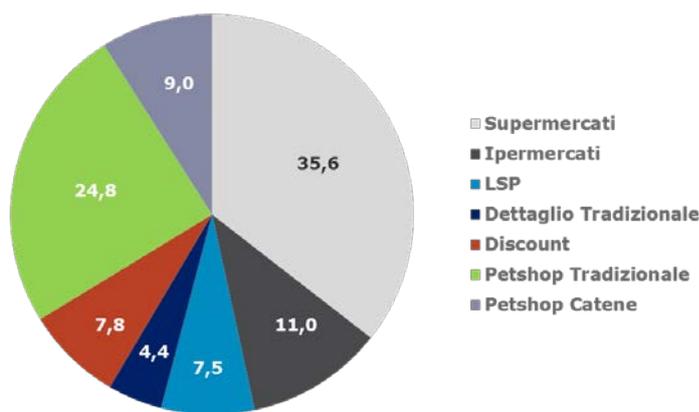
ALIMENTI PER GATTO

Il mercato degli **alimenti per gatto** rappresenta il 53,5% del totale mercato Grocery + Petshop Tradizionale + Catene in termini di fatturato, sviluppando 1.024 milioni di Euro. A volume gli alimenti per gatto realizzano 246.212 tonnellate che equivalgono al 44,7% del totale mercato.

Nel canale Grocery viene realizzato il 66,2% del fatturato complessivo.

Nella scelta degli alimenti per gatto, la marca dei prodotti e la loro funzionalità sono elementi importanti per l'acquirente che è sempre più consapevole di come una corretta alimentazione sia fondamentale per la salute ed il benessere dell'animale. Inoltre è molto forte il criterio della soddisfazione dei gusti/preferenze del proprio animale, tenendo comunque in considerazione il consiglio del veterinario e affidandosi alle marche di riferimento. Per tale motivo l'acquirente preferisce sfruttare le promozioni per fare scorta dei prodotti abituali oppure visitare più punti vendita alla ricerca del prodotto preferito dal proprio animale.

Canalizzazione vendite Alimenti per Gatto



PESO A VALORE DEI CANALI
 Valore totale mercato - 1.024 mio euro

Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

In termini di canali si confermano le dinamiche dello scorso anno: continua la crescita della canalizzazione della categoria nei Super (35,6% del fatturato vs 35,0% dello scorso anno) e nelle Catene (9,0% vs 8,0% del 2014) mentre diminuisce la canalizzazione nei Petshop Tradizionali (24,8% vs 25,8% del 2014) e nelle LSP (7,5% vs 7,8% nel 2014).

**L'umido
 continua a
 crescere**

Il segmento principale degli alimenti per **gatto** è rappresentato dall'**umido**, che copre circa due terzi del mercato (63,2% a valore) e cresce del 2,8%. Il fatturato di questo segmento si concentra fortemente nel Grocery (71,9% delle vendite a valore), dove la crescita nel corso dell'ultimo anno è stata del 2,2%.

Il Petshop Tradizionale sviluppa il 19,7% del valore complessivo dell'umido gatto, con una lieve crescita a valore (+0,4%). Le catene, che nel 2015 hanno sviluppato l'8,4% del fatturato crescono invece a due cifre (+15,1%).

AREA MERCATO

Tra gli alimenti umidi si conferma la crescita delle confezioni monoporzione (Single Serve) che si arricchiscono di nuove referenze consentendo quindi di variare le ricette.

Il **secco gatto** realizza il 33,9% delle vendite degli alimenti per gatto e cresce del 2,6%: la crescita è trainata dal grocery (+4,0% a valore vs il 2014) che sviluppa il 55,5% del fatturato complessivo e dalle catene (+15,0% a valore vs il 2014) che sviluppano il 9,9% del fatturato. Flessione del segmento nei petshop tradizionali (-2,5% delle vendite a valore vs il 2014) che veicolano il 34,6% del fatturato.

Per quanto riguarda gli aspetti legati alla scelta degli alimenti per gatti, l'acquirente si mostra particolarmente interessato agli ingredienti che li compongono con un distinguo tra alimenti umidi e secchi: i primi danno maggiore garanzia di "completezza", anche per la possibilità di potere variare frequentemente le ricette, mentre i secondi richiedono una maggiore attenzione agli aspetti nutrizionali.

Gli **snack per gatto** sono un segmento ancora piccolo ma in crescita: la quota sul totale alimenti gatto ha raggiunto nel 2015 il 2,9%. Sono particolarmente in crescita nel Grocery (+15,4% a valore) e nelle Catene (+15,3% a valore); moderata la crescita a valore nel Petshop Tradizionale (+0,7%).

AREA MERCATO

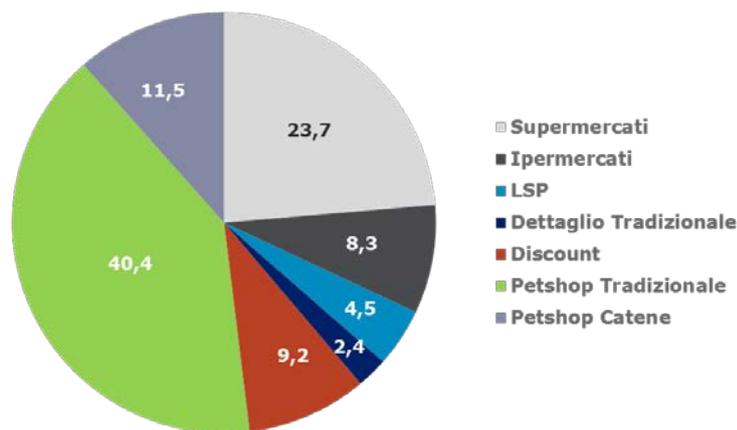
ALIMENTI PER CANE

Gli **alimenti per cane** rappresentano, a valore, il 46,5% del totale mercato Grocery + Petshop Tradizionale + Catene, pari a quasi 890 milioni di €. All'interno della categoria il 52,4% del fatturato è realizzato dal segmento dei secchi, il 34,8% dagli umidi e il 12,8% dagli snack.

Le catene sono il canale più dinamico con una crescita del 20,6% a valore; seguono il Grocery (+3,7% a valore) ed i Petshop Tradizionali (+3,5% a valore). Tutti i segmenti mostrano trend positivi nei 3 canali (grocery, petshop tradizionali e catene) ad eccezione del secco cane che nel grocery mostra una flessione del -1,1% a valore vs il 2014.

Per i proprietari dei cani una corretta alimentazione è un elemento fondamentale di tutela della salute e del benessere dell'animale. Ciò fa sì che, oltre alla marca come strumento di garanzia della qualità/affidabilità dei prodotti, assuma una rilevanza maggiore il consiglio del veterinario ed il ruolo delle riviste di settore e di internet.

Canalizzazione vendite Alimenti per Cane



PESO A VALORE DEI CANALI
 Valore totale mercato – 890 mio euro

Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

In termini di canali, si riscontra una crescita della canalizzazione della categoria nei Super (23,7% del fatturato vs 23,5% dello scorso anno) e nelle Catene (11,5% vs 10,1% del 2014), mentre diminuisce la canalizzazione nei Petshop Tradizionali (40,4% vs 41,1% del 2014), negli Iper (8,3% vs 8,7% nel 2014) e negli altri canali.

Petshop e Catene sviluppano il secco

Gli **alimenti per cane secchi** sono prevalentemente canalizzati nei petshop tradizionali dove si realizza il 55,8% del fatturato di questo segmento e dove, nel 2015 sono cresciuti del +3,4%, a fronte di una flessione del -1,1% nel Grocery probabilmente per effetto dell'elevata specializzazione che consente di trasferire maggiore valore aggiunto al consumatore.

Le catene nel 2015 hanno incrementato la vendita del secco giungendo a coprire il 13,8% del fatturato complessivo.

AREA MERCATO

L'**umido cane** realizza il 34,8% del fatturato del totale degli alimenti per cani. A differenza del secco, è prevalentemente canalizzato nel Grocery che copre il 68,2% del fatturato. A valore il segmento ha sviluppato trend positivi nei 3 canali in analisi (grocery, petshop tradizionali e catene). A volume si riscontra una flessione nei petshop tradizionali (-2,1% verso il 2014).

Come per gli alimenti per gatti, si evidenzia una sovrapposizione tra l'acquisto di alimenti umidi e secchi. Il processo d'acquisto è maggiormente pianificato per gli alimenti secchi ed elevata risulta essere l'attenzione agli aspetti promozionali del prodotto, riportati nelle informazioni in etichetta.

Gli **snack** realizzano il 12,8% del fatturato totale degli alimenti per cani e crescono del +11%. Trend molto positivi a valore verso il 2014 in tutti in canali: nelle catene +22,9%, grocery +10,2%, petshop tradizionali +8,1%.

DISTRIBUZIONE: IL CONFRONTO GROCERY-PETSHOP TRADIZIONALI - CATENE

Passiamo ora ad approfondire dal punto di vista della distribuzione l'analisi del segmento degli alimenti cane e gatto, ovvero il più importante in volumi e valori, nonché decisivo in termini di innovazione e dinamizzazione del settore pet nel suo complesso.

In particolar modo analizzeremo separatamente le tre piattaforme distributive, ovvero GDO, Petshop Tradizionali e Catene, che veicolano le vendite della categoria.

Tutti i dati di seguito indicati come **Petshop Tradizionali** vanno intesi in riferimento all'universo dei petshop tradizionali (circa 4.887 punti vendita), che rappresentano il principale canale del trade non-grocery in cui sono distribuiti i prodotti per animali da compagnia in Italia.

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

Le **Catene Petshop** sono da intendersi come insieme di punti vendita specializzati nella vendita di alimenti ed articoli per animali (circa 449) 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 307 punti vendita³.

³ Ultimo dato disponibile: gennaio 2015.

L'assortimento medio sui 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 **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 offre maggiore assortimento e consulenza sui prodotti

- 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.

Specializzazione e gestione dello scaffale: i vantaggi delle catene

- 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.

Di seguito proponiamo un'analisi dell'andamento sui tre canali del numero medio delle referenze e variazione rispetto al 2014, 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 1.528 superati solo dalle Catene che hanno in assortimento mediamente 2.074 prodotti. Molto più contenuto il numero di referenze degli Ipermercati (517) e Supermercati (250). Tutti i canali mostrano assortimenti in crescita anche se una maggiore dinamicità si riscontra nelle catene (+155 referenze) e Petshop Tradizionale (+123 referenze).

Lo sviluppo assortimentale risulta concentrato in tutti i canali sui segmenti principali.

AREA MERCATO

Numero medio di referenze

	Numero medio di referenze Nov-Dic 2015 e variazione su Nov-Dic 2014							
	Ipermercati		Supermercati		Petshop Totale Italia		Petshop Catene	
	Num. Ref.	Var Num. Ref	Num. Ref.	Var Num. Ref	Num. Ref.	Var Num. Ref	Num. Ref.	Var Num. Ref
Tot Petfood	516,6	36,6	250,4	12,6	1.527,7	123,4	2.074,2	154,9
Umido Gatto	191,8	6,3	102,2	1,3	554,1	56,3	718,6	45,1
Secco Gatto	77,1	5,9	36,4	1,9	236,5	6,8	319,3	15,6
Cat Snack & Treats	26,3	3,6	10,9	1,8	38,0	2,8	77,6	12,1
Umido Cane	87,0	10,2	46,7	3,1	260,5	24,0	345,0	24,4
Secco Cane	68,5	5,8	26,5	1,7	322,9	17,5	408,9	32,5
Dog Snack & Treats	65,8	4,8	28,5	2,5	116,6	14,3	204,8	25,2

Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Le dimensioni del mercato sui format Grocery, Petshop tradizionali e Catene

Maggiore redditività negli Iper e nelle Catene

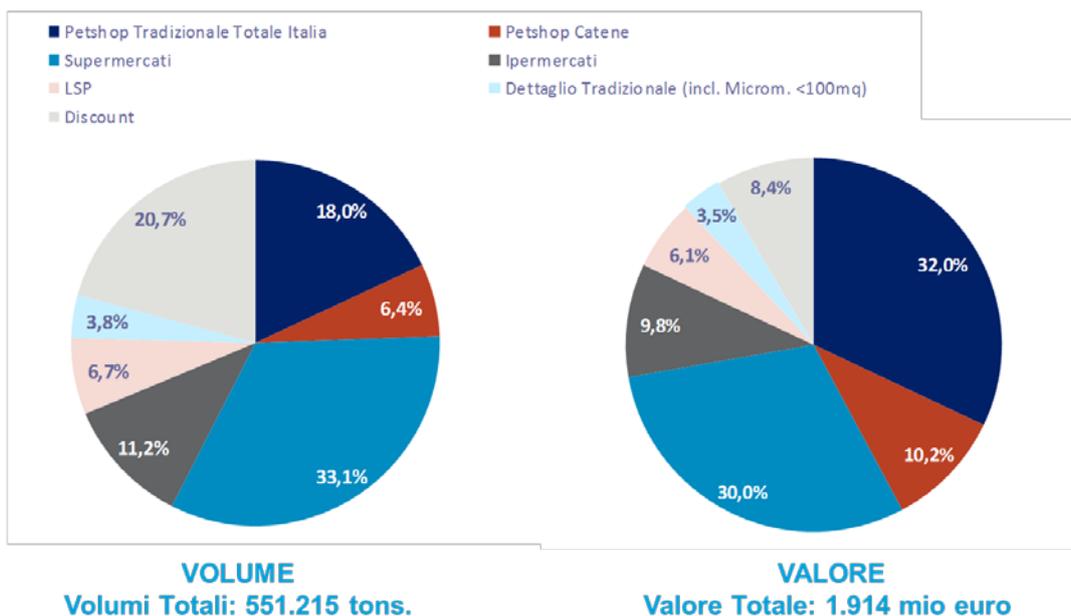
Dalla ripartizione dei fatturati provenienti dal complesso del canale Grocery (Ipermercati, Supermercati, LSP - Libero Servizio Piccolo, Tradizionali e Discount), dei 4.887 Petshop presenti in Italia e dalle Catene, osserviamo che:

- il **Grocery**, copre il 57,8% del fatturato e realizza il 75,6% dei volumi (416.600 tonnellate circa). I volumi sono in larga parte (51,0%) realizzati dalla GDO (ossia Iper, Super e LSP), la restante parte (24,6%) è sviluppata dai negozi tradizionali e dai discount.
Il peso maggiore è detenuto dai Supermercati, grazie alla loro elevata numerosità, che coprono il 33,1% dei volumi e producono il 30,0% del valore. Seguono i Discount, che con un numero di punti vendita nettamente inferiore (4.636 contro i 8.924 dei Supermercati⁴) sviluppano il 20,7% dei volumi e l'8,4% del fatturato.
- il **Petshop Tradizionale** si attesta su una quota pari al 18,0% a volume (che corrisponde a 99.183 tonnellate circa) e al 32,0% a valore (circa 613,3 milioni di euro di fatturato). Rispetto allo scorso anno il fatturato del canale cresce dell'1,6% mentre risultano ancora in flessione i volumi (-1,2%).
- le **Catene** realizzano il 6,4% dei volumi ed il 10,2% del fatturato.

⁴ Aggiornamento universi IRI al 30/6/2015

AREA MERCATO

Quote canale a valore e volume



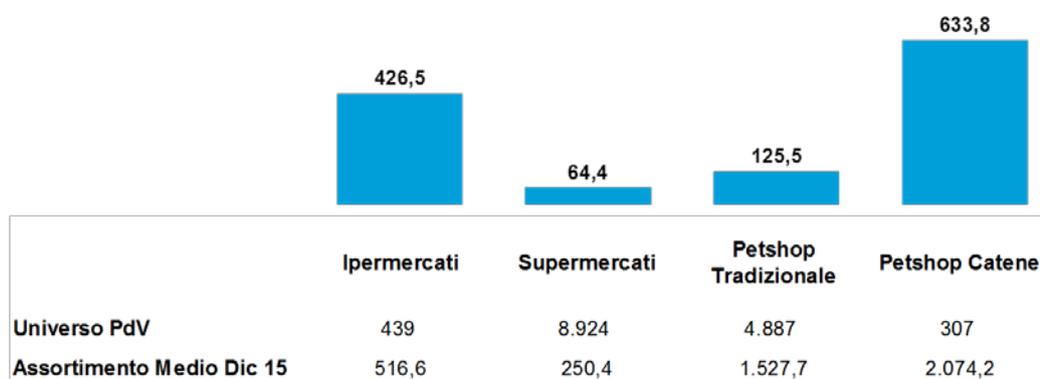
Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Lo stesso Petshop, con poco più della metà dei punti vendita dei soli supermarket (4.887 vs 8.924) fattura mediamente oltre il doppio per punto vendita: 125.500 euro / anno contro i 64.400 euro / anno dei Supermercati (vedi tavola seguente).

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 27 Dicembre 2015 – sell out in migliaia di Euro

AREA MERCATO**Formati e confezioni del mercato sui format GDO, Petshop tradizionali e Catene**

Nel mondo degli alimenti per cani e gatti, il Sacco e la Lattina sono le confezioni che evidenziano le vendite maggiori cross canale (46,8% la quota a valore per il Sacco e 24,3% la quota a valore della Lattina).

Insieme coprono il 71,1% del fatturato del mercato e il 78,4% dei volumi. Le altre confezioni (vaschetta, bustina, scatola) coprono la rimanente parte del mercato.

Per quanto riguarda i formati, ogni segmento ha la sua classificazione di riferimento. Ogni canale poi sviluppa volumi e fatturati diversi nonché dinamiche che ne rendono necessaria una lettura separata, disponibile nelle seguenti pagine .

AREA MERCATO

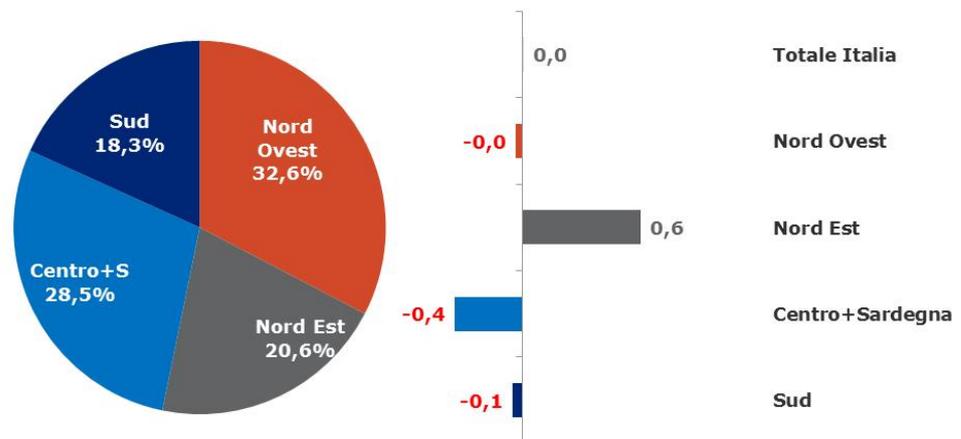
DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE VENDITE

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

- Oltre la metà delle vendite sono concentrate nel Nord Italia (53,2%), ed in particolare nel Nord Ovest, che da solo assorbe quasi un terzo dei volumi totali (32,6%).
- Il Centro insieme alla Sardegna arriva a coprire il 28,5%, cioè ben più del Nord Est che si ferma, invece, al 20,6% dei volumi.
- Il Sud resta tuttora l'area che copre i minori volumi (18,3% del totale).
- Il mercato Tot Petfood, su base nazionale (tot Grocery+Petshop Tradizionali) in termini di volumi, nel 2015 ha sviluppato vendite in linea con lo scorso anno. Ad eccezione del Nord Est che ha sviluppato una crescita a volume del +0,6% verso lo scorso anno, tutte le altre aree sono sostanzialmente stabili (Nord Ovest e Sud) o in flessione (Centro+Sardegna).

Oltre la metà delle vendite nel Nord Italia

Peso in volume delle aree geografiche e variazione % sul 2014 - su somma canali (Grocery+Petshop Tradizionali)



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

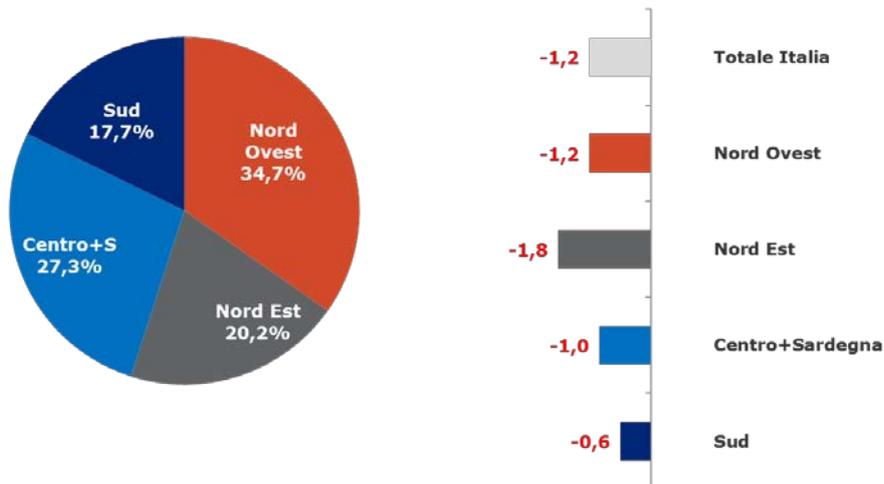
Da qui in poi valuteremo le performance individuali dei canali Petshop Tradizionali e, all'interno del Grocery, del solo canale moderno (GDO, ovvero Ipermercati, Supermercati e LSP - Libero Servizio Piccolo).

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.

AREA MERCATO

Peso in volume delle aree geografiche e variazione % sul 2014 - Petshop

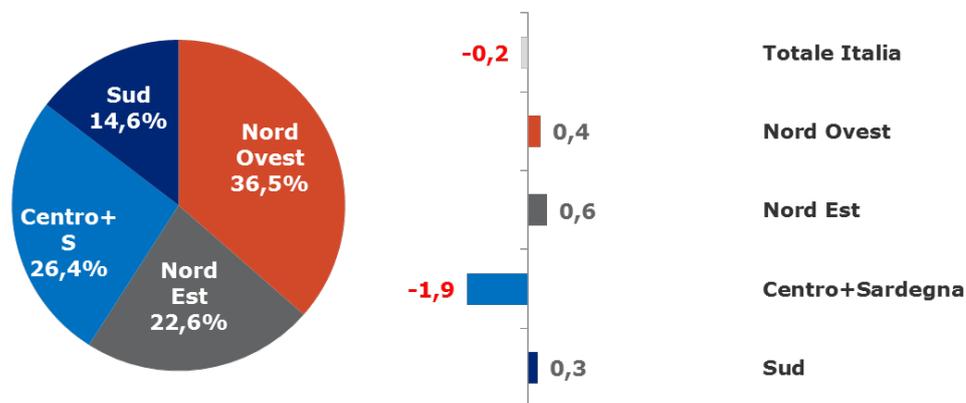
Nel 2015, trend negativo dei Petshop Tradizionali in tutte le aree



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Nel 2015 non si arresta il trend negativo dei Petshop Tradizionali che nel corso dell'ultimo anno hanno evidenziato una flessione del volume del -1,2%: la flessione del mercato si riscontra in tutte le aree geografiche ed è più accentuata in termini percentuali nel Nord Est (-1,8% vs il 2014).

Peso in volume delle aree geografiche e variazione % sul 2014 - GDO⁵



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Con riferimento alla GDO, nel 2015 si segnala una lieve flessione del mercato a volume (-0,2%) anche se più contenuta rispetto alla chiusura del 2014: in termini geografici, l'unica area che rimane in campo negativo e che guida la flessione a totale GDO è il Centro+Sardegna (26,4% dei volumi), mentre tutte le altre aree geografiche mostrano una ripresa rispetto allo scorso anno, con una crescita in volume dello 0,6% al Nord Est, dello 0,4% al Nord Ovest e dello 0,3% al Sud.

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

⁵ Dati relativi a Ipermercati, Supermercati e LSP (Libero Servizio Piccolo)

AREA MERCATO

Alimenti UMIDI - GATTO:

L'umido gatto cresce solo nei Petshop del Nord Ovest

Continua la **flessione** a volume del segmento dell'umido gatto nella **GDO (-1,1%)** legata prevalentemente alla diminuzione dei volumi venduti al Centro + Sardegna (-3,4%) e al Sud (-1,2%) che sviluppano rispettivamente il 25,8% e l'11,8% dei volumi; anche il Nord Est (24,3% dei volumi) mostra una lieve flessione nei volumi (-0,3% verso il 2014).

Il Nord Ovest, l'area di maggiore canalizzazione (38,1% dei volumi), mostra volumi in linea con lo scorso anno.

Anche i **Petshop Tradizionali** evidenziano dinamiche negative **(-0,8%)** guidate dal Centro + Sardegna (25,2% dei volumi; -3,4% verso il 2014), Nord Est (21,9% dei volumi, -2,6% verso il 2014) e Sud (15,4% dei volumi, -1,8% verso il 2014). Segnali positivi nel Nord Ovest, l'area più importante in termini di vendite (37,5% dei volumi), con una crescita dei volumi del +2,5% verso il 2014.

Alimenti SECCHI - GATTO:

Secco Gatto e Umido Cane mostrano trend positivi in GDO ma non nei petshop tradizionali

Nella **GDO** il segmento del secco gatto chiude il 2015 con un segno positivo **(+2,1%)**, con una crescita del nord superiore alla media mercato. Infatti mentre il Nord Ovest ha sviluppato una crescita del +2,8% e il Nord Est del +2,6%, il Centro+ Sardegna ha sviluppato un incremento dei volumi del +1,2% e il Sud del +1,3%.

Scenario non positivo nei **Petshop Tradizionali**: il segmento ha chiuso il 2015 con una flessione dei volumi di **-5,2%**. Le aree più critiche sono state il Nord Ovest con il 31,2% dei volumi canalizzati e una perdita dei volumi di -7,5% e il Centro + Sardegna (29% dei volumi) con una flessione di -7,0%. Flessione anche per altre due aree, anche se più contenuta: Nord Est (21,2% dei volumi) con -3,2% dei volumi verso il 2014 e Sud (18,6% dei volumi) con -0,6%.

Alimenti UMIDI - CANE:

Anche il segmento dell'Umido Cane mostra trend divergenti tra GDO e Petshop Tradizionali: in **GDO** il segmento ha chiuso il 2015 con una crescita dei volumi di **+2,8%**, nei **Petshop Tradizionali** si registra una flessione dei volumi di **-2,1%** verso l'anno precedente.

In GDO, si riscontrano trend positivi in tutte le aree geografiche: l'area più importante, il Nord Ovest (38,5% dei volumi), ha sviluppato una crescita dei volumi del + 1,2%, il Centro+Sardegna (25,2% dei volumi) +2,6% dei volumi, il Nord Est (21,8% dei volumi) +2,7% dei volumi. Chiude il Sud che, con il 14,5% dei volumi, ha sviluppato una crescita del +7,8%.

Nei Petshop Tradizionali, la flessione dei volumi è trainata dal nord e dal centro. Il Nord Ovest, che sviluppa il 42% dei volumi, ha perso -1,8% dei volumi verso il 2014, il Centro + Sardegna (23,1% dei volumi) -0,7% dei volumi e il Nord Est (20,4% dei volumi) -7,2%. Solo il Sud (14,5% dei volumi) ha sviluppato una crescita dei volumi: +2,4% verso il 2014.

AREA MERCATO

**Scenario
negativo per
il Secco Cane
in GDO****Alimenti SECCHI - CANE:**

Nel 2015, continua e si rafforza il trend negativo del segmento del secco cane che in **GDO** mostra una flessione del **-5,1%**. Trend inferiori alla media per il Centro + Sardegna (-7,9%) e per il Sud (-5,8%), negativi comunque anche Nord Ovest (-2,8%) e il Nord Est (-4,2%).

Nei **Petshop Tradizionali**, lo scenario per il segmento è più positivo: a fronte di **vendite stabili a totale**, l'area più importante, il Nord Ovest (33% dei volumi petshop tradizionali) chiude il 2015 con una flessione dei volumi di -0,8%; la seconda area il Centro+Sardegna (28,7% dei volumi) ha sviluppato una crescita del +1,3%; il Nord Est mostra una crescita molto contenuta (+0,1%) mentre il Sud che sviluppa il 19,1% dei volumi, ha chiuso l'anno con una flessione di -0,9%.

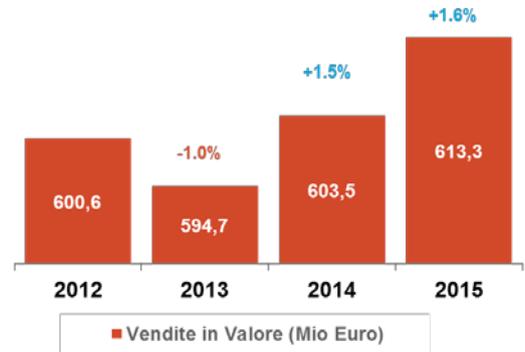
AREA MERCATO

IL PETSHOP TRADIZIONALE - SINTESI PERFORMANCE CANALE

VOLUMI



VALORI



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Innovazione e specializzazione per combattere l'aggressività degli altri canali

Come anticipato, in riferimento al segmento principale degli alimenti cane e gatto, il canale Petshop nel 2015 prosegue il trend positivo delle vendite in valore, con una crescita del fatturato del +1,6%, mentre i volumi sono ancora in flessione (-1,2%).

Gli **alimenti per cane** sono la categoria più importante nel Petshop Tradizionale: realizzano circa **359.6 milioni di euro** che equivale al **58,6% del fatturato** del canale. Gli **alimenti per gatto** garantiscono poco meno di **254 milioni di euro** circa e rappresentano il **41,4% del fatturato**.

La crescita del fatturato nel Petshop è imputabile alle **dinamiche positive degli alimenti per cane (+3,5%)**, con un contributo positivo che arriva da tutti i segmenti. Gli alimenti gatto hanno sviluppato una contrazione del fatturato di -1,0%.

Le dinamiche negative dei volumi sono trainate dall'umido gatto (-0,8%), dal secco gatto (-5,2%) e dall'umido cane (-2,1%).

Il mercato degli alimenti cane e gatto nel Petshop

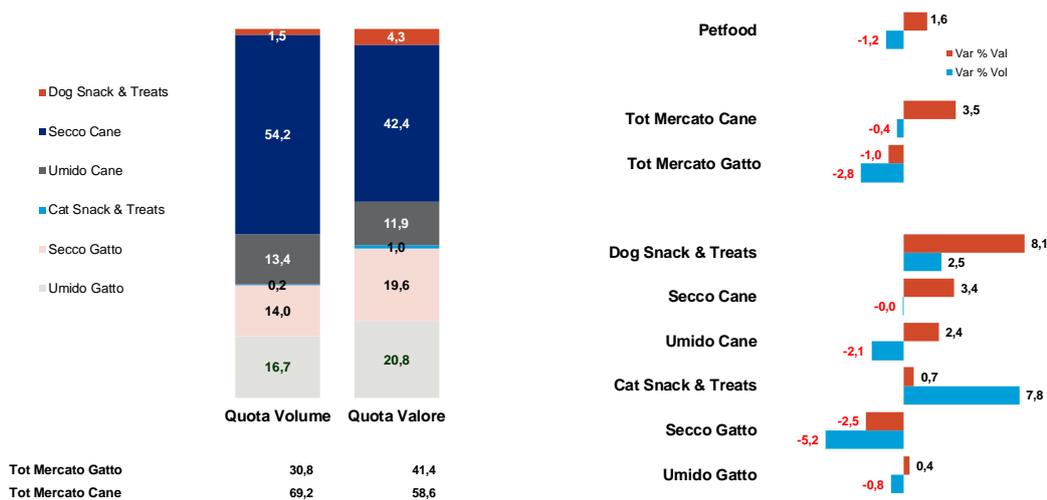
	Vendite Volume	Quota Volume	Variazione % Volume	Vendite Valore	Quota Valore	Variazione % Valore
T Petfood	99.182.821	100,0	-1,2	613.264.688	100,0	1,6
T Alimenti Gatto	30.565.736	30,8	-2,8	253.701.538	41,4	-1,0
Umido Gatto	16.556.154	16,7	-0,8	127.635.750	20,8	0,4
Secco Gatto	13.846.166	14,0	-5,2	120.096.280	19,6	-2,5
Gatto Snack & Treats	163.417	0,2	7,8	5.969.515	1,0	0,7
T Alimenti Cane	68.617.085	69,2	-0,4	359.563.146	58,6	3,5
Umido Cane	13.328.342	13,4	-2,1	72.997.737	11,9	2,4
Secco Cane	53.769.359	54,2	-0,0	260.214.092	42,4	3,4
Cane Snack & Treats	1.519.382	1,5	2,5	26.351.313	4,3	8,1

Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

AREA MERCATO

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.

Peso e trend dei segmenti nel petshop



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

AREA MERCATO

CONFEZIONI E FORMATI NEL PETSHOP

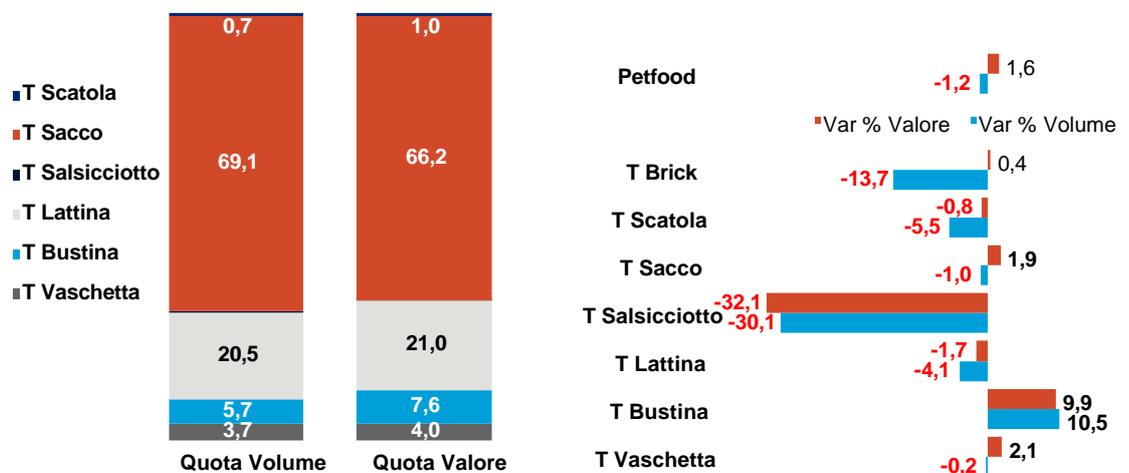
Le Confezioni

Sacco e lattina dominano il mercato

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 % 2015/14 dei vari confezionamenti



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Buona la performance della bustina

Sacco e **lattina** insieme coprono circa il 90% dei volumi del mercato e mostrano tendenze diverse: in crescita il primo a valore (+1,9% a valore mentre -1,0% a volume) in perdita il secondo sia a valore (-1,7%) che a volume (-4,1%). Prosegue la crescita della **bustina** (+9,9% a valore, +10,5% a volume).

La **vaschetta**, che incide per il 4% sul fatturato del totale mercato, mostra una ripresa rispetto allo scorso anno a valore con una crescita del +2,1% e una lieve flessione dei volumi pari a -0,2%.

La **scatola**, che sviluppa l'1,0% del fatturato, pur rimanendo in campo negativo, mostra una flessione più contenuta rispetto a quella registrata nel 2014 verso l'anno precedente. Nel 2015, a fronte di una flessione dei volumi del -5,5% verso l'anno precedente, a valore questa tipologia mostra una flessione di -0,8%.

I Formati

• negli alimenti per CANI

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

Anche nel 2015, le quote più consistenti sono realizzate dai formati scorta tra i 9-15 kg (56,7% dei volumi e 43,2% del fatturato) e dai formati più piccoli da 2-4 kg (17,1% dei

AREA MERCATO

volumi e 21,2% del fatturato), solitamente riservati agli alimenti per cani di taglia piccola o caratteristici delle linee ad alta segmentazione o funzionali.

Tutti i range di formato mostrano una crescita in valore, ma in termini di volumi si segnala un andamento opposto tra i formati dai 9kg in su che mostrano una flessione e i formati inferiori ai 9kg che mostrano una crescita, anche se le vendite a volume del segmento secco cane sono allineate allo scorso anno.

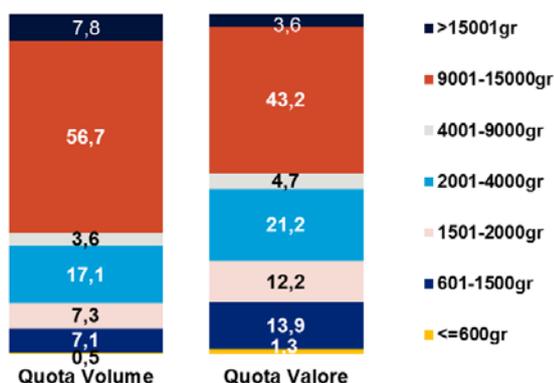
I formati < 9kg mostrano trend più dinamici

Il formato tra 9 e 15 kg ha sviluppato una perdita a volume del -2,1% e un incremento a valore del +1,0%; i formati >15kg hanno sviluppato una perdita a volume del -1,9% e una crescita a valore di +0,9%.

Tra i formati più performanti, da segnalare il sacco tra 2-4 kg (+5% a volume e +5,5% a valore) e i sacchi tra 1,5kg e 2kg che continuano a crescere (+ 5% a volume e + 7,1% a valore). Continua la crescita della fascia dei prodotti tra 4-9 kg (+4,7% a valore e +1,3% a volume) e dei formati tra 601gr e 1,5kg (+5,1% a valore e +1,4% a volume)

In aumento il sacco sino a 600gr (+3,1% a valore e +2,0% a volume).

Peso dei formati – alimenti secchi CANE



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

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 48,8% del fatturato (+2,0% a valore e -0,6% a volume).

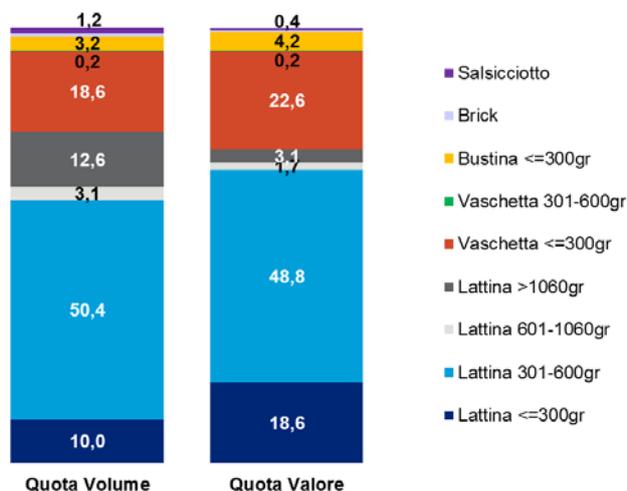
Crescono i formati < 300gr

Per questo segmento, i **formati < 300gr** (45.4% del fatturato) si confermano quelli **più dinamici**, con una crescita a valore di +4,4% e a volume di +1,7%. Questo formato mostra trend positivi per tutte le confezioni (lattina, vaschetta e bustina).

Trend positivi anche per la lattina 600gr-1060gr (+12,2% sia a volume che a valore), mentre la lattina >1060gr è in flessione (-15,5% a valore e -14,6% a volume)

AREA MERCATO

Peso dei formati - alimenti umidi CANE



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

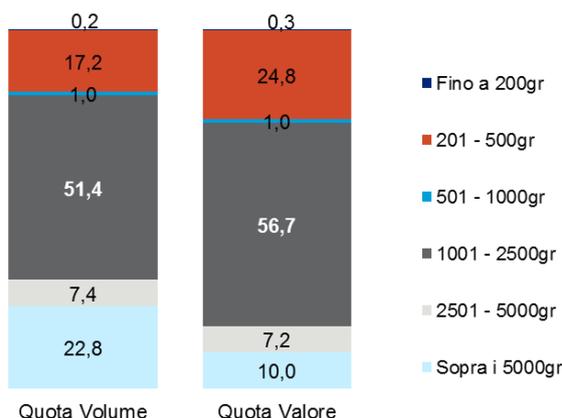
• **negli alimenti per GATTI**

Il segmento più importante tra gli **alimenti secchi** in termini di valori e volumi generati è il formato da 1 a 2,5 kg (56,7% a valore), seguito dal formato 201gr-500gr (24,8% a valore). Entrambi i formati mostrano una flessione sia a valore che a volume: il primo di -1,3% a valore e -4,2% a volume e il secondo di -1,6% a valore e -3,7% a volume.

La flessione si riscontra anche sugli altri formati.

I formati superiori ai 5kg perdono il 5,3% del fatturato e il 6,7% dei volumi mentre quelli dai 2 ai 5kg flettono del -4,5% a valore e del -6,9% a volume.

Peso dei formati - alimenti secchi GATTO



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Per quanto riguarda il segmento degli **umidi** una prima segmentazione a valore evidenzia quote del 59,8% per lattina, 6,1% per la vaschetta e 34,0% per la bustina che continua ad essere l'unico tipo di confezione in crescita (+9,2% a valore e +10,3% a volume). Trend negativi per la lattina (-3,8% a valore e -5,6% a volume) e per la vaschetta (-0,5% a valore e -1,3% a volume).

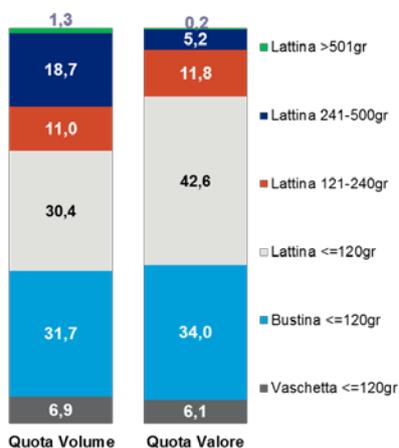
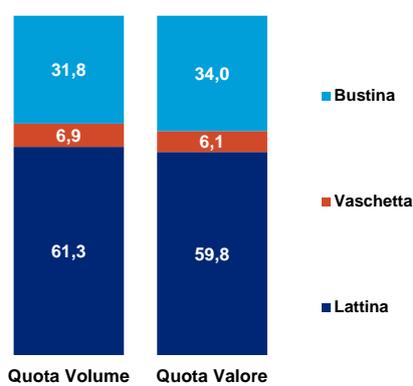
AREA MERCATO

Trend molto dinamici per la bustina

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'82,7% 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 +1,2% (stabile a volume) e la lattina <120gr mostra una contrazione di -2,8% a valore e -1,3% a volume.

Negative le dinamiche della lattina 121gr-240gr (11,8% del fatturato) che perde il 4,4% a valore e il 7,9% a volume. Negative anche le dinamiche della lattina 241gr-500gr (-9,7% a valore e -10,7% a volume).

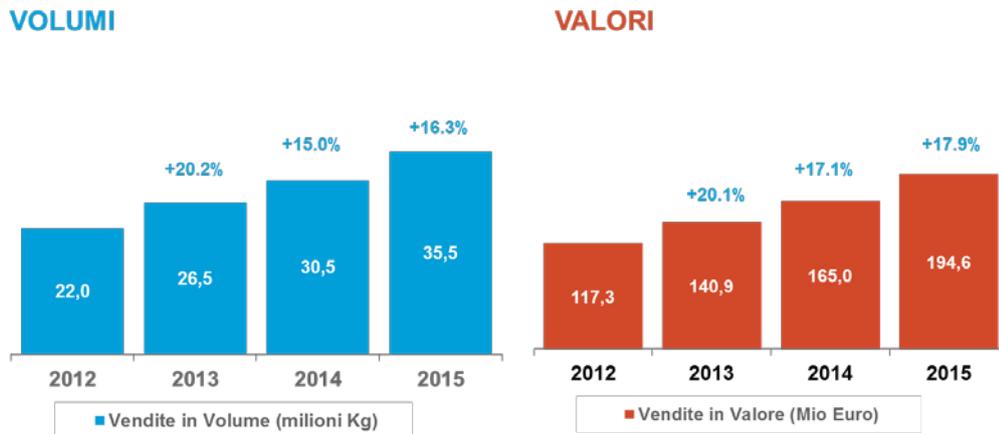
Peso dei formati - alimenti umidi GATTO



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

AREA MERCATO

LE CATENE PESHOP- SINTESI PERFORMANCE CANALE



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Continua la crescita delle Catene anche nel 2015 (+17,9% a valore e + 16,3% a volume).

All'interno del canale, gli alimenti per cani mostrano uno sviluppo dei volumi e dei fatturati superiore a quello degli alimenti per gatto.

Per quanto riguarda i volumi sviluppati, gli alimenti per cani realizzano 22,5 mila tonnellate (63,4% dei volumi complessivi), gli alimenti per gatto 13 mila tonnellate che corrisponde al 36,6% dei volumi totali.

Tutti i segmenti sono in crescita: tra i più dinamici quelli relativi agli alimenti per cani. Da segnalare infatti gli alimenti secchi per cani (+19,6% a valore e +18,4% a volume), gli alimenti umidi per cane (+21,7% a valore e +19,1% a volume) e gli snack cane (+22,9% a valore e +19,6% a volume).

Il mercato degli alimenti cane e gatto nelle catene Petshop

	Vendite Volume	Quota Volume	Variazione % Volume	Vendite Valore	Quota Valore	Variazione % Valore
T Petfood	35.452.777	100,0	16,3	194.578.006	100,0	17,9
T Alimenti Gatto	12.958.786	36,6	12,5	92.070.479	47,3	15,1
Umido Gatto	7.944.421	22,4	11,4	54.290.913	27,9	15,1
Secco Gatto	4.911.633	13,9	14,2	34.499.641	17,7	15,0
Gatto Snack & Treats	102.736	0,3	11,9	3.279.923	1,7	15,3
T Alimenti Cane	22.493.989	63,4	18,6	102.507.530	52,7	20,6
Umido Cane	5.906.462	16,7	19,1	25.434.852	13,1	21,7
Secco Cane	15.726.179	44,4	18,4	64.553.660	33,2	19,6
Cane Snack & Treats	861.348	2,4	19,6	12.519.015	6,4	22,9

Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

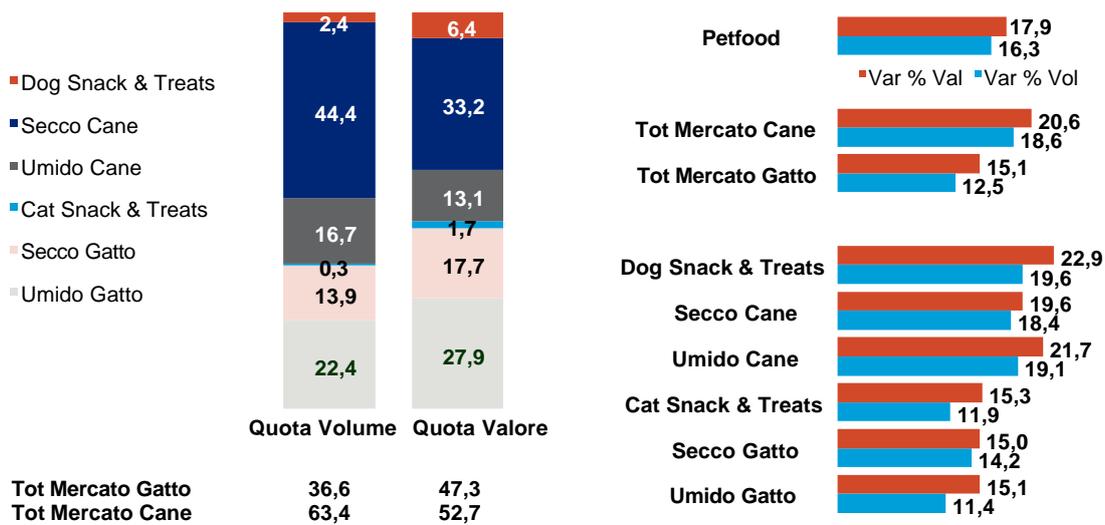
Alimenti gatto: quota superiore nelle catene rispetto ai petshop tradizionali

AREA MERCATO

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 (36,6% a volume vs 30,8% del Petshop Tradizionale) ed in particolar modo dell'umido gatto (22,4% a volume vs 16,7% del Petshop Tradizionale).

Peso e trend dei segmenti nelle Catene



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

AREA MERCATO

CONFEZIONI E FORMATI NELLE CATENE PESHOP

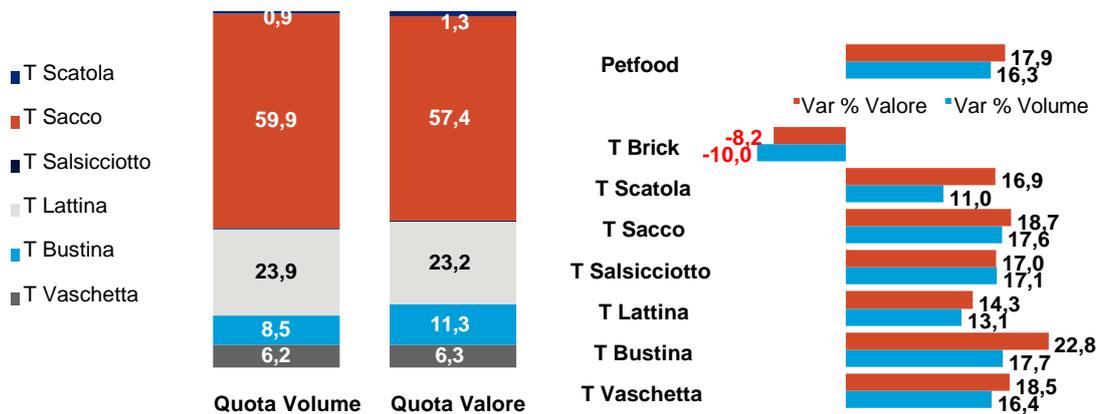
Le Confezioni

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 % 2015/14 dei vari confezionamenti

Maggiore presidio di lattina, bustina e vaschetta rispetto ai peshop tradizionali



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

I Formati

• negli alimenti per CANI

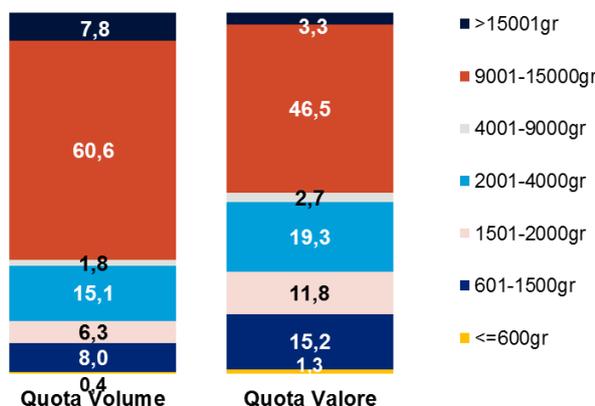
Gli **alimenti secchi** vedono una prevalenza assoluta del confezionamento in sacco.

Anche nelle Catene, le quote più consistenti sono tuttora associate ai formati scorta tra i 9-15 kg (46,5% del fatturato e 60,6% dei volumi), seguiti dai formati più piccoli da 2-4 kg (19,3% del fatturato e 15,1% dei volumi).

Tutti i formati sono in grande crescita: il formato più importante 9-15kg è cresciuto del +20,8% a valore e +19,3% a volume; trend più dinamici per il secondo formato 2-4kg (+23,3% a valore e 22,1% a volume); il terzo formato in quota valore 600gr-1.5kg è cresciuto di +19,7% a valore e +19,3% a volume; lievemente sotto media mercato la crescita del 1.5kg-2kg (+16,6% a valore e +17,5% a volume); sotto media il trend dei formati sopra i 15kg (+4,9% a valore e +9,1% a volume).

AREA MERCATO

Peso dei formati – alimenti secchi CANE



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

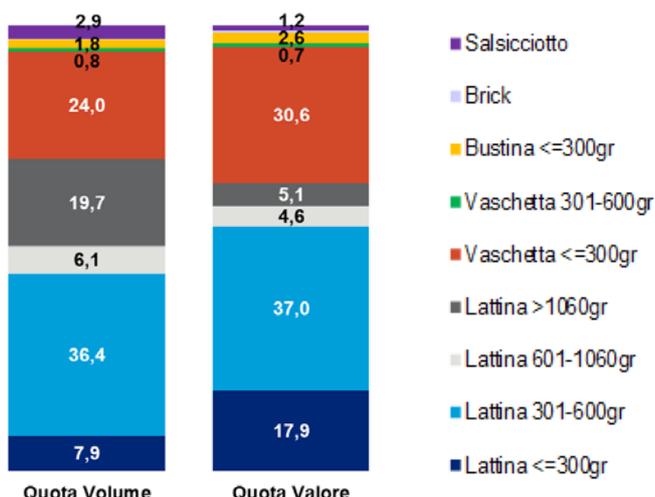
Tra gli **alimenti umidi**, i segmenti principali sono la lattina di medie dimensioni da 300gr a 600 gr (37,0% del fatturato) e la vaschetta <300gr (30,6% del fatturato).

I formati principali sono i maggiori contributori alla crescita

Tutti i formati mostrano dinamiche a due cifre: la lattina di medie dimensioni da 300gr a 600gr (+21,8% a valore e +22,7% a volume), la vaschetta <300gr cresce del 22,5% a valore e del +19,9% a volume, la lattina < 300gr (+21,3% a valore e +21,0% a volume) che con il 17,9% di quota valore è la terzo formato del segmento.

Particolarmente performante la lattina 600gr-1060 gr (+37,5% a valore e +33,5% a volume) che sviluppa il 4,6% del fatturato del segmento; trend positivi ma sotto media mercato per la lattina > 1060gr (+11,3% a valore e + 9,5% a volume).

Peso dei formati - alimenti umidi CANE



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

• negli alimenti GATTO

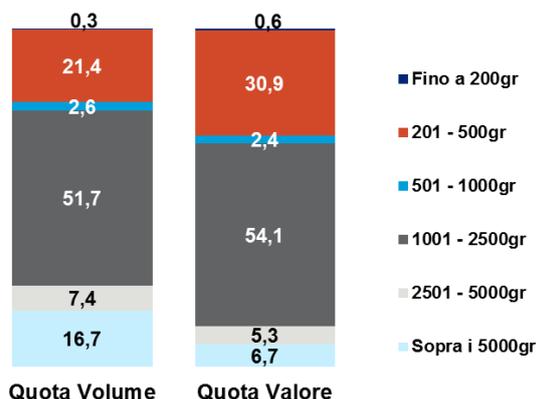
Per quanto riguarda gli **alimenti secchi**, la quota più importante è rappresentata dal formato da 1 a 2,5 kg (54,1% a valore) che mostra dinamiche lievemente superiori alla

AREA MERCATO

media (+15,9% a valore vs +15,0% del secco gatto) seguito dal formato 201-500 gr (30,9% a valore) il cui trend è positivo ma sotto media mercato (+13,1% a valore).

Particolarmente dinamico il formato superiore ai 5kg, che cresce del +27,9% a volume e del +24,5% a valore. Infine il formato 2,5kg - 5kg ha sviluppato una crescita del +16,6% a valore e +13,5 % a volume.

Peso dei formati - alimenti secchi GATTO



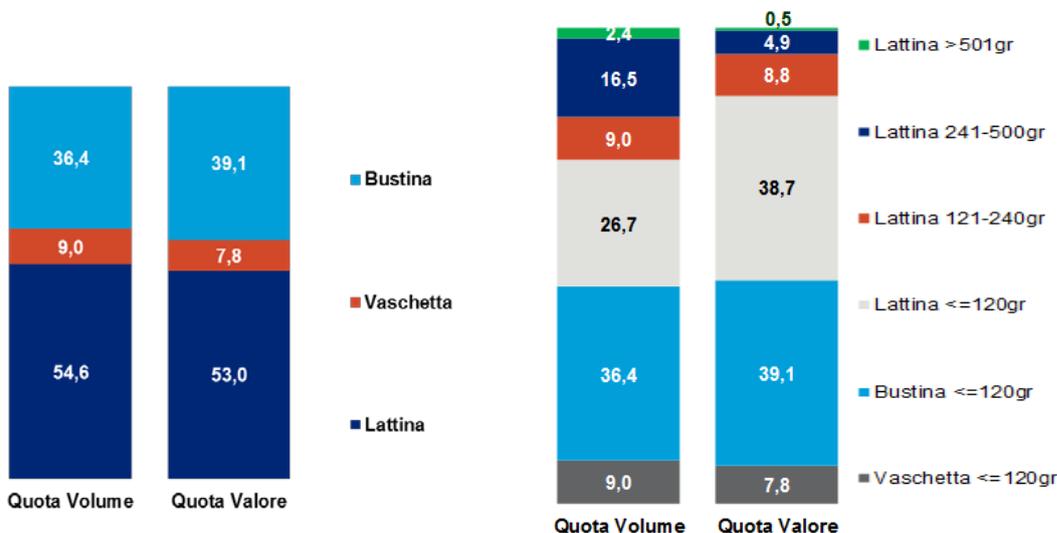
Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Per quanto riguarda il segmento degli **umidi gatto**, una prima segmentazione a valore evidenzia quote del 53,0% per la lattina, 7,8% per la vaschetta e 39,1% per la bustina. Tutti i formati sono estremamente dinamici, particolarmente la bustina (+23,0% a valore, +18,0% a volume).

Crescita a due cifre per i formati <120gr

Rispetto al Petshop Tradizionale, le catene mostrano una maggiore canalizzazione del formato <120gr che copre l'85,6% del valore totale degli alimenti umidi gatto e che anche quest'anno risulta particolarmente dinamico, con una crescita a due cifre per tutte le tipologie di confezione (lattina, bustina, vaschetta).

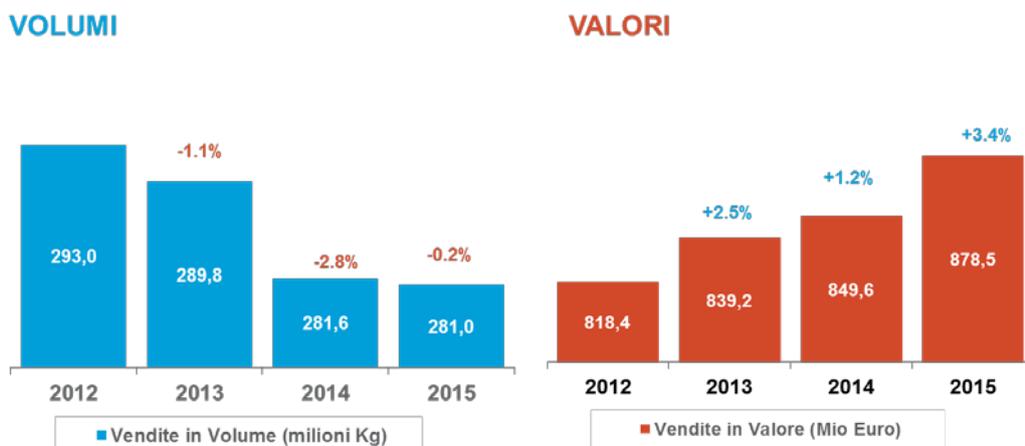
Peso dei formati - alimenti umidi GATTO



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

AREA MERCATO

LA GDO - SINTESI PERFORMANCE CANALE



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

La GDO cresce del +3,4%

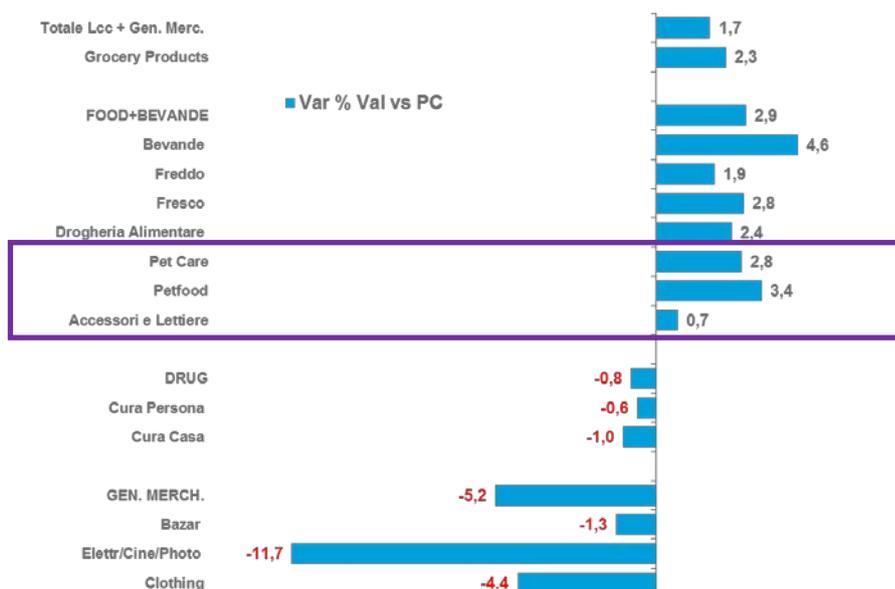
Nel 2015 la crescita a valore degli alimenti per cane e gatto nella GDO (Ipermercati + Supermercati + Libero Piccolo Servizio) è del +3,4% a valore; a volume si registra, invece, una lieve flessione di -0.2%. Si riscontra un'accelerazione nella crescita a valore rispetto allo scorso anno.

In GDO, il petfood mostra una crescita a valore superiore rispetto al Largo Consumo Confezionato e al comparto Alimentari+Bevande che nel 2015 mostrano un'inversione di tendenza rispetto ai 2 anni precedenti e chiudono con segni decisamente positivi.

E' importante però segnalare che mentre il totale LCC e Alimentare+Bevande mostrano segnali positivi anche a volume, il petfood risulta essere sostanzialmente stabile: la crescita a del fatturato è legata al mix di prodotti di maggior valore acquistato dai consumatori.

Analisi trend vendite a valore nella GDO

Il LCC che torna a crescere, ma il petfood mostra trend superiori



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

In GDO gli alimenti gatto realizzano circa 554 milioni di euro e coprono il 63,1% del fatturato, gli alimenti cane circa 325 milioni di euro e realizzano il rimanente 36,9% del

AREA MERCATO

mercato. In termini di volumi, gli alimenti gatto realizzano il 51,8% del mercato mentre gli alimenti cane il 48,2%.

Trend a valore positivi per tutti i segmenti degli alimenti gatto: i più dinamici il secco gatto e gli snack che rappresentano una piccola parte del mercato. A volume, alla crescita del secco gatto e degli snack, si contrappone una flessione del segmento principale dell'umido gatto: il totale comparto alimenti gatto cresce di +0,1% a volume.

Il mercato degli alimenti cane e gatto sul canale GDO

	Vendite Volume	Quota Volume	Variazione % Volume	Vendite Valore	Quota Valore	Variazione % Valore
Petfood	281.032.428	100,0	-0,2	878.451.736	100,0	3,4
T Alimenti Gatto	145.568.850	51,8	0,1	553.898.937	63,1	3,0
Umido Gatto	90.009.661	32,0	-1,1	381.999.428	43,5	1,8
Secco gatto	54.963.576	19,6	2,1	155.531.892	17,7	4,3
Gatto Snack & Treats	595.613	0,2	27,8	16.367.617	1,9	20,2
T Alimenti Cane	135.463.578	48,2	-0,6	324.552.803	36,9	4,1
Umido Cane	68.341.696	24,3	2,8	156.925.491	17,9	4,8
Secco Cane	60.069.449	21,4	-5,1	106.783.167	12,2	-0,0
Cane Snack & Treats	7.052.433	2,5	9,1	60.844.145	6,9	9,9

Trend
positivi per
secco gatto
e umido
cane

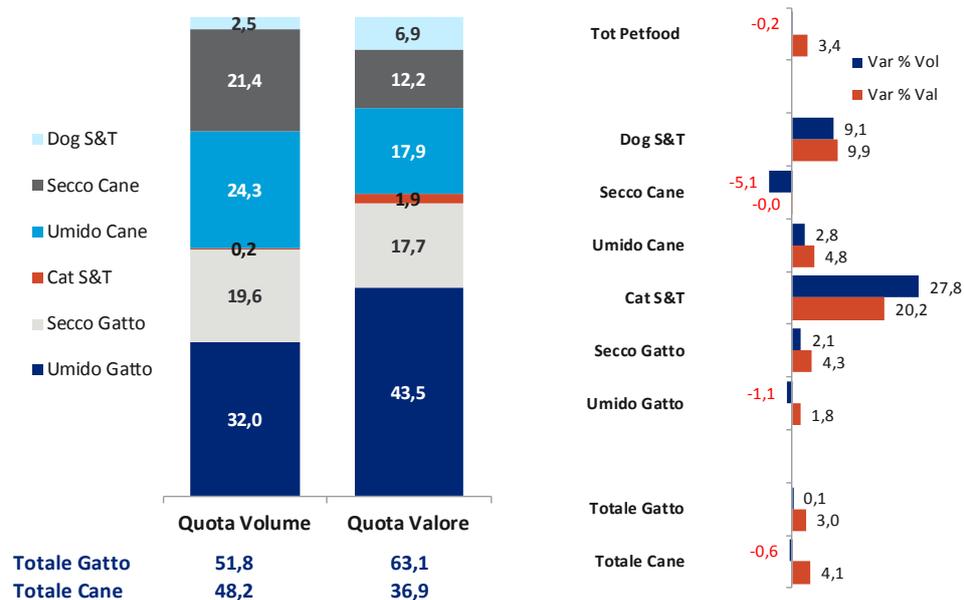
Continua la
crescita
degli Snack

Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

La crescita a valore degli alimenti per cane è stata guidata dall'umido cane e dagli snack, trend piatto per il secco cane. A volume, la crescita dell'umido cane e degli snack non compensano la flessione che si riscontra per il segmento del secco cane con un saldo negativo complessivo del comparto alimenti cane (-0,6% verso il 2014).

AREA MERCATO

Peso e trend dei segmenti in GDO (I+S+LSP), 2015



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

CONFEZIONI E FORMATI IN GDO

Le Confezioni

Maggiore equilibrio tra lattina e sacco rispetto agli altri canali

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 (33,7% di quota valore e 39,7% di quota volume) ma, a fronte della prevalenza dei cibi umidi, la lattina ha una maggiore importanza rispetto ai Petshop, veicolando il 26,2% del fatturato e il 32,7% dei volumi.

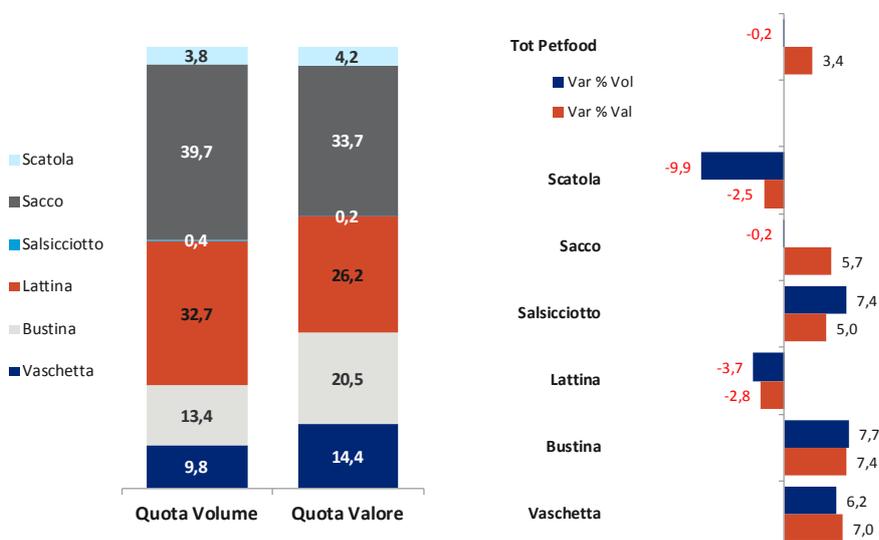
Anche la bustina e la vaschetta sviluppano in GDO una quota superiore a quella espressa nei Petshop, sviluppando rispettivamente una quota a valore del 20,5% e 14,4%.

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 salsiccio per cane, infine, conserva una minuscola quota.

AREA MERCATO

Peso e variazione % 2015/14 dei vari confezionamenti



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Bustina e vaschetta le confezioni in crescita

Per quanto riguarda i trend, prosegue la **contrazione** a volume e a valore della **lattina** (-3,7% e -2,8% rispettivamente) mentre il **sacco cresce** a valore (+5,7%) a fronte di una lieve flessione dei volumi (-0,2%).

Continua la **crescita** della **bustina** (+7,4% a valore, +7,7% a volume) frutto del successo dei formati monoporzione di fascia premium sul canale.

Trend molto positivi anche per la **vaschetta** (+7,0% a valore e +6,2% 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 (41,5% del fatturato), segue quello da 600gr a 1,5kg (33,8% del valore): opposti i trend di crescita, negativi per il formato da 2 ai 4kg (-8,4% a valore e -11,2% a volume circa) positivi per il formato da 600gr a 1,5kg (+12,7% a valore e +11,7% a volume).

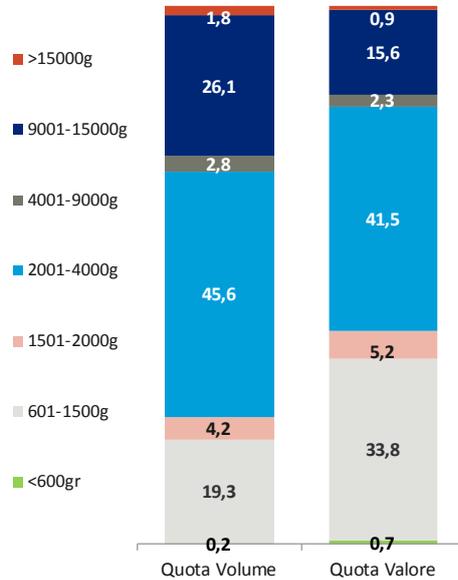
Per questi due formati, si confermano le tendenze dello scorso anno.

Trend negativi anche per terzo formato del segmento, 9kg-15kg, che mostra una contrazione a valore di -3,8% e a volume di -6,6%.

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).

AREA MERCATO

Peso dei formati – alimenti secchi CANE



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Per quanto riguarda gli **alimenti umidi**, il formato dominante a valore è la vaschetta < 300g (50,6% del fatturato) che mostra dinamiche positive (+6,6% a valore e +6,9% a volume).

Crescono tutti i formati < 300 gr

La lattina 300gr-600gr (23,6% quota a valore) ha sviluppato una crescita a valore del +2,3% e a volume +2,0%.

La lattina >1060gr, terzo formato a valore (14,6% di quota) ma primo a volume, ha sviluppato una contrazione di -1,6% a valore e -0,5% a volume.

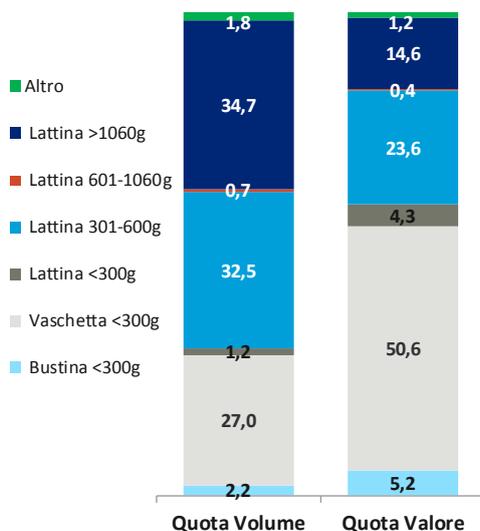
Oltre alla vaschetta <300gr, anche gli altri formati < 300gr mostrano performance molto positive: la bustina < 300gr (+9,4% a valore e +6,5% a volume) e la lattina < 300gr (+18,3% a valore e +14,6% a volume).

In merito a questo ultimo formato, da segnalare quanto sia poco presente in GDO rispetto al Petshop Tradizionale : solo il 4,3% del fatturato in GDO vs il 18,6% nel Petshop Tradizionale.

Le dinamiche dei formati <300gr, anche in questo caso confermano l'interesse dell'acquirente per i formati più piccoli che consentono di variare l'alimentazione del proprio animale.

AREA MERCATO

Peso dei formati - alimenti umidi CANE



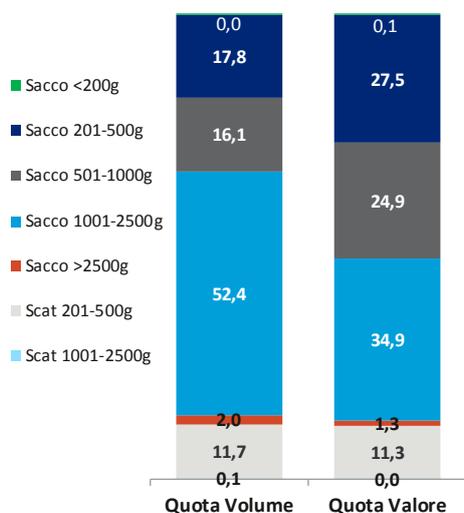
Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

• **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 (34,9% a valore, +5,9% vs 2014). 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 (27,5% del fatturato, +12,6% vs lo scorso anno) e in particolare il sacco da 500gr a 1kg che pesa il 24,9% del valore (+2,5% vs lo scorso anno) verso l'1,0% 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 27 Dicembre 2015

AREA MERCATO

Anche per quanto riguarda il segmento degli **umidi**, si evidenzia una certa differenza rispetto al Petshop Tradizionale.

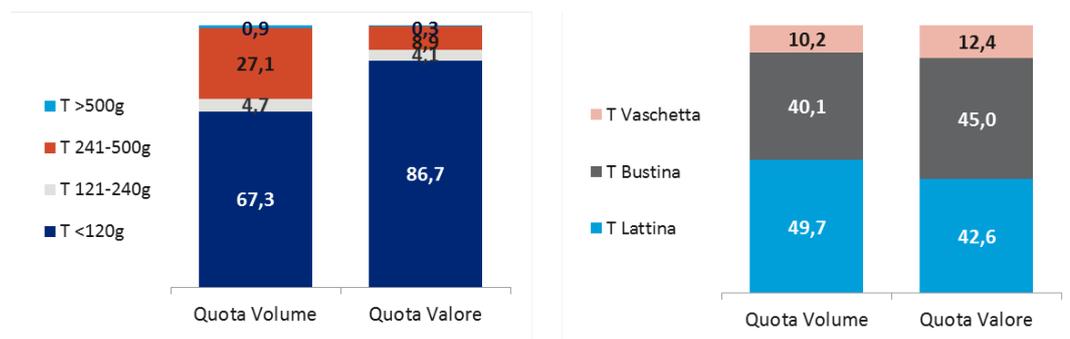
La lattina rimane il formato principale a volume con il 49,7% ma a valore il primo formato è la bustina (45,0% di quota a valore), seguita dalla lattina (42,6%) e dalla vaschetta (12,4% di quota a valore).

Le tre tipologie mostrano trend opposti: alla contrazione delle lattine (-4,8% a valore e -8,3% a volume) si contrappone la dinamicità delle bustine e vaschette che hanno sviluppato rispettivamente una crescita a valore di +7,3% (+7,8% a volume) e +7,7% (+4,8% a volume).

I formati mono- porzione crescono

Relativamente ai formati, continua la crescita del segmento <120 gr che realizza l'86,7% del fatturato ed è l'unico ad avere dinamiche positive (+4,4% a valore). Tutti gli altri formati evidenziano un calo dei volumi e dei fatturati. All'interno la crescita è trainata da bustina e vaschetta, mentre la lattina<120gr (29,3% di quota valore) mostra una contrazione (-1,2% a valore e -0,7% a volume).

Peso dei formati - alimenti umidi GATTO



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

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.

AREA MERCATO

Le Private Label: 22,3% del fatturato e 37,4 % dei volumi mercato pet food (GDO+Catene)

LA PRESENZA DELLE PRIVATE LABEL NELLA GDO e CATENE

Nel 2015, le Private Label hanno sviluppato una quota a valore del 17,5% a totale Largo Consumo Confezionato (mercati Food e non Food) in flessione di -0,3 pti verso il 2014. Dopo anni di crescita, per il secondo anno le Private Label mostrano una riduzione della quota: la crescita del LCC riscontrata nel 2015 è stata trainata dall'industria di marca mentre la marca del distributore ha segnato il passo, con una crescita inferiore alla media mercato.

All'interno dell'offerta generale della Private Label si riscontra una 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 6% del fatturato ciascuna (sul totale fatturato della marca del distributore) ma crescono rispettivamente del 14,5% e del 11,8% a valore.

Pur continuando quindi, in generale, a rivolgersi a 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 22,6% in flessione di ben -1,9 pti verso il 2014 (Ipermercati+ Supermercati+LSP) e una quota volume del 41,8% (-1,7 pti); se il perimetro di analisi si allarga al totale Grocery la quota valore delle PL si assesta al 29,7% (-1,2 pti verso il 2014).

Le performance del Petfood in GDO nel 2015 sono state appiattite dall'andamento negativo della Marca del Distributore a fronte di una ripresa importante sia a volume che a valore dell'Industria di Marca (+6,0% a valore e + 6,9% a volume verso il 2014).

Le performance della Private Label nel mercato del cibo cane/gatto sono da ricondursi alla performance "primo prezzo" e ad un'offerta mainstream e premium che non decolla probabilmente a causa di un'industria di marca forte, innovativa e in grado di soddisfare sempre di più i bisogni degli acquirenti/consumatori finali.

Per quanto riguarda le catene, vale la pena osservare che il fatturato sviluppato dalle Private Label è pari al 20,5% di quello sviluppato complessivamente dal mercato e che i volumi realizzati raggiungono il 35,6% del totale.

A differenza della GDO, nelle Catene, la Private Label ha sviluppato 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.

AREA MERCATO

ALIMENTI PER ALTRI ANIMALI DA COMPAGNIA

Gli alimenti per altri animali mostrano una flessione del 5,0%

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.

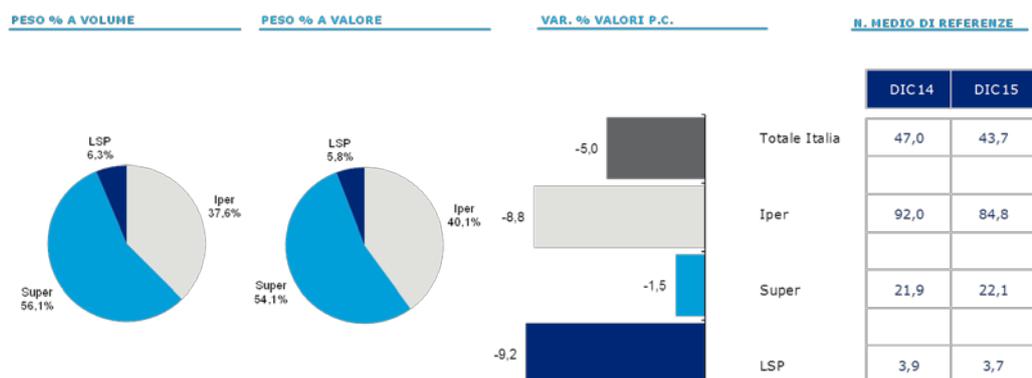
Nel 2015 il mercato “alimenti per altri animali da compagnia”, con un fatturato di poco più di 17 milioni di euro, conferma il trend negativo dello scorso anno con una flessione del -5,0% a valore e -2,5% a volume.

INDICATORI DI MERCATO	AT DIC15	VAR. %
Valore (Euro)	17.226.096	-5,0
Volume (U.M.)	3.211.142	-2,5
Unità (Pz.)	8.053.405	-5,3
Prezzo Medio Volume	5,36	-2,6

Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

I Supermercati, che sviluppano il 56,1% dei volumi e il 54,1% del fatturato, nel 2015 hanno realizzato una perdita a valore del -1,5% a fronte di un incremento dei volumi del +2,1%.

Gli Ipermercati che realizzano il 37,6% dei volumi ed il 40,1% del fatturato, perdono -8,8% a valore. Questo canale mostra anche un'importante riduzione del numero medio di referenze che passa da 92 a dicembre del 2014 a 84,8 a dicembre 2015.



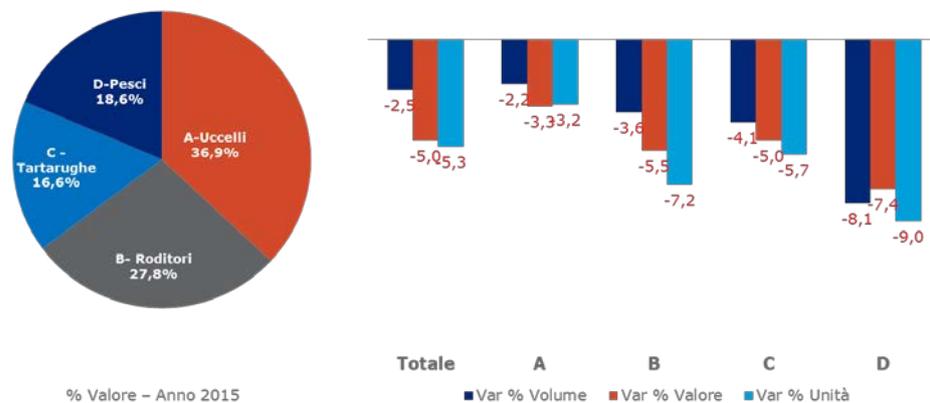
Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Il segmento principale è quello degli alimenti per **uccelli che copre il 36,9% del valore** (55,8% dei volumi) e mostra dinamiche negative (-3,3% a valore, -2,2% a volume). Seguono i cibi per roditori (27,8% del fatturato e 40,2% a volume) anch'essi in perdita (-5,5% a valore, -3,6% a volume) rispetto allo scorso anno.

Si confermano i trend negativi anche per i segmenti minori - cibo per tartarughe e cibo per pesci, quest'ultimo è quello che presenta trend negativi più accentuati.

AREA MERCATO

Peso dei diversi alimenti per tipo di animale



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

ACCESSORI

Continua la crescita degli accessori in GDO anche per il 2015 (+2,4% a valore e +3,0% 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 DIC15	VAR. %
Valore (Euro)	67.563.378	2,4
Volume (U.M.)	15.037.805	3,0
Unità (Pz.)	15.037.805	3,0
Prezzo Medio Volume	4,49	-0,6

Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

I Supermercati, che sviluppano il 58,0% dei volumi e il 54,0 % del fatturato, nel 2015 hanno realizzato una crescita del +6,1% a valore e +5,1% a volume. Si conferma l'attenzione al presidio assortimentale che si arricchisce di nuove referenze (+2)

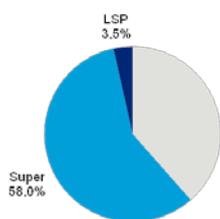
Maggiori fatturati per i Supermercati che sviluppano l'assortimento

Gli Ipermercati che grazie ai maggiori spazi possono garantire assortimenti differenziati e a più alta redditività mostrano, invece, vendite in calo (-2,9% a valore) e numero di referenze elevato ma in flessione.

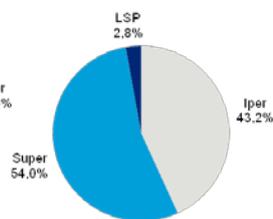
In crescita anche l'LSP (+21,0% a valore) che sviluppa una parte esigua dei volumi e del fatturato del mercato.

AREA MERCATO

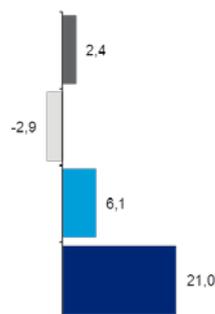
PESO % A VOLUME



PESO % A VALORE



VAR. % VALORI P.C.



N. MEDIO DI RIFERENZE

	DIC 14	DIC 15
Totale Italia	142,8	140,0
Iper	276,5	274,7
Super	66,4	68,6
LSP	5,4	5,6

Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Buona la performance del settore igiene

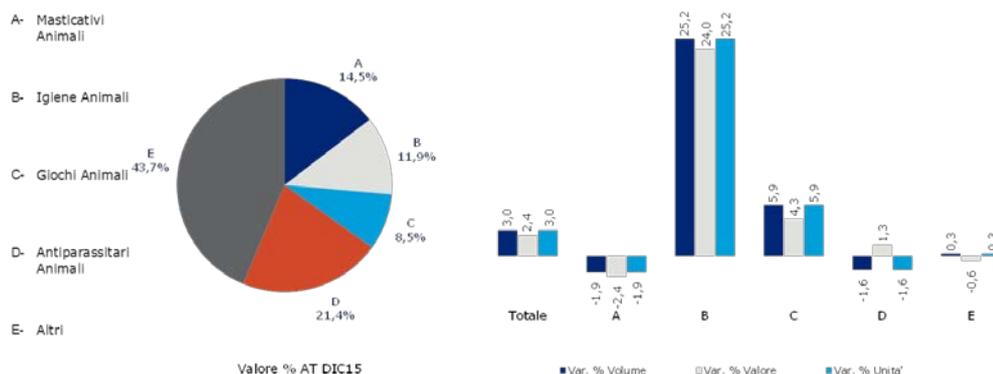
Il trend positivo della categoria è trainato dall'Igiene Animali (shampoo, spazzole, deodoranti, tutto ciò che ha a che fare con la cura e la bellezza, ossi masticabili e per dentizione) che recupera rispetto allo scorso anno (+24% la crescita a valore, +25,2% la crescita a volume) e dai Giochi (+4,3% a valore e +5,9% a volume).

Gli Antiparassitari, in flessione a volume di -1,6%, mostrano un incremento del fatturato del +1,3%.

Ancora negativi i Masticativi animali (-2,4% a valore e -1,9% a volume).

Lievi scostamenti per gli altri Accessori.

Peso dei diversi accessori



Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

In flessione il mercato delle lettiere

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 2015 esso vale infatti quasi 65 milioni di Euro.

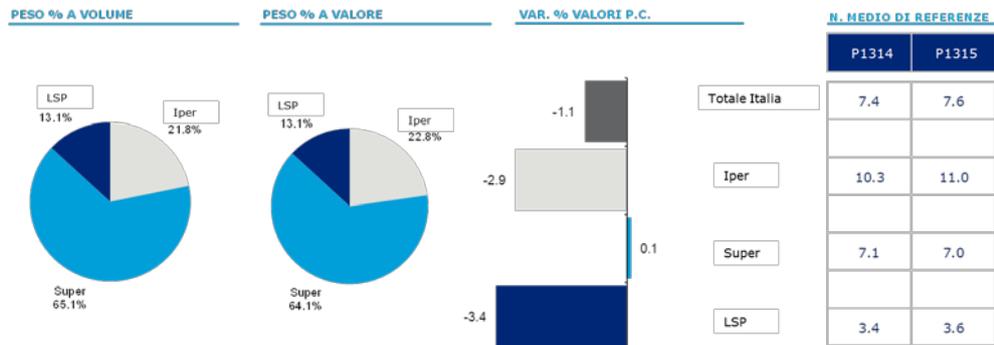
AREA MERCATO

Nel 2015 il mercato mostra una flessione sia a volume (-2,3%) che a valore (-1,1%).

INDICATORI MERCATO	P13 15	% Var.
Valore (Euro)	64,935,974	-1,1
Volume (U.M.)	116,091,421	-2,3
Unità (Pz.)	21,545,283	-1,4
Prezzo Medio in Volume	0,56	1,2

Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Per quanto riguarda le performance dei canali, i Supermercati, che veicolano il 64,1% del fatturato del mercato, nel 2015 hanno sviluppato un fatturato sostanzialmente in linea con lo scorso anno (+0,1%) a fronte di una flessione dei volumi di -1,6%; gli Iper e l'LSP perdono fatturati (rispettivamente -2,9% e -3,4%).



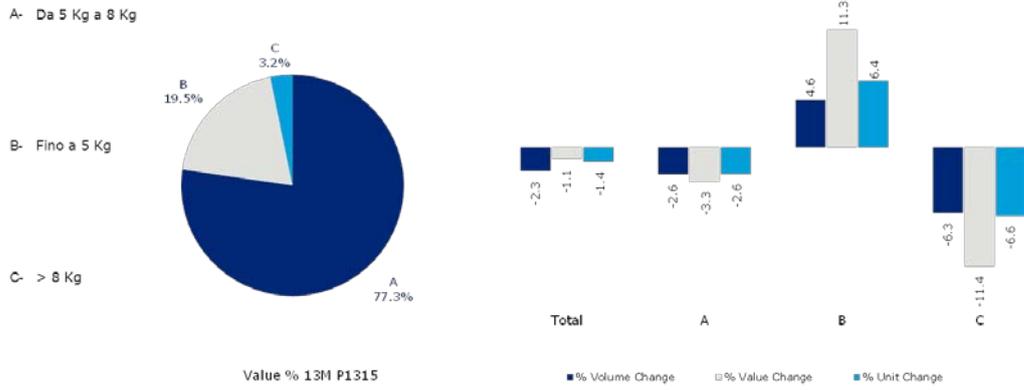
Fonte: IRI – 52 settimane al 27 Dicembre 2015

Il formato classico fino a 5 kg continua ad essere il più dinamico

Il **formato** più venduto (quota valore del 77,3%) rimane quello compreso tra i 5 e gli 8 kg in flessione sia a valore che a volume. Continua la crescita del formato “salvaspazio” fino a 5 kg (+11,3% a valore, +4,6% a volume) che consente una battuta di cassa inferiore anche se in definitiva meno conveniente del formato grande.

AREA MERCATO

Peso delle lettiere per gatto



Fonte: IRI - 52 settimane al 27 Dicembre 2015

AREA MERCATO

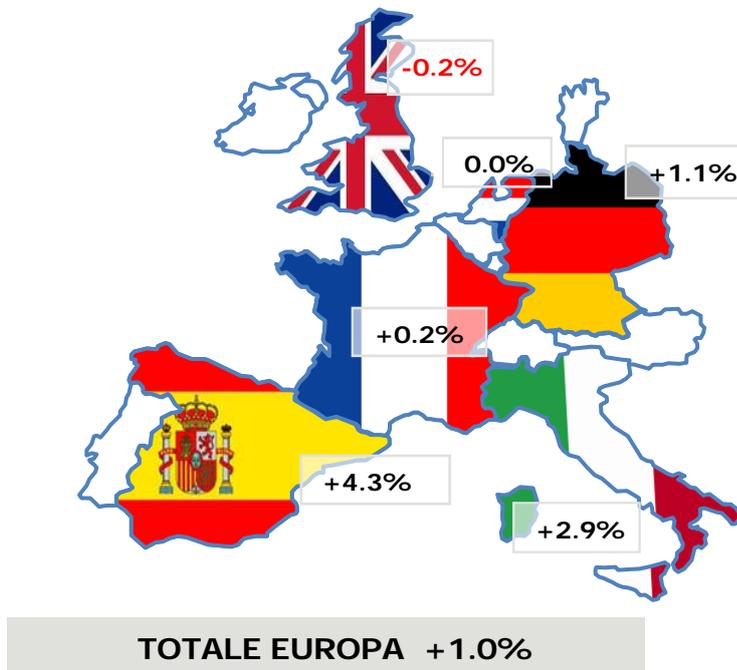
PANORAMICA SUL MERCATO EUROPEO DEL PET CARE

Europa

Il settore del pet care conferma la sua ripresa anche nel 2015⁶.

La crescita delle vendite a valore in tutta Europa è rimasta positiva, pari ad un +1% rispetto allo stesso periodo del 2014. Nonostante la performance della categoria del pet care sia lontana dai livelli di crescita passati, i suoi trend sono ora positivi e seguono il generale recupero dei beni del Largo Consumo del 2015. Le vendite a volume sono generalmente stabili o in lieve diminuzione.

Trend differenti coesistono nei diversi Paesi: i prodotti single serve crescono congiuntamente ai prodotti di fascia economy; le private label registrano un calo nella maggior parte dei Paesi.

Totale vendite a valore del settore pet e % di variazione rispetto all'anno precedente

Fonte: IRI Dicembre 2015

Spagna, Italia, Germania e Francia sperimentano una crescita nelle vendite.

Il segmento degli alimenti per gatti si conferma il core business della categoria pet food a livello europeo, rappresentandone il 50,5%, e cresce dell'1,8%, trascinando così l'intera categoria. I drivers per questo segmento sono l'umido nel formato monoporzione e, in misura minore, il secco. Anche gli alimenti per cani crescono (+0,5%), seppur in maniera più limitata, mentre il segmento degli accessori mostra trend negativi. Gli alimenti per altri animali sono stabili. Il segmento degli snack & treats per cani sta diventando sempre più importante grazie alla sua crescita a valore e a volume in tutti i Paesi europei.

Le principali aree di innovazione sono i gusti "premium" in formati piccoli e il packaging, che deve essere di sempre più facile utilizzo.

La categoria del pet care appare sempre più polarizzata. I prodotti di fascia economy crescono, così come i prodotti premium nei formati piccoli. L'acquirente di alimenti per gatti può avere atteggiamenti molto differenti rispetto a chi acquista alimenti per cani. Due

⁶ Rilevazioni IRI nel solo canale Mass Market

AREA MERCATO

caratteristiche emergono dall'analisi del comparto: le promozioni hanno interrotto la loro crescita le private label si mostrano in calo nella maggior parte dei Paesi.

Francia⁷

Il mercato del pet è abbastanza piatto in Francia (+0,2% valore, +1,4% a volume).

Si registrano trend opposti tra alimenti per cani (-1,2%) e gatti (+1,3%): gli alimenti per gatti sono trainati dagli alimenti secchi (+2,0%), ma anche gli alimenti umidi mostrano un trend positivo (+0,8%). Negli alimenti per cani, invece, sia il core business (alimenti secchi, -1,1%) sia gli alimenti umidi (-1,3%) registrano un calo.

L'accessoristica mostra un trend negativo (-1,7%), le lettiere per gatti frenano la loro crescita (+0,5%). Positivi gli alimenti per altri animali (+4,3%), grazie agli alimenti per uccelli (+13,9%).

Germania⁸

La categoria del pet care in Germania mostra un declino a volume in tutte le categorie, mentre la crescita a valore è guidata dagli alimenti per cani e gatti con l'introduzione di formati più piccoli.

Tra i canali, solo i Drugstore e gli Ipermercati hanno registrato una crescita grazie alla vendita di un numero maggiore di unità di alimenti per cani e gatti dovuta ai formati più piccoli. Il Discount rappresenta comunque il canale principale con una quota a valore pari al 44%.

Gli Hard Discount mostrano perdite a valore negli alimenti per cane e gatto, ma una crescita per i segmenti più piccoli dell'accessoristica e degli alimenti per altri animali.

Spagna⁹

Il mercato totale del pet food continua la sua crescita nel 2015 sia a valore che a volume. Il segmento gatto è quello che contribuisce maggiormente alla crescita, sebbene anche gli alimenti per cani abbiano aumentato le vendite.

Il segmento degli alimenti per cani rimane quello più ampio con un 59,5% delle vendite a valore, mentre gli alimenti per gatto rappresentano il 36,0% (+0,9 rispetto al 2014). Quello degli alimenti secchi per gatti è il segmento più dinamico. Anche gli Snack per cani sono un driver per la crescita dell'intero mercato.

Tutti i canali sono in crescita, ma i Supermercati sono quelli che registrano le performance migliori e i principali promotori della crescita.

Regno Unito¹⁰

Il segmento principale (alimenti per cane e gatto) è cresciuto a valore (0,6%), mentre le vendite a volume sono diminuite (-1,5%). Questi trend suggeriscono che il mercato si stia spostando verso formati più piccoli.

Gli alimenti per gatti crescono dell'1,2%, principalmente grazie alle Private Label che hanno fatto registrare un + 8,6% e hanno visto aumentare la loro fetta di mercato dal 14,4% al 15,3%. Gli alimenti per cani segnano -1,7%. Anche in questo caso le PL hanno un ruolo importante (-2,5%), mentre i prodotti di marca registrano un calo del -0,2%.

L'accessoristica segna una diminuzione del -1,3%, mentre gli alimenti per altri animali crescono dello 0,2%

⁷ Rilevazioni su Ipermercati e supermercati

⁸ Ipermercati, Supermercati, Hard Discount, Drugstore

⁹ Ipermercati, Supermercati, Hard Discount, Drugstore - incluse le isole Canarie

¹⁰ Ipermercati, Supermercati, Drugstore e Impulse Outlet. Gli alimenti per altri animali includono unicamente gli alimenti per uccelli.

Area Costume e Società
Il ruolo sociale dei pet

PET IN FAMIGLIA E IN SOCIETÀ

RAPPORTO ASSALCO-ZOOMARK 2016

PROPOSTE PER I PET NELLA SOCIETÀ

Includere i CANI:

- nello Stato di famiglia tramite collegamento con anagrafi canine;
- in un'anagrafe nazionale canina, in luogo delle attuali anagrafi regionali.

Includere i PET:

- nel Censimento decennale ISTAT del 2021;
- nella Costituzione.

43%

degli **italiani** vive con un animale da compagnia (2016)



PET E ANZIANI



39%

degli **over-65** convive con un pet.
2,1 MILIONI DI PERSONE



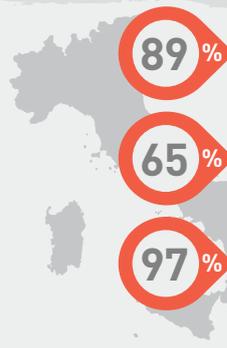
4 MILIARDI

Risparmio annuo del SSN per gli effetti positivi di un animale da compagnia sulla salute degli over 65

1

Un'ora al giorno a spasso con il proprio cane ha effetti positivi

PET IN CITTÀ



Capoluoghi di Provincia ha assessorato dedicato

Capoluoghi di Provincia ha un regolamento specifico

ASL ha un canile sanitario e un ufficio di igiene urbana veterinaria

63%



Comuni Capoluogo con spazi verdi dedicati agli animali

CITTÀ PET-FRIENDLY



Modena e Terni



Verona Ferrara Cremona Monza

Bologna Lecco Perugia Parma

IN VACANZA CON I PET

PET FRIENDLY IN EUROPA

TASSO PET-FRIENDLY

SVIZZERA
63,3%

AUSTRIA
57,9%



GERMANIA
60,7%

ITALIA
56,8%

REGNO UNITO
17,9%

I DESIDERI DEI PET OWNER

65,2%
Maggiore accoglienza in hotel e nelle località di vacanza

Welcome



69,1%
Libero accesso in qualsiasi luogo pubblico

PET FRIENDLY IN ITALIA

STRUTTURE PET-FRIENDLY

EMILIA ROMAGNA
79,3%



MARCHE
74,4%

MARE
100 SPIAGGE che ammettono cani



MONTAGNA METE PET-FRIENDLY
Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige, Piemonte e Friuli Venezia Giulia



28%

Sceglie la destinazione in base alla possibilità di portare il proprio pet



29%

Porta il proprio animale da compagnia anche all'estero



53%

Cambia destinazione pur di non dover lasciare a casa l'amico pet

AREA COSTUME E SOCIETA'

PET FRIENDLINESS. ORGANIZZAZIONI CHE SE NE OCCUPANO

Il lavoro delle organizzazioni per un'Italia più pet-friendly	Pag. 55
I locali pet-friendly	Pag. 56
Prima di partire	Pag. 56
Differenze a livello amministrativo e normativo nella gestione dei pet, della convivenza e delle relazioni all'interno della società: le mete più pet-friendly d'Europa...	Pag. 56
... e di Italia: viaggiare con i pet, missione possibile!	Pag. 57
Cani benvenuti anche nelle aree di sosta	Pag. 57
Animali in traghetto	Pag. 58
Il trasporto degli animali da compagnia in treno	Pag. 58
I pet in aereo	Pag. 58
Area pet all'aeroporto di New York	Pag. 58

VIVERE CON UN PET È UN PRIVILEGIO

Pet ownership nel Mondo	Pag. 59
<i>Le cinque responsabilità del proprietario</i>	Pag. 59
Essere buoni proprietari fa del vostro cane un buon pet!	Pag. 60
Proprietari italiani responsabili: corso e patentino	Pag. 60
Proprietari ambasciatori della cultura pet friendly	Pag. 60
Animali in Città: Rapporto 2016	Pag. 60
Gestione dei pet in Italia: per una convivenza ottimale all'interno della società	Pag. 61

PET E BAMBINI

Educare i bambini alla cura degli animali e dell'ambiente	Pag. 62
In tutto il mondo i pet fanno bene ai bambini	Pag. 62
Prendersi cura dell'altro	Pag. 63
Il pet: un compagno di giochi migliore dei videogame	Pag. 63

PET E ANZIANI

I pet apportano "valore al vivere quotidiano"	Pag. 64
Un pet migliora la qualità della vita dei Senior: il Rapporto Federanziani	Pag. 64
Grazie ai pet risparmio di €4 miliardi per la Sanità	Pag. 64
Avere un pet fa bene alla salute degli anziani	Pag. 64
Senior, proprietari molto attenti	Pag. 65
Mai senza il mio pet	Pag. 65

INTERVENTI ASSISTITI CON GLI ANIMALI: UN PROGETTO RILEVANTE ED AUTOREVOLE

Benefici degli Interventi Assistiti con gli Animali	Pag. 66
Decisivo contributo dei pet	Pag. 66
Ospedale Pediatrico Meyer: i cani importanti quanto le medicine	Pag. 67

PET FRIENDLINESS. ORGANIZZAZIONI CHE SE NE OCCUPANO**Il lavoro delle organizzazioni per un'Italia più pet-friendly**

Il nuovo rapporto con gli animali li fa considerare come preziosi compagni di vita....

Il sito del Ministero della salute www.salute.gov.it, è il portale di riferimento per la salute animale e per la tutela del benessere dei pet.

“Tutelare il benessere degli animali” significa riconoscere un loro ruolo e habitat quali “coinquilini dell'uomo”. Col progressivo miglioramento della qualità della vita, di fatto l'uomo ha accentuato sempre più la tendenza a considerare gli animali come preziosi compagni della propria esistenza, ai quali si possono rivolgere sentimenti di amore avendo la certezza della loro capacità di ricambiarli abbondantemente.

Il crescente interesse verso gli animali da compagnia trova un'ulteriore motivazione nella fisionomia dell'attuale organizzazione sociale. Anche gli italiani, per avere modificato i loro rapporti sociali, hanno manifestato un crescente interesse per gli animali da compagnia adottandone un congruo numero.

Da qui la necessità di modificare alcune norme relative all'accesso dei pet nei locali pubblici e, poiché con gli animali ci si sposta e si viaggia, di adeguare le città affinché siano sempre più pet friendly.

Nel portale del Ministero della Salute è stata predisposta una sezione¹ chiamata “Viaggiare a 4Zampe”, a disposizione di chi si appresta a partire col proprio animale e in cui trovare tutte le informazioni utili: i documenti necessari, gli obblighi sanitari e i regolamenti delle compagnie aeree, marittime o ferroviarie.

Già nel 2013 ANCI (Associazione Nazionale Comuni Italiani) e FIDAA (Federazione Italiana Diritti Animali e Ambiente) hanno proposto un regolamento-tipo per la tutela degli animali cui ogni Comune può ispirarsi per disciplinare una serena convivenza tra uomini e pet.

...e per questo li vogliamo portare sempre con noi!

Il regolamento tutela “il libero accesso degli animali da compagnia sulle spiagge, nei luoghi aperti al pubblico (compresi case di riposo, ospedali, cimiteri) e sui mezzi di trasporto”. La regola generale è che l'accesso sia libero ovunque purché normative locali (comunali o private) non lo vietino e sempre nella condizione che i pet di piccola taglia siano nel loro trasportino e i cani siano muniti di guinzaglio e di museruola.

Anche le principali associazioni animaliste lavorano da tempo per garantire un'Italia più a misura di pet, affinché tutti i proprietari possano recarsi ovunque col proprio animale da compagnia.

ENPA (Ente Nazionale Protezione Animali), tramite il sito www.vacanzebestiali.org, offre ai proprietari tutte le informazioni per partire sereni per le vacanze insieme agli amici animali e propone un elenco delle strutture turistiche pet-friendly in Italia (case vacanza, hotel, campeggi, spiagge, ecc.), importanti consigli per affrontare al meglio il viaggio, suggerimenti per itinerari e passeggiate con i cani, aggiornamenti su leggi e regolamenti.

Dal 2014, è possibile scaricare sul proprio smartphone l'applicazione gratuita Vacanze Bestiali, realizzata con la collaborazione di Federalberghi e CPA Web Solutions e che permette di trovare dal cellulare, in tempo reale e in modo semplice e immediato, la struttura ricettiva più vicina.

Lega Nazionale della Difesa del Cane mette a disposizione dei proprietari viaggiatori un sito Internet: www.invacanzaconloro.it, contenitore di informazioni utili, non solo sulle vacanze a “sei”

¹ http://www.salute.gov.it/portale/temi/p2_5.jsp?lingua=italiano&area=cani&menu=viaggiare

zampe, ma anche sulla normativa che riguarda i viaggi con il proprio pet e, in generale, il mondo degli animali.

I locali pet-friendly

Se portare in vacanza l'amico a quattro zampe è ora più semplice rispetto al passato, anche in città sempre più proprietari desiderano poter uscire assieme al cane e recarsi in una caffetteria, un bar o per passare una serata in un locale, pub, ristorante.

Sul web² è possibile consultare una mappa con gli indirizzi di quasi 300 locali tra caffetterie, bar, pasticcerie in tutta Italia, che consentono l'accesso anche ai pet.

Prima di partire

Importante ricordare, per chi si sposta o parte per un viaggio in auto in compagnia del proprio pet, che l'art. 169 del codice della strada consente di trasportare un cane, un gatto o un numero superiore di animali, purché custoditi nell'apposito trasportino, oppure nel vano posteriore diviso da una rete o simili.

Anche i pet devono avere il loro libretto veterinario o il passaporto europeo timbrato e firmato da un veterinario ufficiale, attestante numero di microchip (per i cani), data di iscrizione nell'anagrafe regionale; descrizione (specie, razza, genere, data di nascita), le vaccinazioni, i trattamenti antiparassitari e le indagini diagnostiche effettuate.

La situazione negli altri Paesi europei

Differenze a livello amministrativo e normativo nella gestione dei pet, della convivenza e delle relazioni all'interno della società: le mete più pet-friendly d'Europa...

In Europa e in Italia le strutture ricettive si stanno adeguando al turismo a quattro zampe. All'estero, come anche da noi in Italia, sono i regolamenti comunali a definire a quali aree pubbliche tra parchi, spiagge, cimiteri, centri commerciali, possono accedere i cani al guinzaglio o liberi, in caso di aree a loro dedicate e quindi recintate. I cani guida o di assistenza sono accolti sempre e ovunque, in tutta Europa, in qualsiasi locale.

L'Osservatorio³ di Pronto-Hotel.it ha realizzato una mappa delle località più pet-friendly d'Italia e di altri Paesi europei, in cui sono state analizzate le mete prescelte dai turisti. Su circa 36.000 hotel e strutture ricettive, dall'indagine risulta che ben un terzo (12.176) accetti gli animali.

Tra le nazioni europee, Svizzera e Germania offrono maggiori servizi dedicati e più accoglienza ai viaggiatori con animali, con un tasso pet-friendly rispettivamente del 63,31% e del 60,71%. Seguono l'Austria (57,95%) e l'Italia (56,80%).

Nei ristoranti svedesi i cani possono entrare secondo il regolamento della Swedish National Food, l'agenzia di controllo in materia di igiene. I cani non sono ammessi nei locali in cui i cibi vengono manipolati o preparati, mentre in qualsiasi altro locale pubblico, ristorante, bar, caffetteria non è fatto divieto, sebbene il titolare possa decidere in autonomia se concedere o meno l'accesso agli animali da compagnia.

Anche nel Regno Unito l'accesso ai cani nei locali pubblici quali pub, caffetterie, ristoranti e take away, è permesso per legge, ma il titolare può avere l'ultima parola, a sua discrezione. Il regolamento⁴ vieta l'accesso unicamente ai laboratori in cui gli alimenti sono preparati, manipolati, conservati e dove solo il personale autorizzato può accedere per evitare contaminazioni. Il Regno

² Community PetPassion.tv

³ <http://www.prontohotel.it/press-release/vacanze-quattrozampe-prontohotel-classifica-mete-pet-friendly-europa-italia/>

⁴ Food Standards Agency in Scozia nel marzo 2014. Tuttavia, questo è applicabile al Regno Unito (CE) n 852/2004, allegato II, capitolo IX - Disposizioni applicabili ai prodotti alimentari

Unito si classifica tuttavia agli ultimi posti della graduatoria stilata dall'Osservatorio⁵ di Pronto-Hotel.it, con un tasso del 17.91% di strutture disponibili ad accogliere animali da compagnia.

Per quanto riguarda le spiagge francesi è consigliabile consultare online i portali⁶ WEB prima di partire, per verificare dove i cani sono accolti senza limiti. Numerose spiagge pubbliche sono solitamente off limits, ma è possibile identificarne alcune private destinate proprio ai quattro zampe.

... e di Italia: viaggiare con i pet, missione possibile!

La tendenza dei proprietari italiani a viaggiare con i propri pet negli ultimi anni si è affermata sempre di più, grazie al crescente numero delle strutture disponibili ad accoglierli. Sul sito Booking.it le strutture italiane registrate sono complessivamente 89.419 e, tra queste, gli hotel che accettano cani, gatti e altri pet e che offrono servizi ad hoc per loro sono 53.395: quasi il 60%.

Secondo la ricerca di Pronto-Hotel.it la Riviera Romagnola e la costa Adriatica si confermano tra le mete più disponibili ad offrire servizi ai turisti accompagnati dai pet. Il 79,34% delle strutture dell'Emilia Romagna e il 74,41% di quelle delle Marche risultano avere una vocazione pet-friendly. In particolare, la località più aperta e ospitale è Riccione, dove ben 204 strutture su 228 aprono le loro porte agli ospiti pelosi.

Nel nostro Paese le spiagge che ammettono cani sono complessivamente circa 100⁷.

In Italia è possibile viaggiare con i pet

Buona la performance anche delle mete di "montagna". Il tasso pet-friendly di Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige, Piemonte e Friuli Venezia Giulia si assesta tra il 68,48% e il 74,14%.

Secondo i dati Eurispes 2016, il 65,2% degli italiani vorrebbe accoglienza per gli animali da compagnia negli hotel e nelle località di vacanza, mentre il 69,1% desidera il loro libero accesso in qualsiasi luogo pubblico.

Da una ricerca⁸ compiuta da Home Away Europa, risulta che oltre la metà (54%) degli europei porta il cane abitualmente in vacanza con sé. Il 34% non intende lasciarlo ad amici o parenti durante le ferie perché non può fare a meno della sua compagnia.

Anche se un sondaggio condotto da TripAdvisor⁹ rivela che nella ricerca della località di vacanza, il 66% dei proprietari ha incontrato difficoltà, almeno una volta, nel trovare una struttura ricettiva pet-friendly, gli italiani sono tra gli europei che ritengono che sia sempre più facile portare con sé il proprio quattro zampe.

Home Away Europa rivela anche che il 28% degli italiani sceglie la destinazione della propria vacanza proprio in base alla possibilità di portare l'animale con sé e che il 29% non si separa dal suo fedele amico nemmeno per recarsi all'estero. Secondo TripAdvisor il 53% degli utenti preferirebbe cambiare la propria destinazione di vacanza piuttosto che dover lasciare a casa l'amico pet.

Cani benvenuti anche nelle aree di sosta

Da luglio 2015, grazie ad un accordo siglato dal Gruppo Autogrill e dalla Federazione Italiana Associazioni Diritti Animali e Ambiente, i viaggiatori accompagnati da cani di tutte le taglie, condotti al guinzaglio sono benvenuti nelle aree di sosta sulla rete autostradale italiana.

⁵ <http://www.prontohotel.it/press-release/vacanze-quattrozampe-prontohotel-classifica-mete-pet-friendly-europa-italia/>

⁶ <http://www.plages.tv/chiens/liste-france>

⁷ Inchiesta Interna Home Away Europa 2015

⁸ <https://www.homeaway.it/info/idee-vacanze/vacanze-estate/affitti-case-vacanze-spiaggia/spiagge-cani>

⁹ https://www.tripadvisor.it/PressCenter-i6113-c1-Press_Releases.html

L'obiettivo dell'accordo, che prevede anche la distribuzione di un vademecum con le buone pratiche per il trasporto e la tutela degli animali da compagnia durante il viaggio, è quello di favorire una migliore accessibilità dei pet nelle aree di servizio e di disincentivare gli abbandoni.

L'iniziativa si aggiunge ai servizi Fido Park già presenti in 13 aree di sosta lungo tutto lo stivale, più frequentate durante l'esodo estivo. I Fido Park sono dotati di aree esterne con punti di ristoro, con acqua corrente, cuce all'ombra isolate termicamente, impianto di spurgo per eliminare tutti i residui organici e un sistema d'igienizzazione a spruzzo per la disinfezione dell'ambiente.

Animali in traghetto

Le principali compagnie di navigazione accettano gli animali a bordo e alcune hanno creato apposite cabine per gli amici a quattro zampe: igienizzate e dotate di tutti i comfort necessari per trascorrere la traversata in tranquillità. I cani non possono viaggiare senza libretto d'iscrizione all'anagrafe canina; nessun animale è ammesso se sprovvisto di certificazione veterinaria che attesti il buono stato di salute, le principali vaccinazioni e la profilassi.

Il trasporto degli animali da compagnia in treno

Premesso che i cani guida per i non vedenti possono viaggiare su tutti i treni gratuitamente senza impedimenti, altri animali di proprietà possono viaggiare in treno con Italo o Trenitalia, con regolamentazioni diverse.

Su Trenitalia i cani di taglia mini, i gatti e altri piccoli animali da compagnia devono viaggiare all'interno del trasportino, ma sono ammessi gratuitamente nella prima e nella seconda classe di tutte le categorie di treni. E' inoltre consentito, per singolo viaggiatore, il trasporto di un cane di qualsiasi taglia, tenuto al guinzaglio e munito di museruola. In questi casi è però necessario acquistare un biglietto per il cane (ridotto del 50% rispetto a quello per l'accompagnatore).

Su Italo gli animali fino a 10 kg possono viaggiare all'interno dei loro trasportini. Ai passeggeri accompagnati da un cane che pesa più di 10 kg sono riservati solo alcuni posti su ogni treno ed è pertanto consigliabile prenotare quanto prima il proprio viaggio.

Per tutti i pet owner, Italo propone il Decalogo del buon proprietario, affiancato da un video tutorial su come far indossare la museruola. A completare il pacchetto, per chi viaggia con il cane, una mappa di veterinari vicini alle stazioni di Italo.

I pet in aereo

Viaggiare con gli animali in aereo è possibile solo con alcune compagnie¹⁰. Gli animali accettati a bordo dell'aereo non sono solamente cani e gatti, ma anche tartarughe, pesci, uccelli e roditori. Le condizioni di viaggio variano da compagnia a compagnia, pertanto è importante informarsi per tempo in particolare sulle dimensioni del trasportino accettate. Inoltre, si deve considerare che non tutti i pet possono viaggiare in cabina, alcuni dovranno volare in stiva.

Area pet all'aeroporto di New York

Sono oltre due milioni gli animali che prendono l'aereo ogni anno negli USA. Per loro l'aeroporto JFK di New York ha un Terminal dedicato: The Ark. Distribuito su oltre 160 metri quadrati, the Ark comprende un'area svago per i cani, box per cavalli, una gigantesca voliera per gli uccelli e, ovviamente, una clinica veterinaria aperta 24 ore su 24.

Come
viaggiare con i
diversi mezzi
di trasporto

¹⁰ Ancora complicato viaggiare con il proprio pet a bordo delle compagnie low cost.

Vivere con un pet è un privilegio

Secondo l'AVMA¹¹, American Veterinary Medical Association (AVMA), essere proprietari e quindi vivere con un pet è un privilegio¹², ma i benefici che i proprietari ottengono dalla convivenza con l'animale non devono prescindere dalle responsabilità nei suoi confronti.

Essere un proprietario responsabile significa adottare un numero di pet idoneo alle proprie possibilità, in modo da garantire a tutti elevati standard di benessere e salute; significa inoltre dedicare al pet il giusto tempo per la socializzazione, per coccole, giochi e distrazioni.

Vivere con un pet comporta benefici e responsabilità

Un pet non richiede troppo, ma per il suo benessere bisogna prevedere controlli veterinari periodici, scegliere un'alimentazione corretta e accessori idonei. Il proprietario può consultare sempre il veterinario per dubbi che riguardano alimentazione, comportamento e ovviamente la salute del pet.

Un proprietario responsabile si attiene al rispetto delle regole sociali (imprescindibile la pulizia, ad esempio) e ovviamente della legge, si informa sulle ordinanze locali che prevedono o meno l'accesso agli animali.

Pet ownership nel Mondo

Di proprietà responsabile si occupa anche l'organizzazione americana Animal Hospital Association (AAHA), impegnata nell'accreditamento degli ospedali e delle cliniche Veterinarie in USA e Canada. Essere accreditati significa rispettare elevati standard qualitativi nella somministrazione dei servizi veterinari e significa anche che i pet visitati e curati in questi centri, ricevono le migliori cure. Ogni anno, nel mese di Febbraio, l'AAHA¹³ invita i proprietari a riconoscere le responsabilità verso il pet, con il "Mese del proprietario responsabile".

Le cinque responsabilità del proprietario

Il proprietario responsabile:

- programma regolarmente le visite di controllo dal veterinario;
- si occupa dell'educazione del pet;
- prevede per il pet esercizio fisico e una nutrizione adeguata;
- mantiene il pet sano e in forma;
- dedica il suo tempo e dona affetto al pet.

In Australia, l'Associazione RSPCA¹⁴ sostiene le adozioni responsabili dei pet, fornendo consulenza e informazioni a chiunque abbia deciso di prendere con sé un cane o un gatto o altro pet e voglia conoscerne le necessità quotidiane prima dell'adozione, per poi occuparsene per tutta la vita.

Nel Regno Unito, il Kennel Club¹⁵ promuove una vera e propria campagna a favore della proprietà responsabile per incoraggiare le adozioni di cani. La proprietà responsabile prevede doveri basilari quali identificazione, l'educazione, la pulizia (raccolta delle deiezioni per strada), l'invito all'esercizio fisico quotidiano, il mantenimento del cane in condizioni etiche, nel rispetto delle sue caratteristiche.

¹¹ Associazione di veterinari, nata nel 1863, no-profit, rappresenta più di 88.000 veterinari che operano privatamente

¹² <https://www.avma.org/public/PetCare/Pages/responsible-pet-ownership.aspx>

¹³ www.aaha.org/

¹⁴ <http://www.rspca.org.au/campaigns/responsible-pet-ownership>

¹⁵ <http://www.thekennelclub.org.uk/training/responsible-dog-ownership/>

Il Kennel Club inglese ha recentemente realizzato un opuscolo dedicato alle passeggiate con i cani: una mini guida per muoversi in città e in campagna con il cane al guinzaglio, con indicazioni sulle aree in cui è possibile lasciarlo libero e un invito alla formazione e all'educazione del cane per stabilire con lui una migliore relazione e garantirgli una migliore vita sociale.

In Svezia esiste un'associazione, la SKK¹⁶ che riunisce i club di razza di tutto il Paese e conta ormai 300 mila membri iscritti. Obiettivo dell'associazione e dei vari club di razza è diffondere la cultura del benessere animale affinché proprietari e pet vivano una buona vita insieme, praticando insieme attività divertenti ed emozionanti nel rispetto della società. I membri dei club possono infatti partecipare a mostre e concorsi, prove, corsi o altre attività con il proprio cane.

Essere buoni proprietari fa del vostro cane un buon pet!

Uno dei più importanti valori dell'associazione svedese è il rispetto: per il proprio cane prima di tutto e per la società. In Svezia le associazioni come la SKK si rivolgono a tutti i cittadini attraverso i Social Media, con brochure, pubblicità e attività di vario genere per invitarli ad adottare un cane. Si rivolgono a chi abita in città e ancora ha dei dubbi sulla possibilità di gestire un pet in appartamento per fornire consigli per una felice convivenza in condominio e in città.

Proprietari italiani responsabili: corsi e patentino

In Italia è il Ministero della Salute¹⁷ che si fa portavoce dell'invito alla responsabilità. Per promuovere un rapporto corretto e consapevole dal 2009 Ministero e FNOVI¹⁸ hanno promosso i corsi di formazione destinati ai proprietari di cani, alla fine dei quali è possibile ottenere un patentino.

I corsi formativi, oltre a favorire un corretto sviluppo della relazione tra il cane e il proprietario, consentono di apprendere come gestire l'integrazione del cane, che più di altri pet (gatti, furetti, piccoli roditori) frequenta parchi o locali pubblici, nel contesto sociale.

Proprietari ambasciatori della cultura pet friendly

L'atteggiamento della società nei confronti dei cani è legato all'atteggiamento che i proprietari hanno con il proprio amico. Mostrare maggior rispetto e responsabilità fa dei proprietari gli ambasciatori della cultura pet friendly.

Ogni proprietario dovrebbe seguire un preciso percorso formativo, acquisire nozioni sulle normative vigenti, sulle caratteristiche fisiologiche ed etologiche del pet; su doveri e responsabilità civili e penali.

Un buon proprietario sa ad esempio che i cani devono essere iscritti all'anagrafe regionale e quindi identificati mediante microchip; cani e gatti devono inoltre essere vaccinati e trattati contro i parassiti interni ed esterni.

Animali in Città: Rapporto 2016

Se al proprietario è richiesta responsabilità, è delle amministrazioni pubbliche il dovere di dotarsi di normative per la gestione degli animali da compagnia.

Da alcuni anni Legambiente, in collaborazione con ANCI, ANMVI, FNOVI ed ENCI raccoglie i dati dalle amministrazioni comunali e dalle Asl sulle modalità organizzative per la gestione dei pet nelle città italiane.

**La proprietà
responsabile
in Italia**

¹⁶ Svenska Kennelklubben (SKK) <http://www.skk.se/>

¹⁷ http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_2178_allegato.pdf

¹⁸ Federazione Nazionale Ordine Veterinari Italiani

AREA COSTUME E SOCIETÀ

Secondo gli ultimi dati presentati a Marzo 2016 e inclusi nel “V Rapporto Animali in Città” nell’89% delle amministrazioni comunali dei capoluoghi di provincia è stato attivato un assessorato dedicato e quindi un regolamento per la corretta gestione degli animali in città. Due Comuni su tre (64,83%) sono dotati di un regolamento specifico per quanto riguarda l’accesso ai locali pubblici e agli uffici in compagnia dei propri amici a quattro zampe.

Il Rapporto Animali in Città

Secondo i parametri stabiliti da Legambiente, le città pet-friendly promosse a pieni voti sono Modena e Terni; buona la performance di Verona, Ferrara, Cremona, Monza, Bologna, Lecco, Perugia e Parma.

Pordenone è invece la città migliore per portare il cane nelle aree di sgambatura: se ne trova una ogni 2,5 km. Il 62,63% dei comuni capoluogo ha dichiarato di avere spazi verdi dedicati agli animali. Dopo Pordenone, Siena, Bolzano e Vercelli sono le città in cui sono presenti più parchi per i pet.

Per la fruizione delle coste, al mare e/o al lago, dove regole chiare aiutano a garantire una buona convivenza, tra le amministrazioni comunali costiere che hanno risposto al questionario, il 50% ha adottato un regolamento per l’accesso degli animali.

Risulta inoltre che il 97% delle Aziende Sanitarie Locali ha attivato un canile sanitario e un ufficio di igiene urbana veterinaria. Secondo Legambiente, il 73% dei comuni dichiara di conoscere il numero dei cani iscritti all’anagrafe del proprio territorio. La conoscenza dei numeri e della distribuzione dei cani nel territorio di propria competenza è una delle precondizioni essenziali per le amministrazioni comunali e per le aziende sanitarie per *“pianificare e programmare al meglio la pluralità di risposte e servizi necessari ai cittadini e ai loro amici pet, compresi i controlli per far rispettare le norme”*.

Gestione dei pet in Italia: per una convivenza ottimale all’interno della società

Nel nostro Paese molto può essere fatto ancora per diffondere maggiormente la cultura pet-friendly, che riconosca e faccia riconoscere i pet quali ottimi compagni dell’uomo (di qualsiasi età), capaci di infondere unicamente sentimenti positivi e procurare vantaggi al benessere fisico e mentale.

Si può di sicuro migliorare in termini normativi e perfezionare sempre di più i servizi pubblici e privati rivolti ai proprietari, in particolare per ciò che riguarda l’accoglienza dei pet.

Tra le priorità si evidenzia la necessità di riconoscere cani, gatti, conigli e altri piccoli pet dalla nostra Costituzione e quindi l’obbligatorietà di censirli: identificare gli animali da compagnia quali membri della famiglia porterebbe al rispetto dei loro diritti nella loro specificità animale.

PET E BAMBINI**Educare i Bambini alla cura degli animali e dell'ambiente**

Il bambino che cresce con un cane, un gatto, un coniglio o un altro animale, impara spontaneamente ad essere responsabile e a prendersi cura di un altro essere vivente. Per questo motivo diverse realtà e istituzioni hanno dato vita negli ultimi anni a progetti volti a fare entrare in contatto i pet con i bambini delle scuole primarie, coinvolgendo anche le famiglie degli alunni.

**I benefici
della
convivenza
con i più
piccoli**

L'obiettivo principale di queste iniziative è informare e formare le nuove generazioni a sviluppare un rapporto corretto e consapevole con gli animali da compagnia e con l'ambiente, promuovendo una vera e propria coscienza ecologica.

Il valore educativo degli animali da compagnia è dimostrato da molti studi. Numerose ricerche¹⁹ sul rapporto tra bambini e animali, da oltre 30 anni, confermano gli effetti positivi che cani, gatti, conigli, criceti e gli altri pet determinano nei piccoli umani. La presenza di uno o più di amici pet in famiglia incide su una maggiore autostima dei bambini e sulla loro capacità di provare empatia. E i bambini con un senso ben sviluppato di empatia, tipico di uno stato emotivo sano, si comportano meglio nei confronti delle altre persone e degli animali.

In tutto il mondo i pet fanno bene ai bambini

Il progetto Odontopet²⁰ gestito in Liguria dall'associazione Archipet ha dimostrato che i pet possono contribuire a vincere timori o vere e proprie fobie dei bambini.

Presso uno studio dentistico di Sestri Ponente, grazie all'incredibile capacità di cani e gatti di tranquillizzare chi si deve sottoporre a procedure mediche, le visite odontoiatriche per i bambini sono oggi più piacevoli. Da quando il pastore australiano Lea, di 3 anni, si lascia visitare dai piccoli pazienti nella sala d'aspetto, otto bambini finora restii alle visite odontoiatriche, hanno accettato di effettuare i vari controlli. Presto la terapia includerà anche i gatti, che si possono far accomodare sulle gambe del paziente.

Una ricerca inglese²¹ della Warwick University ha evidenziato che i bambini che vivono con un pet si assentano meno da scuola per motivi di salute, poiché il loro sistema immunitario è più attivo. Durante la ricerca i ragazzini tra i 7/8 anni proprietari di pet, hanno frequentato la scuola del Warwickshire 18 giorni in più in media rispetto ai coetanei senza animali.

Crescere con un cane riduce inoltre il rischio asma. Chi ha avuto in casa un amico a quattro zampe in tenera età corre infatti un rischio inferiore del 15% rispetto a chi è cresciuto senza. La conclusione è di uno studio pubblicato sulla rivista JAMA Pediatrics dell'Università di Uppsala e del Karolinska Institutet (Svezia).

Un altro studio²² inglese ha dimostrato che vivere con un pet contribuisce al benessere di pazienti già allergici a polvere e graminacee in quanto può contribuire a evitare loro pericolose crisi d'asma. Dei 3768 bambini coinvolti in questa ricerca, il 52% che viveva con un pet ha mostrato una più bassa propensione all'asma rispetto ai non proprietari di pet. Le conclusioni hanno evidenziato che vivere con un pet (cane, gatto, coniglio o altro piccolo animale) sin dalla gravidanza della mamma e per i primi 7 anni, riduce i rischi di allergie respiratorie.

¹⁹ <https://www.petpositives.com.au/pets-improve-lives/children-social-development-and-family-life/>

²⁰ Il progetto OdontoPet è partito nel 2016 a Sestri Ponente, in collaborazione tra lo studio dentistico della dottoressa Rosella Grillone ed è gestito dall'associazione Archi pet, la cui referente è Sonia Ricciu.

²¹ McNicholas, J, 'Beneficial effects of pet ownership on child immune functioning', 2004, International Association of Human-Animal Interaction Organisations Conference, Glasgow.

²² Avon Longitudinal Study of Parents and Children (ALSPAC)

La presenza di un animale può avere anche benefici effetti psicologici. Può ad esempio contribuire a ridurre l'ansia infantile. I ricercatori del Bassett Medical Center²³ di New York nel 2015 hanno coinvolto nel loro studio 643 bambini per determinare se il fatto di convivere o meno un pet avesse influenzato positivamente la loro salute e in che misura. È emerso ad esempio che i bambini che convivono con un cane hanno più facilità a rompere il ghiaccio e a conversare. La presenza del cane (o altro pet) al loro fianco riduce l'ansia sociale, oltre a garantire compagnia e sicurezza, aspetti particolarmente utili nella fase della crescita.

In Australia, una ricerca²⁴ sulla vita sedentaria ha evidenziato che i bambini che convivono con un cane sono più abituati alle passeggiate ed è inoltre emerso che quest'attività è, per loro, la seconda più importante dopo i giochi con gli amici. Per le ragazze, passeggiare con il cane infonde inoltre maggiore sicurezza.

I pet sono perfetti compagni di giochi

Secondo un'altra indagine²⁵ americana la salubrità dell'ambiente domestico è di solito più sotto controllo se si ha un pet. Cani e gatti che vivono in famiglia raccoglierebbero in casa numerosi "inquinanti" (dal pavimento, mobili, aria e vestiti) in misura superiore ai bambini. Secondo la ricerca, il pet fungerebbe da sentinella. Se il cucciolo è sano, vitale, in forma, anche il bambino lo sarà!

Prendersi cura dell'altro

Occuparsi del pet significa dedicarsi a tutta la famiglia! La presenza di un animale in casa invita tutti, anche i più piccoli, a prendersi cura dell'altro, proteggendosi a vicenda. In questo modo la presenza dei pet in casa è un beneficio proprio per tutti e comporta numerosi effetti positivi sull'emotività, le relazioni, l'equilibrio.

Secondo alcuni pediatri²⁶, la soluzione ottimale è che bambini e cuccioli (di cane in particolare) crescano insieme, poiché i pet possono essere prima di tutto compagni di giochi. Possono contribuire a rendere più attiva la routine dei ragazzi, distraendoli da videogiochi o TV ad esempio, rendendoli più responsabili quando da adolescenti possono iniziare ad accudire i loro amici animali e quindi più maturi, con un'autostima maggiore.

Il pet: un compagno di giochi migliore dei videogame

Anche secondo la Ricerca IRI per il Rapporto Assalco - Zoomark 2014, i bambini preferiscono giocare con il pet anziché con i videogiochi o piuttosto che stare al PC e guardare la TV.

E' il 55% dei proprietari intervistati da IRI infatti a dichiarare che il proprio figlio preferisce il cane o il gatto a TV e videogame. Questa percentuale, che in valore assoluto può non sembrare altissima, risulta invece particolarmente significativa se si pensa all'attuale contesto sociale.

²³ <http://www.bassett.org/information/myhealthy-decisions/featured-articles/kids-pets-have-less-anxiety/>

²⁴ Salmon, J, Telford, A, & Crawford D, The Children's Leisure Activities Study, Summary Report, Deakin University Centre for Physical Activity and Nutrition, 2004.

²⁵ Environmental Working Group <http://www.ewg.org/research/polluted-pets>

²⁶ <http://www.dogdeliver.com/blog/2015/04/21/cani-e-bambini-perche-si-intervista-al-pediatra/>

PET E ANZIANI**I pet apportano “valore al vivere quotidiano”**

Nel Rapporto Assalco-Zoomark 2015 è emerso quanto gli animali da compagnia siano considerati presenze importanti in famiglia, in grado di favorire il benessere del proprietario e dei familiari e di attivare una serie di situazioni, processi, sentimenti positivi, tanto da poter affermare che i pet apportano “valore al vivere quotidiano” per molteplici ragioni:

I benefici della convivenza con i Senior

- sono fulcri essenziali di uno stile di vita sano e piacevole per tutti;
- regalano momenti di serenità e gioia, preziosi in contesti difficili, caratterizzati spesso da ansia e preoccupazione verso il futuro;
- stimolano in modo significativo l'attività fisica, il movimento, il dinamismo;
- hanno effetti positivi sulla salute psicologica e fisica;
- favoriscono la socialità;
- possono essere un prezioso aiuto psicologico nei momenti più difficili.

Un pet migliora la qualità della vita dei Senior: il Rapporto Federanziani

Gli effetti benefici della convivenza con i pet sono evidenti in particolar modo negli anziani. Condividere la propria vita con un cane o un gatto incide positivamente sulla salute degli over-65.

Federanziani, che riunisce le associazioni della terza età e opera dal 2006 in Italia a tutela dei diritti degli anziani, con lo scopo di migliorare la loro qualità della vita, ha commissionato nel 2015 lo studio “Senior e Animali Domestici²⁷” per analizzare il rapporto tra pet e anziani. I dati emersi sono stati estremamente positivi!

In Italia, il 39% degli over-65 (2,1 milioni di persone) convive con un pet. Quasi il 90% del campione ha un cane (54%) o un gatto (33%). A poco meno della metà del campione (47%) il pet è stato regalato, un quarto lo ha trovato mentre uno su dieci l'ha acquistato in un negozio di animali. Un intervistato su due dichiara poi di occuparsi personalmente del proprio animale da compagnia.

Grazie ai pet risparmio di € 4 miliardi per la Sanità

Il Centro Studi di Federanziani stima che, negli over-65 che soffrono di malattie croniche (ad esempio ipertensione, diabete o depressione), la proprietà di un animale da compagnia, unito a una corretta alimentazione, abbia effetti positivi che permetterebbero al Sistema Sanitario Nazionale di risparmiare annualmente circa 4 miliardi di Euro.

Avere un pet fa bene alla salute degli anziani

Grazie alla presenza di un pet, infatti, gli anziani possono:

- ritrovare uno scopo nella vita;
- mantenere relazioni sociali;
- restare attivi e vitali.

Camminare un'ora al giorno per portare a spasso il proprio cane ha diversi effetti positivi nella salute dell'anziano, tra cui:

- abbassamento della pressione;
- riduzione del colesterolo;
- miglioramento della circolazione sanguigna;

²⁷ Indagine 2015 a cura dell'Osservatorio di Federanziani Seniori Italia, condotta su un campione di 5.790 over 65.

AREA COSTUME E SOCIETA'

- riduzione di perdita ossea;
- diminuzione dei valori della glicemia.

Inoltre, la presenza di un animale da compagnia nella vita di un anziano agisce positivamente anche sulla sfera psichica in quanto può aiutare a:

- diminuire lo stress;
- contrastare le sindromi depressive;
- diminuire la sensazione di solitudine;
- diminuire le preoccupazioni, aumentando invece autostima e senso di sicurezza.

Senior, proprietari molto attenti

L'indagine di Federanziani dimostra che gli anziani sono molto attenti alle necessità dei loro pet: l'82% dei proprietari di cani porta il proprio amico a quattro zampe a passeggio ogni giorno, mentre l'85% del campione dichiara di recarsi regolarmente dal veterinario.

Il 30% degli intervistati dichiara di seguire l'indicazione del proprio veterinario anche nella scelta dell'alimentazione del pet, mentre per l'acquisto di accessori o altri prodotti prevale la fidelizzazione alla marca. Gli anziani preferiscono alimenti secchi (28,5%), oppure una combinazione secco-umido (21,5%).

Il canale privilegiato per fare acquisti per il proprio animale da compagnia è il supermercato (42%), seguito dai negozi specializzati (38%).

Mai senza il mio pet

Il 38% degli intervistati dall'Indagine di Federanziani dichiara di non separarsi mai dal proprio pet nemmeno durante le vacanze. Il 52% preferisce affidarlo alle cure di figli, parenti o amici, mentre poco meno del 20% dichiara di avere rinunciato a una vacanza perché la struttura di destinazione non accettava animali da compagnia.

Recenti indagini²⁸ effettuate per il Rapporto Assalco confermano che i pet owner non vorrebbero mai separarsi dal proprio pet. In particolare quelli appartenenti alla fascia di età superiore ai 55 anni e soprattutto i proprietari di cani, fanno tutto il possibile per portare in vacanza il proprio animale da compagnia.

Secondo queste ultime ricerche il 92% dei proprietari non può più fare a meno di un pet, a dimostrazione di quanto la presenza in famiglia dell'amico animale diventi vitale e da qui nasce anche l'esigenza / il desiderio di passare ogni momento possibile con lui: in famiglia, con gli amici, all'aperto, in vacanza.

Indagine
Federanziani

²⁸ Ricerca IRI per il rapporto Assalco Zoomark 2014; Gfk Eurisko per il Rapporto Assalco - Zoomark 2015

INTERVENTI ASSISTITI CON GLI ANIMALI: UN PROGETTO RILEVANTE E AUTOREVOLE

Benefici degli Interventi Assistiti con gli Animali

Dal rapporto e dall'interazione uomo-pet si ottengono numerosi benefici, vantaggi e aspetti positivi: lo conferma anche la continua attività di Interventi Assistiti con gli Animali²⁹ (IAA) svolta presso alcune strutture ospedaliere italiane.

Gli Interventi Assistiti con gli Animali

Gli Interventi Assistiti con gli Animali possono rappresentare una terapia di supporto in caso di malattie infantili, disabilità intellettiva, difficoltà relazionali, disturbo psichiatrico; pertanto si svolgono presso ospedali e strutture sanitarie, assieme ai servizi sociali, a scuole e università, ma anche nelle carceri, nelle case di cura e RSA, nei centri socio educativi.

Gli effetti positivi di tali interventi si identificano in diverse aree:

- socializzazione (depressione, autismo, disturbi generici dello sviluppo);
- area cognitiva (bambini con disturbi psichiatrici e neurologici);
- area emotiva (bambini con difficoltà di adattamento, disturbi dell'apprendimento);
- area motoria (bambini con problemi neuromotori) e riabilitazione motoria per il recupero psicofisico.

Lo strumento di lavoro è la relazione con l'animale, facilitatore dell'intervento

Interventi Assistiti con gli Animali intesi come terapia specifica, sono indicati anche per tutti coloro che presentano problemi di comunicazione, di relazione e di socializzazione. Per l'autismo, i disturbi pervasivi dello sviluppo, i disturbi del comportamento e psichiatrici si tratta di uno strumento riabilitativo importante.

Decisivo contributo dei pet

Riconosciuti nella loro individualità, durante gli IAA gli animali (cani, gatti, conigli, asini, cavalli ecc.) entrano a far parte del mondo emotivo dell'educatore, del paziente, del medico.

Tutti i pet: cani, gatti, conigli, pesci rossi o cavie possono essere considerati migliori amici dell'uomo e della sua salute anche quella *psicofisica, perché capaci di rilassare i proprietari e migliorare i loro parametri fisiologici come la frequenza cardiaca e la pressione arteriosa, sensibili al rilassamento*³⁰.

Dall'interazione uomo-pet il primo ne trae vantaggio in salute, migliorano le sue interazioni sociali, l'umore. In alcune categorie di persone come anziani, bambini e disabili, la presenza dei cani incide positivamente sulla sensazione di solitudine e migliora notevolmente l'umore.

²⁹ <http://www.izsvenezie.it/temi/altri-temi/interventi-assistiti-con-gli-animali/approfondimenti/>

Il termine Pet therapy è ormai sostituito dalla più corretta dicitura Interventi Assistiti con Animali, che si dividono in:

AAA (attività assistite dagli animali): Interventi con finalità di tipo ludico-ricreativo e di socializzazione attraverso cui si promuove il miglioramento della qualità della vita e la corretta interazione uomo-animale. Non rientrano nelle AAA le attività sportivo-agonistiche con animali.

EAA (educazione assistita dagli animali) Intervento di tipo educativo che ha il fine di promuovere, attivare e sostenere le risorse e le potenzialità di crescita e progettualità individuale, di relazione ed inserimento sociale delle persone in difficoltà. L'intervento può essere anche di gruppo e promuove il benessere delle persone nei propri ambienti di vita, particolarmente all'interno delle istituzioni in cui l'individuo deve mettere in campo capacità di adattamento.

TAA (terapie assistite dagli animali) Interventi a valenza terapeutica finalizzati alla cura di disturbi della sfera fisica, neuro e psicomotoria, cognitiva, emotiva e relazionale, rivolti a soggetti con patologie fisiche, psichiche, sensoriali o plurime, di qualunque origine. L'intervento è personalizzato sul paziente e richiede apposita prescrizione medica.

³⁰ <http://www.humanitasalute.it> Dottoressa Emanuela Mencaglia psicologa di Humanitas

Citiamo una delle numerose esperienze in corso. All'interno dell'Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze, da ormai 14 anni, l'associazione Antropozoa³¹ porta avanti un innovativo programma di **Interventi Assistiti con gli Animali**.

Ospedale Pediatrico Meyer: i cani importanti quanto le medicine

Riportiamo un'intervista per il Rapporto Assalco-Zoomark 2016 a Francesca Mugnai, Presidente dell'associazione Antropozoa.

Qual è il ruolo dei cani nei vostri progetti?

I cani sono parte integrante del protocollo di accoglienza e assistenza dell'Azienda Ospedaliera Universitaria Meyer e considerati come "medicine" per gli umani, in particolar modo per i bambini malati.

Entrano dal portone principale dell'Ospedale e la loro presenza è sistemica: arriva a tutto lo staff. Anche gli operatori e i genitori trovano beneficio nel veder passare i cani negli stessi corridoi dei reparti che sono quotidianamente attraversati da medici e infermieri.

In alcune situazioni la presenza dei cani si rivela particolarmente utile per i piccoli degenti. Soprattutto quando le terapie tradizionali, fondamentali e di primaria importanza, si trovano a fare i conti con la poca motivazione o interesse del paziente a progredire. In questi casi il cane può diventare una "leva motivazionale", molto importante per un bambino: operare insieme al cucciolo significa giocare con lui e affrontare la terapia con meno paura. È compito dello specialista utilizzare questa motivazione per un dettagliato e rigoroso programma educativo e/o riabilitativo.

La presenza del cane viene richiesta dai medici e dagli infermieri dell'ospedale che hanno imparato negli anni a riconoscere quale bambino/famiglia può trarre beneficio dall'incontro con l'animale. Gli operatori utilizzano *"la forza della presenza dell'animale per operare cambiamenti nella sfera emotiva e relazionale e aiutare la guarigione dei piccoli"*.

In quali reparti hanno accesso i cani?

Grazie al sostegno della Fondazione Meyer, i cani dell'associazione Antropozoa hanno accesso a tutte le aree dei dipartimenti di pediatria internistica, chirurgia pediatrica, neuroscienze, area critica, oncologia pediatrica e neonatale e persino rianimazione. Sono ovviamente rispettate rigorose pratiche igieniche e controlli veterinari trimestrali, verifiche comportamentali secondo un protocollo specifico³² precursore in Italia tra i modelli organizzativi di attivazione della pet therapy. Si pensi ad esempio che in alcuni reparti la pet therapy è inserita nella cartella clinica del piccolo paziente.

Come scegliete un cane per gli interventi assistiti con animali?

Nella formazione del cane agli interventi assistiti con animali incide soprattutto il carattere, ma alcune razze hanno probabilmente una predisposizione particolare per la pet therapy.

I labrador sono tra i più adatti perché sono cani da riporto e per istinto collaborano con generosità ed entusiasmo. Sanno relazionarsi in maniera molto semplice e pulita, elemento fondamentale quando si opera in un contesto di grande sofferenza, paura e perdita delle coordinate della quotidianità, come in un ospedale pediatrico.

Anche i cani meticcii mostrano in generale duttilità mentale e una forte resistenza psicofisica.

I cani di piccola taglia possono stare più a contatto, in braccio ai bambini e persino sui letti, mentre quelli di taglia più grande accompagnano i piccoli nelle passeggiate all'esterno.

La parola a
Francesca
Mugnai,
Presidente di
Antropozoa

³¹ [Antropozoa Onlus](#).

³² Protocollo organizzativo sulle misure di prevenzione e la trasmissione nosocomiale delle infezioni negli interventi assistiti con gli animali stilato dall'Aou Meyer, la Direzione Infermieristica insieme ad Antropozoa

Per ogni reparto o patologia e per ciascun paziente viene identificato il cane più idoneo, scelto in base al percorso interdisciplinare che si intende portare avanti.

In quali casi gli interventi assistiti con animali sono essere utili per i bambini?

Nel reparto oncologico i bambini possono avere un blocco delle emozioni, provare molta paura e per questo è importante attivare una relazione che “lavori” per limitare gli aspetti depressivi. Il cane in questi casi deve trasmettere calma, tranquillità, rassicurare il paziente e promuovere il sorriso, procurando quindi emozioni positive e serenità.

Nel reparto rianimazione-terapia intensiva, dove il bimbo è allettato, circondato da macchinari e medici in divisa completa, è necessario rompere uno schema di quotidianità sempre uguale.

L'animale rappresenta la diversità, colpisce l'attenzione, smuove le emozioni. Al Meyer ne siamo consapevoli da anni.

Chi sono i cani co-terapeuti del Meyer?

Prima di tutto ricordiamo **Cannella**, un labrador speciale che ha aiutato tanti bambini donando sollievo, gioia, allegria, ma purtroppo è mancato nel mese di Dicembre del 2015 a 12 anni!

Muffin, Polpetta, e Galileo sono alcuni dei cani che partecipano agli interventi assistiti presso il Meyer. Amano il contatto fisico e per questo possono partecipare e collaborare con educatori, infermieri e bambini. Il loro compito consiste nel “distrarre” i piccoli pazienti dalla obbligata situazione di degenti e rassicurarli durante le visite dei medici, incrementando per quanto possibile, il benessere di quel momento, spesso doloroso.

Non ci stanchiamo di evidenziare che ciò che l'animale fa in più, con la sola presenza, rispetto alle terapie farmacologiche tradizionali, indispensabili e necessarie, è rafforzare nel bambino la motivazione, l'umore e la voglia di guarire, giocando. Ecco perché può essere considerato “leva motivazionale”. I cani, in questo caso, riescono a sbloccare il bambino in quelle emozioni che l'esperienza in ospedale rischia di comprimere.

Ci racconta alcuni episodi per spiegare come i cani contribuiscano al benessere dei piccoli pazienti del Meyer?

Volentieri. In numerosi episodi i cani hanno contribuito, assieme al terapeuta, a completare il percorso di riabilitazione del bambino. Alcuni casi di piccoli pazienti ricoverati nei reparti di neurochirurgia e chirurgia hanno evidenziato che, solo grazie alla presenza dei cani, i bambini hanno accettato di provare ad alzarsi dal letto.

Ad esempio, S., una bambina di 6 anni ricoverata in neurochirurgia dopo un delicatissimo intervento, si rifiutava di camminare. Lo ha fatto solo quando **Polpetta** (meticcio di barboncino di 3 anni) ha perso il suo biscottino e lei, per aiutarlo, istintivamente si è alzata dal letto ed è andata a cercarlo.

Nel reparto di Onco-ematologia, dove le terapie sono spesso dolorose, i cani sono un forte supporto in quei momenti interminabili. Anche in odontoiatria i bambini devono affrontare la paura del dolore. Assieme al cane, attraverso il contatto fisico e i giochi, diventa più facile!

I ragazzi con disturbo dello spettro autistico sorridono meno, hanno difficoltà di socializzazione o a interpretare l'espressione e il tono della voce altrui, vivono in un mondo tutto interiore. Necessitano di tanto affetto e di una educazione specifica. Trovano grande beneficio nello stare in particolare con **Galileo** (Flat di due anni): con lui fanno ottimi esercizi che hanno risultati positivi anche nella vita familiare.

È vero che i vostri cani aiutano anche i familiari?

I cani del Meyer provocano un effetto positivo anche su familiari e infermieri dell'ospedale. Intorno all'animale, infatti, non si attiva solo il bambino, e cioè il paziente, ma tutta la famiglia e gli operatori sanitari. Ognuno di questi attori, in quell'incontro, costruisce e guadagna qualcosa. I cani hanno effetti benefici anche per i genitori, soprattutto in situazioni difficili per i loro figli: permettono di vivere un momento di distrazione.

**Alla base del
legame tra
uomo e
animale c'è
l'ossitocina**

I benefici della pet-therapy proseguono anche dopo le dimissioni?

Recenti studi scientifici³³ dimostrano che il legame tra madre e figlio e tra uomo e animale è causato dallo stesso ormone: l'ossitocina. Prodotta naturalmente dall'organismo umano, in particolare durante il parto e l'allattamento, è alla base anche dell'affetto che ci lega ai nostri amici a quattro zampe.

Alla base della pet therapy dunque c'è anche un fattore chimico-scientifico, forte come il legame che si crea tra un bambino e la sua mamma. Ecco quindi che spesso accade che una volta conclusa la terapia e dimessi dall'ospedale, i bambini chiedono di poter adottare un cane e se i genitori sono disponibili e hanno compreso l'importanza della presenza dell'animale nella vita del piccolo, valutano questa scelta, consapevoli che il cane sarà un altro membro della famiglia da trattare con rispetto, attenzioni e cure.

³³ Nel libro "L'attaccamento agli animali. Una visione integrata della relazione uomo-animale nella pet therapy" (di Turner, Beetz, Julius e altri, edizioni Hogrefe, 2014), edizione italiana a cura di Francesca Mugnai

Area Istituzionale

AREA ISTITUZIONALE

AGGIORNAMENTO SUL PIANO NAZIONALE DEI CONTROLLI DEL PET FOOD

Il pet food è sicuro. Tutela alimentare prima di tutto	Pag. 72
Il manuale FEDIAF	Pag. 72
Salute animale e salute umana: tre Manuali per i controlli alimentari a livello europeo	Pag. 72
PNAA: Piano Nazionale di controllo ufficiale sull’Alimentazione degli Animali 2015-2017	Pag. 73
I dati di controllo ufficiale sull’alimentazione degli animali nel 2014	Pag. 74
Intervista IZS Piemonte	Pag. 75
Attenzione all’etichetta e all’etichettatura	Pag. 76

SICUREZZA NEGLI ACCESSORI PER I PET

La casa dei pet: cucce e gabbiette	Pag. 77
Ciotole e dispenser di acqua e cibo	Pag. 77
Giochi sicuri	Pag. 77
Tessuti e materiali sicuri nell’abbigliamento dei pet	Pag. 78
Sicurezza con gli accessori	Pag. 78
Sicurezza in viaggio	Pag. 78
Sicurezza in acquariologia	Pag. 79

REGOLE E NORME IN ITALIA E ALL’ESTERO

Quanti sono i pet in Italia? Censiamoli nel 2021	Pag. 80
I cani nello Stato di Famiglia	Pag. 80
I pet nella Costituzione	Pag. 80
I cani non sono pignorabili	Pag. 81

I PAESI PIÙ AVANZATI, CON NORMATIVE PIÙ COMPLETE

L’uomo ha obbligo morale di rispettare tutte le creature viventi	Pag. 82
Tutela degli Animali: nella Costituzione tedesca dal 2002	Pag. 83
Per adottare un pet in Svizzera serve un attestato di competenza	Pag. 83
Inghilterra - Animal Welfare Act 2006	Pag. 84
Pene severe in Francia se non si rispettano i pet	Pag. 84

AGGIORNAMENTO SUL PIANO NAZIONALE DEI CONTROLLI DEL PET FOOD**Il pet food è sicuro. Tutela alimentare prima di tutto**

Il pet food è sicuro ed è attentamente controllato

Il pet food prodotto e distribuito in Italia è sicuro e garantito, poiché la sicurezza alimentare è regolata da un complesso piano di controlli, definiti dal Ministero della Salute e che coinvolge gli Istituti Zooprofilattici, le Regioni e i loro Assessorati alla Sanità, l'Istituto Superiore di Sanità e numerosi Centri di referenza nazionale responsabili dei vari accertamenti epidemiologici.

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

Il manuale FEDIAF

Già nel 2001 la FEDIAF (European Pet Food Industry Federation) aveva elaborato il "Manuale di Buone Pratiche per la Produzione di Pet Food Sicuro", documento che conteneva alcuni principi di sicurezza produttiva, diventati successivamente obblighi giuridici.

Possiamo quindi affermare che, da almeno 15 anni, il pet food disponibile sul mercato italiano è prodotto solo con materie prime sane e soprattutto tracciabili: vengono cioè controllate prima e durante la distribuzione e fino al loro arrivo a destinazione nello stabilimento produttivo, dove seguono ulteriori controlli prima di essere trasformate.

Salute animale e salute umana: tre Manuali per i controlli alimentari a livello europeo

In primo luogo è l'Europa che esige controlli periodici per garantire la sicurezza alimentare animale e umana, attraverso procedure e linee guida condivise.

I controlli sulla sicurezza alimentare in Europa

A livello comunitario tali controlli sono regolati dall'EFSA¹, l'autorità Europea per sicurezza alimentare, che mette a disposizione degli Stati tre manuali-guida² per una corretta rendicontazione alla Commissione Europea su possibili infezioni alimentari.

Gli Stati membri sono tenuti a raccogliere, attraverso propri sistemi di sorveglianza, tutti i dati sulle zoonosi, sulle tossinfezioni alimentari e sulle resistenze antimicrobiche "nella misura in cui essi possono costituire una minaccia per la sanità pubblica".

Gli Stati membri devono raccogliere e trasmettere alla Commissione Europea dati di sorveglianza comparabili, che permettano di valutare le tendenze in atto nell'Unione Europea per le opportune valutazioni e contromisure comunitarie.

L'obiettivo dei tre Manuali è guidare gli Stati Membri a segnalare i dati in modo armonizzato e a fornire dati qualitativamente utili alle valutazioni della Commissione:

- **Manuale per la segnalazione di tossinfezioni alimentari**- guida specifica per segnalazione focolai di tossinfezione alimentare.
- **Manuale per la segnalazione di zoonosi**- guida per segnalazione zoonosi e agenti zoonotici negli animali, alimenti e mangimi.
- **Manuale per la segnalazione di resistenza antimicrobica**- guida per segnalazione della resistenza agli antimicrobici. Si tratta per lo più di *Salmonella*, *Campylobacter coli* e *Campylobacter jejuni*, ma vengono fornite delucidazioni anche su *Escherichia coli*, *Enterococcus* e *Staphylococcus aureus*. Il manuale include una guida specifica per la segnalazione dei dati obbligatori e volontari.

¹ <http://www.efsa.europa.eu/it/>

² [Direttiva 2003/99/CE](#)

PNAA: Piano Nazionale di controllo ufficiale sull’Alimentazione degli Animali 2015-2017

Se a livello comunitario si richiede agli Stati europei di rispettare precise linee guida sulla sicurezza alimentare e segnalare ogni possibile minaccia, a livello statale l’Italia si è dotata di un vero e proprio Piano di controllo sull’Alimentazione Animale: un importante documento³ del Ministero della Salute aggiornato ogni tre anni, determinante per la tutela del benessere animale.

Il PNAA si rivolge a tutti gli operatori del settore alimentare, veterinario, animali da reddito e pet, ma è possibile per chiunque scaricare le informazioni dal sito del Ministero della Salute⁴.

Come per i trienni precedenti, il Piano 2015-2017 contiene disposizioni coerenti e complete per raggiungere specifici obiettivi di sicurezza e armonizzare l’organizzazione generale dei controlli a livello territoriale. Indica inoltre le procedure e le azioni da intraprendere in caso di non conformità.

**Il PNAA
2015 - 2017
garantisce un
elevato livello
di protezione
della salute
umana e
animale**

Obiettivo fondamentale del PNAA è assicurare 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.

In particolare, il Regolamento (CE) n. 882/2004 prevede che i controlli siano effettuati periodicamente, con frequenza appropriata, in base alla valutazione dei rischi, tenendo conto del numero e della tipologia delle aziende produttrici, della specie animale di destinazione dell’alimento (mangime o pet food), delle caratteristiche e dell’uso del mangime o di qualsiasi trasformazione, attività, operazione che possa influire sulla sicurezza alimentare; nonché del livello di applicazione della normativa da parte degli operatori del settore (OSM).

Già nel PNAA 2008 è stata inserita una sezione dedicata ai controlli igienico-sanitari da effettuarsi presso i Posti d’ispezione frontiera sulle partite di prodotti d’importazione destinati all’alimentazione animale, insieme alle innovazioni apportate con l’applicazione del Regolamento (CE) n. 882/2004 “controlli ufficiali di mangimi e alimenti” nonché del Regolamento (CE) n. 183/2005, “igiene dei mangimi”.

Il PNAA è finalizzato alla tutela della salute pubblica in quanto deve assicurare la sorveglianza su tutti i mangimi destinati agli animali da reddito e al pet food per gli animali da compagnia e rappresenta uno strumento necessario per l’aggiornamento degli operatori del Sistema Sanitario Nazionale in materia di igiene degli allevamenti e delle produzioni zootecniche.

Significa che, non solo sono controllate le stesse materie prime destinate alla produzione di mangimi e di pet food, ma anche tutte le operazioni di produzione, lavorazione, trasformazione, stoccaggio, magazzino, trasporto, distribuzione. Ulteriori controlli vengono effettuati durante la somministrazione dei mangimi agli animali (negli allevamenti) per controllare le corrette condizioni igienico-sanitarie

Tutto il sistema è rintracciabile, attraverso procedure che consentano di individuare fornitori di materie prime e acquirenti dei mangimi e del pet food prodotto.

Il Piano 2015-2017 stabilisce 11 importanti obiettivi che vanno dalla creazione di un’anagrafe di imprese del settore alla definizione di numerosi controlli per identificare la presenza di sostanze non autorizzate (proteine animali trasformate), oppure Micotossine, contaminanti inorganici, additivi vietati, Diossine, Salmonella, OGM.

Controlli e sopralluoghi sono eseguiti senza preavviso alcuno e, in caso di non conformità gravi, *“che possono costituire un potenziale rischio per la salute umana, per la salute e il benessere animale o per l’ambiente, la comunicazione agli Assessorati alla sanità delle Regioni e Province Autonome deve*

³ Documento predisposto dal Dipartimento della sanità pubblica veterinaria, della sicurezza alimentare e degli organi collegiali. Le modifiche e le integrazioni al Piano coinvolgono le Amministrazioni interessate, le Regioni e le Province Autonome; l’Istituto Superiore di Sanità; gli I.Z.S., i Centri di Referenza Nazionali ed i Laboratori Nazionali di Riferimento

⁴ www.salute.gov.it

AREA ISTITUZIONALE

essere immediata e accompagnata da una dettagliata relazione riportante le azioni intraprese, nonché le eventuali sanzioni applicate."

Negli stabilimenti di produzione di alimenti per animali da compagnia viene effettuata almeno un'ispezione ogni anno. Per le verifiche del caso sulla sicurezza degli alimenti vengono prelevati campioni, le cui analisi vengono effettuate presso gli Istituti Zooprofilattici Sperimentali territorialmente competenti.

I dati di controllo ufficiale sull'alimentazione degli animali nel 2014

L'attività di controllo ufficiale nell'anno 2014 ha visto i Servizi Veterinari impegnati, come di consueto, in un'imponente attività di campionamento effettuata in tutti i livelli della produzione, della commercializzazione fino alla somministrazione dei mangimi.

Nell'anno 2014, in tutto il territorio nazionale, nell'ambito esclusivo del PNAA sono stati prelevati n. 10.923 campioni ufficiali di mangimi, a fronte di 11.066 programmati. Tutte le fasi di produzione, utilizzo, distribuzione e trasporto, sono state oggetto di campionamento.

In base ai dati pervenuti, si evidenzia che nell'anno 2014 sono state presentate per l'importazione, complessivamente, n. 4.495 partite di mangimi, per una quantità totale pari a 5.831.284,669 tonnellate.

**Solo 1
campione
riguardante
i pet è
risultato non
conforme**

Tutte le partite suddette sono state sottoposte a verifica documentale; il controllo d'identità è stato eseguito su tutte le partite di mangimi di origine animale e sul 50% delle partite di mangimi di origine non animale, mentre il controllo materiale, con prelievo di campioni, è stato eseguito su n. 325 partite, pari ad una frequenza di campionamento del 7,23 %, per un totale di n. 339 campioni prelevati.

Nell'anno 2014 sono state rilevate complessivamente n. 15 partite non conformi, pari allo 0,33% delle partite presentate per l'importazione e al 4,61% delle partite oggetto di prelievo.

La tabella riporta in ordine decrescente 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.

Si noti che, per quanto riguarda il pet, solo un campione, corrispondente allo 0,39% è risultato non conforme. Questo dimostra quanto i controlli siano efficaci e che il pet è sicuro.

Specie di destinazione del mangime campionato	Numero di campioni	%	Non conformità
Ruminanti	3808	34,86	3
Specie varie	3132	28,67	37
Avicoli	1616	14,79	11
Suini	1252	11,46	15
Acquacultura	364	3,33	0
Conigli	345	3,15	2
Pet	256	2,34	1
Equini	150	1,37	0

Intervista IZS Piemonte

Abbiamo chiesto chiarimenti sui controlli e sulla sicurezza del pet food al Centro di Referenza Nazionale per la Sorveglianza e il Controllo degli Alimenti per gli Animali (C.Re.A.A.) presso l'Istituto Zooprofilattico del Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta.

Riportiamo l'intervista per il "Rapporto Assalco Zoomark 2016" a firma di: Maria Caramelli, Direttore Generale dell'Istituto Zooprofilattico del Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta.

Il pet food è sicuro – l'intervista alla Dott.ssa Caramelli del C.Re.A.A.

Perché possiamo dire che il pet food è sicuro?

La normativa europea disciplina in modo severo la qualità e la sicurezza delle materie prime e degli ingredienti destinati al *pet food*. Le materie prime di origine animale impiegate nella produzione di *pet food*, ad esempio, oltre ad essere sottoposte ad attenta verifica, sono ottenute dalla macellazione di animali dichiarati idonei al consumo umano da parte del Servizio Veterinario Nazionale. L'Istituto Zooprofilattico del Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta, da oltre un decennio, si occupa della sicurezza dei *pet food*, mettendo a punto tecniche analitiche e protocolli che, in qualità di Centro di Referenza Nazionale per la Sorveglianza e il Controllo degli Alimenti per gli Animali (C.Re.A.A.), mette a disposizione degli altri Istituti, dell'Autorità Competente e delle Forze dell'Ordine.

In che modo vengono effettuati i controlli?

Il Piano Nazionale di Controllo Ufficiale sull'Alimentazione degli Animali (PNAA), coordinato dal Ministero della Salute, prevede l'attuazione di sopralluoghi ispettivi, oltre che il prelievo e l'analisi di campioni di materie prime e mangimi lungo tutta la filiera produttiva. Si tratta di un piano triennale eventualmente integrabile in caso di necessità. L'Istituto Zooprofilattico di Torino compie le analisi di laboratorio dei campioni prelevati nell'ambito del PNAA, controllando annualmente oltre 200 campioni sia di materie prime destinate al *pet food* che di prodotti completi.

Durante un controllo standard cosa viene analizzato nello specifico per escludere ogni rischio?

Per garantire la sicurezza delle materie prime di origine animale, viene ricercato il triptanoato di glicerina (GTH), un grasso artificiale appositamente aggiunto nei prodotti provenienti da animali non destinati al consumo umano al fine di differenziarli dai prodotti che possono essere usati nell'alimentazione animale. Il C.Re.A.A.⁵ è l'unico laboratorio in Italia che ha una tecnica di laboratorio accreditata per la ricerca di quest'utile marcatore. Nell'ambito del PNAA le analisi sono mirate alla ricerca di batteri patogeni, come la Salmonella, e di sostanze chimiche indesiderate, come i metalli pesanti quali arsenico, mercurio, piombo e cadmio, le micotossine e la temutissima melamina. Viene inoltre valutata la presenza di residui di farmaci, promotori di crescita e di organismi geneticamente modificati, la cui presenza è regolamentata da normative comunitarie.

⁵ Centro di Referenza Nazionale per la Sorveglianza e il Controllo degli Alimenti per gli Animali

Attenzione all'etichetta e all'etichettatura

È un diritto del consumatore controllare tutte le informazioni sull'alimento che acquista per sé o per il proprio pet. Saper leggere l'etichetta è importante e se non fosse chiara o esauriente è fondamentale segnalarlo al produttore. La correttezza dell'etichettatura è un aspetto senza dubbio indispensabile per garantire la sicurezza degli alimenti e la trasparenza per i consumatori e per un corretto utilizzo dell'alimento.

Etichetta ed etichettatura dei prodotti: cosa devono contenere e chi le controlla

Attenzione però a non confondere "l'etichetta" con "l'etichettatura".

Esiste una precisa distinzione:

- **l'etichetta** accompagna fisicamente l'alimento: è scritta, stampata, marchiata, impressa in rilievo o a impronta sull'imballaggio o sul recipiente contenente il pet food o ad esso attaccata;
- **l'etichettatura** è un concetto più ampio che comprende l'etichetta, ma anche tutto un insieme di informazioni sull'alimento fornite con qualsiasi mezzo (compresi imballaggi, contenitori, cartoncini, etichette, documenti commerciali) che lo accompagnano o che ad esso fanno riferimento, anche a fini pubblicitari.

E' evidente che sia l'etichetta, che le informazioni di etichettatura, devono essere conformi⁶ e sono oggetto di controllo ufficiale da parte dei Servizi Veterinari, che verificano a campione prendendo in considerazione almeno i seguenti aspetti:

- la corretta indicazione del tipo di alimento;
- la presenza e la completezza delle indicazioni obbligatorie;
- la presenza di indicazioni ingannevoli, con particolare riferimento a claim funzionali impropri, o che vantano un effetto farmacologico;
- la corretta indicazione degli additivi nei mangimi composti, per verificare che sia riportato il nome dell'additivo (Regolamento autorizzativo o registro comunitario degli additivi).

⁶ Alle prescrizioni del Regolamento (CE) n. 767/09

SICUREZZA NEGLI ACCESSORI PER I PET

Per i proprietari gli accessori per animali - *cucce o gabbiette, cuscini, guinzagli, collari e abbigliamento* - hanno un forte significato di inclusione del pet in famiglia. Sono gli accessori di Fido o Micio e di nessun altro, scelti solo per loro. Devono quindi rispondere a esigenze specifiche: rispettare alti standard qualitativi, al giusto prezzo, che tuttavia non risulta sempre essere il principale fattore di influenza sulle decisioni di acquisto⁷.

L'innovazione nel settore degli accessori è considerata altissima e giunta al suo apice⁸; i produttori stanno rispondendo puntualmente alle esigenze del proprietario come mai prima d'ora. La richiesta è però orientata ad accessori, giochi e abbigliamento sempre più sicuri e resistenti, con una maggiore durata nel tempo, realizzati seguendo nuove tendenze (mode, tecnologia) e con materiali ricercati: fibre naturali, corde e gomme o tessuti sicuri, di alta qualità, con colorazioni neutre. Per quanto riguarda l'abbigliamento è normale che i proprietari richiedano che i capi siano realizzati su misura, per i quali possono scegliere il tessuto e lo stile.

Parola chiave del pet care: la sicurezza

Tecnologia, innovazione ma soprattutto sicurezza sono gli elementi principali ricercati negli accessori pet. Per i pesci, in particolare, la sicurezza del microsistema che si crea nella vasca dell'acquario è decisiva per la loro salute e il loro benessere.

La casa dei pet: cucce e gabbiette

Le cucce e le gabbiette dei pet devono essere costruite con criteri specifici che rispettino al tempo stesso il comfort e la sicurezza.

La qualità dei materiali è fondamentale: una cuccia per cani esterna sarà preferibilmente in legno, coibentata e impermeabile alla pioggia, così che possa resistere a lungo, proteggendo l'amico peloso dal freddo in inverno e dal caldo in estate. Le dimensioni devono essere adeguate rispetto alla taglia del cane per permettergli il movimento ma senza disperdere il calore del corpo. La cuccia deve inoltre essere isolata dal terreno o sollevata da terra di qualche centimetro, in una posizione riparata da vento o correnti.

Una cesta o un cuscino è invece l'ideale per cani e gatti che dormono in un ambiente interno. Anche in questo caso la sicurezza dei materiali utilizzati, tessuti e imbottitura soprattutto, è determinante, ma i produttori possono dimostrare di aver ottenuto certificazioni che ne attestino la conformità.

Per conigli, cavie e altri piccoli pet la gabbietta dovrà essere sufficientemente grande da permettere il movimento e il gioco, dovrà essere solida e sicura.

Ciotole e dispenser di acqua e cibo

Per quanto riguarda le ciotole, i dispenser o altri accessori per somministrare cibo e acqua a tutti gli amici animali, dagli uccellini ai roditori, dai cani ai gatti e ai furetti, il tema sicurezza riguarda specificamente i materiali con cui sono realizzati (plastiche, ceramiche, metalli) ed è ancora più sentito trattandosi di accessori destinati a contenere gli alimenti.

Giochi sicuri

Poiché anche lo svago e il divertimento sono pratiche fondamentali per la vita quotidiana degli amici animali, per stimolare la mente e divertirli al tempo stesso, ma anche per insegnare a socializzare o a superare le paure del mondo esterno⁹, è indispensabile che i materiali con cui i giochi sono stati realizzati siano idonei alla masticazione o al contatto dei pet. Si pensi ai pupazzi per gatti che fungono da vere e proprie prede o ai puzzle-food, i giochi che al loro interno contengono del pet food, per ottenere il quale il cane (o il gatto o altro pet) deve ingegnarsi fino a farlo fuoriuscire dal "giocattolo".

⁷ Pets International Magazine, Accessories: the latest and greatest 2015.5 September

⁸ Pets International Magazine, Accessories: the latest and greatest 2015.5 September

⁹ Je joue, donc je suis! – Éric Leforestier Pet Market Magazine Dicembre 2015

AREA ISTITUZIONALE

Rispetto ai primissimi giochi interattivi e puzzle food lanciati sul mercato alcuni anni fa, quelli più recenti sono concepiti per durare più a lungo, sono più resistenti per venire incontro alle richieste di sicurezza dei proprietari e garantire il benessere ai pet¹⁰.

I benefici delle attività interattive sono numerosi: i pet hanno bisogno di distrarsi e questi giochi stimolano la loro intelligenza.

Il gatto ama in genere giocare con qualsiasi oggetto: di stoffa, una corda, un peluche. Ci sono poi giochi luminosi per distrarli e farli correre. Anche conigli e altri piccoli roditori, così come gli uccellini possono distrarsi con dei giochi tintinnanti¹¹, appositamente studiati per loro.

Per la sicurezza dei pet è comunque sempre meglio non utilizzare i giocattoli in luoghi non appropriati (balcone, vicino a una finestra ad esempio).

Tessuti e materiali sicuri nell'abbigliamento dei pet

La sicurezza nel segmento abbigliamento per animali dipende dalla scelta dei tessuti di qualità utilizzati dai produttori. Pertanto, la preferenza per un cappottino non dipenderà solo dal gusto del proprietario o dalla moda: su questi elementi dovrà prevalere qualche altro dettaglio.

I bisogni del pet e del suo umano incidono sulle scelte: per le passeggiate del cane in inverno, anche sotto la pioggia, servirà un cappottino impermeabile; per cani che praticano sport con i proprietari, potrebbe essere più sicuro un abbigliamento tecnico.

Per proteggere il pet dal freddo in particolari situazioni: pelo molto corto, patologie come l'alopecia o l'osteoartrite, potrebbe essere il veterinario a suggerire¹² un cappottino o altro indumento che oltre a riscaldare dovrà essere funzionale e garantire comfort e benessere.

Se il pet è abituato a vivere in appartamento e quindi poco abituato al freddo, dovrà indossare un cappottino per uscire in inverno; i pet molto anziani o malati potrebbero averne bisogno anche in autunno o primavera ed è preferibile che dormano sempre al coperto, poiché rischiano di non avere l'energia sufficiente per la termoregolazione. Viceversa, un cane abituato a dormire nella sua cuccia all'aperto potrebbe indossare un cappottino solo in caso di temperature molto basse.

Per i cani e gatti anziani sono disponibili anche traversine o coperte impermeabili che possono essere posizionate nella cuccia, in auto o in casa al rientro dalle passeggiate.

Sicurezza con gli accessori

Per la sicurezza del cane durante le passeggiate notturne esistono guinzagli, maglioni o pettorine riflettenti. I guinzagli possono essere di vari materiali: in nylon o cuoio, con i moschettoni e gli anelli in metallo per regolare la lunghezza.

Un'ordinanza del 3 marzo 2009 del Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali¹³, ha fissato la lunghezza massima del guinzaglio (nei luoghi pubblici) a 1,50 metri. Non è più possibile quindi utilizzare i guinzagli di misure superiori.

Sicurezza in viaggio

I pet si spostano spesso con i proprietari. Per la loro incolumità e sicurezza in auto, è preferibile che viaggino all'interno dei trasportini (adatti alla loro taglia) o comunque con la loro cintura di sicurezza.

I proprietari
scegliono
prodotti sicuri

¹⁰ Pets International Magazine, Developments in the high end pet accessory market 2011.7 Date: Aug 24, 2015

¹¹ Je joue, donc je suis! - Éric Leforestier Pet Market Magazine Dicembre 2015

¹² <http://www.gazzettadellemilia.it/amici-animali/item/12503-animali-e-freddo-quante-cose-non-sappiamo.html>

¹³ <http://www.deabyday.tv/cuccioli/cani/guide/3804/Come-scegliere-il-guinzaglio-pi-adatto-per-il-tuo-cane.html#sthash.NOwSf8T.dpuf>

**La
sicurezza
negli
acquari****Sicurezza in acquariologia**

Discorso a parte in materia di sicurezza merita il mondo dell'acquariologia¹⁴. A partire dal posizionamento dell'acquario, su un supporto adatto o su mobili nati per sorreggere le vasche, trattati e resistenti all'acqua. Ogni volta che si trasporta la vasca deve essere vuota. Inoltre è consigliabile collocarla lontano da porte e maniglie che potrebbero urtare o rompere il vetro. Vicino all'acquario non si dovrebbe mai svolgere alcuna attività (giochi, sport, allenamenti con pesi ecc) ed è fondamentale controllare che l'impianto elettrico sia in sicurezza.

Per garantire ai pesci e alle piante una vita lunga e in salute è fondamentale documentarsi e confrontarsi in caso di qualsiasi dubbio con negozianti esperti o con le aziende produttrici di vasche e accessori per acquari.

La gratificazione e la soddisfazione che derivano dalla gestione ottimale di un acquario possono contribuire a rinnovare questa speciale passione.

¹⁴ http://www.cir.roma.it/index.php?option=com_content&view=article&id=209:pot-pericoli-acquario&catid=30&Itemid=48

REGOLE E NORME IN ITALIA E ALL'ESTERO

Quanti sono i pet in Italia? Censiamoli nel 2021

I dati Eurispes 2016 indicano che il 43% degli italiani vive con un animale da compagnia, ma in due case su dieci abitano più pet. Infatti, risulta che il 61% convive con almeno un cane e il 50% con almeno un gatto. Seguono pesci, tartarughe, uccellini, conigli, criceti e altri animali esotici.

I dati di Euromonitor¹⁵ confermano in linea di massima questi trend, evidenziando che il 22,65% delle famiglie italiane ha adottato almeno un cane, mentre il 19,15% delle case ospita almeno gatto. Secondo Euromonitor i cani sono 6,964 milioni, mentre i gatti sono 7,483 milioni. Gli uccellini sono 12,906 milioni e i pesci 29,918 milioni. Piccoli mammiferi e rettili 3,199 milioni.

Riconosciamo i pet come membri delle famiglie

All'anagrafe degli animali d'affezione, banca dati presente sul sito del Ministero della Salute¹⁶, alimentato e aggiornato dalle Regioni che inviano, oltre al codice dell'identificativo (microchip o tatuaggio) informazioni relative alla specie, la razza e il genere del cane, gatto, furetto, sono ormai registrati più di **8 milioni di cani**. Si ricorda in proposito l'istanza, scaturita in occasione della giornata dedicata agli animali d'affezione nel corso della Conferenza Nazionale sul Benessere Animale organizzata dal Ministero della Salute nel mese di aprile, che propone di dare vita ad una anagrafe nazionale canina in luogo delle attuali anagrafi regionali.

Poiché è evidente che il numero preciso di cani, gatti, conigli e altri piccoli animali presenti nelle case degli italiani non è ancora certo, per ottenere dati inequivocabili sulla popolazione pet in Italia l'unica soluzione possibile è l'inclusione nel prossimo Censimento ISTAT del 2021 del calcolo del numero degli animali presenti in ogni nucleo familiare intervistato.

I cani nello Stato di Famiglia

Un passo in avanti in questo senso è stato fatto recentemente. Il 1° Marzo 2016 è stata presentata una proposta di legge per creare un collegamento tra Anagrafe Canina di competenza regionale e lo Stato di famiglia di ciascun proprietario.

Con questa proposta si cerca di rispondere alle esigenze delle famiglie italiane che considerano il pet un membro della famiglia e alla società in generale in termini di responsabilità dei proprietari nei confronti del pet adottato.

Inoltre si auspica a un aggiornamento digitale dei dati sulla popolazione canina in Italia più rapido e preciso.

Attraverso l'inclusione nello Stato di famiglia e quindi nel prossimo Censimento, si spera infatti in 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.

I pet nella Costituzione

Nel 2014 era già stata lanciata una campagna a supporto di questa proposta: modificare la Costituzione per tutelare gli animali come esseri senzienti nel rispetto della loro salute, del loro benessere e delle loro specificità.

Durante la conferenza dal titolo: "Animali e ambiente: dal cuore alla Costituzione¹⁷", la Federazione Italiana Associazioni Diritti Animali e Ambiente (FIADAA¹⁸) assieme al movimento "La Coscienza degli Animali", ha presentato una proposta per l'inclusione della tutela degli animali nella

¹⁵ (dati 2015)

¹⁶ http://www.salute.gov.it/anagcaninapublic_new/AdapterHTTP

¹⁷ L'iniziativa, tenutasi il 14 dicembre 2014 a Milano presso l'Hotel Principe di Savoia, era chiamata "Animali e ambiente: dal cuore alla Costituzione"; organizzata dalla FIADAA (Federazione Italiana Associazioni Diritti Animali e Ambiente) e dal movimento "La Coscienza degli Animali" con lo scopo di presentare il Manifesto che propone l'inclusione della tutela degli animali nella Costituzione.

¹⁸ 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

AREA ISTITUZIONALE

Costituzione¹⁹, 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."

Tra i promotori del manifesto, oltre all'Onorevole Michela Vittoria Brambilla, che ha presentato una proposta di legge alla Camera dei Deputati, anche il professor Umberto Veronesi e lo stilista Elio Fiorucci²⁰, recentemente scomparso, che si era prestato quale testimonial dell'iniziativa.

I cani non sono pignorabili

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.

**I pet non
possono essere
pignorati**

Da Settembre 2015 il Senato ha dato via libera a un emendamento²¹ 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 d'affezione. 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.

¹⁹ <http://www.lav.it/news/animali-di-diritto-nella-nostra-costituzione>

²⁰ Fiorucci aveva sottoscritto il manifesto "La Coscienza degli Animali" ed era diventato testimonial del movimento

²¹ 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"

I Paesi più avanzati, con normative più complete

Le Costituzioni di alcuni Paesi Europei come Germania²² e Svizzera includono articoli in cui si fa riferimento alla protezione e al rispetto degli animali. Anche nel Welfare Act inglese e in altre normative nazionali, ad esempio in Francia e Svezia, la tutela degli animali è in primo piano. Allo stesso modo, risulta avanzata la normativa indiana e quella del Bhutan in cui i precetti buddisti impongono il rispetto di ogni forma di vita e di ogni animale.

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

Gli animali da compagnia sono ormai membri della famiglia e a tutti gli effetti parte della nostra vita familiare e sociale verso cui abbiamo specifici obblighi e il dovere di rispettarli.

Questi concetti sono evidenziati in una convenzione Europea che stabilisce alcuni dei principi fondamentali per garantire il benessere degli animali da compagnia. Redatta in doppia lingua: francese e in inglese, è stata firmata a Strasburgo il 13 novembre 1987.

La Convenzione di Strasburgo del 1987

Nel preambolo²³ si legge che gli Stati membri del Consiglio d'Europa, firmatari della Convenzione "riconoscono **che l'uomo ha l'obbligo morale di rispettare tutte le creature viventi, e in considerazione dei particolari vincoli esistenti tra l'uomo e gli animali da compagnia**" considerano l'importanza degli stessi per il "**contributo che essi forniscono alla qualità della vita e dunque il loro valore per la società**".

Nella Convenzione Europea si definiscono inoltre i principi per il benessere degli animali da compagnia e per il loro **mantenimento (salute, benessere, alimentazione, attenzione, esercizio fisico, impedire la fuga)**.

Ne riportiamo alcuni come esempio:

Articolo 6 – Limiti di età per l'acquisto

Nessun animale da compagnia deve essere venduto ai minori di 16 anni senza il consenso esplicito dei genitori o di altre persone che esercitano la responsabilità parentale.

Articolo 7 – Addestramento

Nessun animale da compagnia deve essere addestrato con metodi che possono danneggiare la sua salute e il suo benessere, in particolare costringendo l'animale a oltrepassare le sue capacità o forza naturale, o utilizzando mezzi artificiali che causano ferite o dolori, sofferenze e angosce inutili.

Articolo 8 – Commercio, allevamento e custodia a fini commerciali, rifugi per animali

Qualsiasi persona la quale, all'atto dell'entrata in vigore della Convenzione, pratici il commercio o l'allevamento o la custodia di animali da compagnia a fini commerciali, o gestisca un rifugio per animali deve dichiararlo all'Autorità competente entro un termine adeguato che sarà stabilito da ciascuna Parte.

Le attività di cui sopra possono essere esercitate solamente se la persona responsabile è in possesso delle nozioni e della capacità necessarie all'esercizio di tale attività, avendo sia una formazione professionale, sia un'esperienza sufficiente per quanto riguarda gli animali da compagnia; i locali e le attrezzature utilizzate per l'attività soddisfano ai requisiti.

Articolo 9 – Pubblicità, spettacoli, esposizioni, competizioni e manifestazioni analoghe

Gli animali da compagnia non possono essere utilizzati per pubblicità, spettacoli, esposizioni, competizioni o manifestazione analoghe a meno che l'organizzatore non abbia provveduto a creare le condizioni necessarie per un trattamento di tali animali che sia conforme e che la loro salute ed il loro benessere non siano messi a repentaglio. Nessuna sostanza deve essere somministrata a un animale da compagnia, nessun trattamento deve essergli applicato, né alcun procedimento utilizzato per elevare o diminuire il livello naturale delle sue prestazioni nel corso di competizioni o in qualsiasi altro momento, qualora ciò possa mettere a repentaglio la salute e il benessere dell'animale.

Articolo 10 – Interventi chirurgici

Gli interventi chirurgici destinati a modificare l'aspetto di un animale da compagnia, o finalizzati ad altri scopi non curativi debbono essere vietati, in particolare: il taglio della coda e delle orecchie; la recisione delle corde vocali; l'esportazione delle unghie e dei denti.

²² Marianna Sala, Gli animali domestici nel condominio dopo la riforma, Animali e diritto pag. 27 e 28: <https://goo.gl/uDCm3w>

²³ <http://www.coe.int/fr/web/conventions/search-on-treaties/-/conventions/rms/090000168007a6a5>

Saranno autorizzate eccezioni a tale divieto solamente se un veterinario considera un intervento non curativo necessario sia per ragioni di medicina veterinaria, sia nell'interesse di un determinato animale; per impedire la riproduzione.

Tutti gli interventi che possono provocare dolore devono essere effettuati solamente in anestesia e da un veterinario o sotto il suo controllo.

Articolo 14 – Programmi di informazione e di istruzione

Le Parti si impegnano a promuovere lo sviluppo di programmi d'informazione e di istruzione al fine di incoraggiare tra le organizzazioni e gli individui interessati al mantenimento, all'allevamento, all'addestramento, al commercio ed alla custodia di animali da compagnia, la consapevolezza e la conoscenza delle disposizioni e dei principi della presente Convenzione.

Redatto a Strasburgo il 13 novembre 1987 in francese e in inglese, i due testi facenti ugualmente fede, in un unico esemplare che sarà depositato negli archivi del Consiglio d'Europa. Il Segretario Generale del Consiglio d'Europa ne trasmetterà copia certificata conforme a ciascuno degli Stati membri del Consiglio d'Europa e a ogni Stato invitato ad aderire alla presente Convenzione.

Tutela degli Animali: nella Costituzione tedesca dal 2002

La realtà tedesca.... In attesa che anche in Italia sia perfezionata la voce della Costituzione a riguardo della tutela e dei diritti degli animali, segnaliamo i Paesi Europei dove questo cambiamento è già avvenuto.

Prima fra tutti gli Stati, la Germania, apripista nella tutela dei diritti degli animali in Europa, con la modifica **dell'Articolo 20**, in cui sono state aggiunte le parole "e gli animali", approvato il 17 maggio del 2002 quale Legge fondamentale²⁴ tedesca:

Art. 20. Protezione dei fondamenti naturali della vita e gli animali — Lo Stato tutela, assumendo con ciò la propria responsabilità nei confronti delle generazioni future, i fondamenti naturali della vita e gli animali mediante l'esercizio del potere legislativo, nel quadro dell'ordinamento costituzionale, e dei poteri esecutivo e giudiziario, in conformità alla legge e al diritto.

Obbligo dello Stato è rispettare e proteggere la dignità degli esseri umani e degli animali. Rispetto al passato, dal 2002, in Germania è cambiato l'approccio complessivo ai pet, anche se era già esistente una legislazione per la protezione degli animali. Da allora, però, i diritti degli animali hanno acquisito il valore di principi fondamentali.

Per adottare un pet in Svizzera serve un attestato di competenza

...quella svizzera.... Nel 1992, la legislazione svizzera fu modificata per riconoscere agli animali lo status di esseri anziché cose. Nella Costituzione Svizzera²⁵ gli animali sono citati nell'articolo 80 e nel 120.

Esiste poi una Legge federale²⁶ sulla protezione degli animali (LPAn) del 16 dicembre 2005, approvata con referendum²⁷ che ha permesso alla nuova legislazione sulla protezione degli animali di entrare in vigore il 1° settembre 2008.

Nella Confederazione elvetica, prima di adottare un cane per la prima volta, i futuri proprietari devono fornire un attestato di competenza relativo alla gestione e cura dei cani nelle situazioni della vita quotidiana. L'attestato non è obbligatorio se si dimostra di avere già detenuto un cane.

Viceversa, l'attestato deve essere conseguito entro un anno dall'acquisto/adozione del cane, a meno che il proprietario non sia a sua volta un formatore per detentori di cani di cui all'articolo 203; oppure uno specialista esperto in comportamento animale.

²⁴ (Finalità pubblica della protezione degli animali) del 26 luglio 2002, I 2862

²⁵ <https://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/1995395/index.html>

²⁶ <https://www.admin.ch/opc/it/federal-gazette/2006/315.pdf>

²⁷ A partire da dicembre 2002, la LPA è stata interamente riveduta dal Parlamento. Al termine di tre anni di deliberazioni, la nuova legge è stata adottata il 16 dicembre 2005. Il 12 luglio 2006, l'Ufficio federale di veterinaria (UFV) su mandato del Dipartimento federale dell'economia (ex-DFE), metteva in consultazione pubblica il suo progetto di revisione dell'Ordinanza sulla protezione degli animali (OPAn). Alla data limite fissata al 10 novembre 2006, 536 prese di posizione di cantoni, partiti politici ed organizzazioni venivano comunicate al DFE. Il 23 aprile 2008, il Consiglio federale approvava la versione finale dell'OPAn.

Inghilterra – Animal Welfare Act 2006**... quella inglese...**

La principale normativa sul benessere degli animali in Inghilterra²⁸ è la legge del 2006 all'interno dell'Animal Welfare. I codici sono in vigore dal 6 aprile 2010. I Comuni sono responsabili di far rispettare la normativa.

In generale, sono proposti codici di condotta che promuovono il benessere degli animali e linee guida per i proprietari pet che vanno dall'acquisto di un cane o un gatto alla loro protezione durante i viaggi (ad esempio divieto di lasciarli in auto o sotto il sole in estate) e riguardano la loro sicurezza.

L'Animal Welfare Act 2006 richiede che siano soddisfatte le esigenze di benessere di cani, gatti, altri piccoli animali ma anche i cavalli.

Il regolamento nr 1925 prevede invece disposizioni generali per garantire il benessere agli animali nello spettacolo. Il codice nr 1983 regola il benessere degli animali venduti nei pet shop nel rispetto del loro benessere e della sicurezza (alloggi adatti e puliti, alimentati con cibi appropriati e acqua, curati e protetti da malattie e incendi). Ai sensi dell'art 2, gli animali non possono essere venduti in strada.

In base alla normativa (Act 1991 e Act 1973), chiunque possieda un allevamento di cani o gatti o altri pet deve avere una licenza, a meno che le cucciolate durante dodici mesi siano inferiori a cinque complessivamente. È stabilito che una femmina non possa avere i cuccioli prima di un anno di vita; che possa avere una sola cucciolata in un anno e non più di sei in tutta la vita.

Pene severe in Francia se non si rispettano i pet**...e quella francese**

Sul sito²⁹ dell'amministrazione pubblica francese sono riportati gli articoli del codice civile e penale³⁰ che descrivono i doveri di un buon proprietario: da quelli basilari relativi alla gestione quotidiana (*come fornire all'animale da compagnia un'alimentazione equilibrata e sufficiente a mantenerlo in buona salute, lasciare a sua disposizione acqua fresca protetta dal gelo, in un contenitore pulito*) a quelli che riguardano il mantenimento.

“Gli animali da compagnia devono vivere in spazi adeguati e al riparo dalle intemperie: vietato lasciare i cani sui balconi o all'aperto in giardino. Non possono essere rinchiusi in una stanza senza ventilazione, senza luce. Il loro ambiente deve essere sufficientemente riscaldato, in condizioni compatibili con le specifiche esigenze fisiologiche.”

Collare e guinzaglio nel cane devono essere proporzionati alle sue dimensioni e forza, non troppo pesanti da ostacolare i movimenti e non troppo stretti.

Durante gli spostamenti in auto, nessun animale deve essere chiuso in un bagagliaio senza sistema di ventilazione. Se l'animale rimane in un veicolo fermo questo deve essere all'ombra e deve avere abbastanza aria.

In caso di infortunio o malattia dell'animale, il proprietario deve fornire le cure necessarie per il suo recupero.

Se questi obblighi, (mancanza di cura, condizioni di detenzione inadeguate, privazione di cibo, ecc), non vengono rispettati, i proprietari francesi possono essere puniti con multe che partono da € 750. Abbandono, abusi e gravi atti di crudeltà comportano anche la detenzione (2 anni di carcere) o multe più salate, fino a € 30.000, oltre al divieto permanente o temporaneo di custodire animali.

²⁸ Galles e Scozia hanno i loro codici equivalenti

²⁹ <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F31859>

³⁰ Code pénal: article R654-1 Mauvais traitements (sanction); Code pénal: article 521-1 Abandon, sévices graves, acte de cruauté (sanction); Code pénal: article R653-1 Atteintes involontaires à la vie ou à l'intégrité (sanctions); Code pénal: article R655-1 Atteintes volontaires à la vie ou à l'intégrité (sanctions); Arrêté du 25 octobre 1982 relatif à l'élevage, à la garde et à la détention des animaux; Conditions de détention des animaux.

Area Salute Pet

AREA SALUTE PET**SALUTE ANIMALE: LO SCENARIO INTERNAZIONALE**

OIE: l'organizzazione che si occupa di Salute animale	Pag. 87
Un'assemblea per parlare di salute animale: come funziona l'organizzazione?	Pag. 87
Italia membro dell'OIE	Pag. 87
Le cinque libertà di tutti gli animali	Pag. 88
One Health	Pag. 88
Invito alla cultura della prevenzione: profilassi, vaccinazioni, controlli	Pag. 89

INDAGINE SUI VETERINARI IN EUROPA

Le competenze del veterinario italiano	Pag. 90
Veterinari per animali esotici	Pag. 91

I VETERINARI ITALIANI SI FIDANO DEL PET FOOD

La nuova ricerca ANMVI - SIANA	Pag. 92
Il profilo dei veterinari italiani	Pag. 92
Il sostegno al pet food è più consapevole, scientificamente motivato	Pag. 93
Quali errori commettono i proprietari	Pag. 93
Conclusioni della ricerca	Pag. 93

SALUTE E BENESSERE DEGLI ANIMALI DA COMPAGNIA

Di cosa ha bisogno un pet?	Pag. 94
Quanto costa mantenere un cane e un gatto?	Pag. 94
L'ANMVI ha stimato le voci di spesa essenziali	Pag. 95
Le spese veterinarie sono detraibili	Pag. 96

SALUTE ANIMALE: LO SCENARIO INTERNAZIONALE**OIE (World Organization for Animal Health): l'organizzazione che si occupa di Salute animale****World
Organization
for Animal
Health**

Esiste un'Organizzazione mondiale che si occupa specificamente di salute animale a tutela della salute umana.

Si chiama OIE (Office International des Epizooties¹) ed è nata nel 1924 in Francia in seguito a un accordo internazionale tra 28 Paesi, tra i quali l'Italia, con l'intento di tenere sotto controllo alcune malattie animali allora diffuse a livello mondiale.

Ancora oggi la sede centrale è a Parigi, ma quello che era solo un "ufficio internazionale" è diventato una vera e propria Organizzazione Intergovernativa, il cui obiettivo principale è il miglioramento della salute di tutti gli animali (da reddito, domestici, da compagnia) in tutto il mondo, da cui il nome World Organization for Animal Health.

Oggi sono 180 i Paesi membri aderenti. L'OIE mantiene relazioni permanenti con altre 45 organizzazioni internazionali e ulteriori organizzazioni regionali che si occupano di salute animale; dispone inoltre di uffici regionali e provinciali in ciascun continente.

Nell'ambito dell'OIE operano cinque Commissioni Regionali (Africa, America, Asia e Pacifico, Europa e Medio Oriente). La Commissione Regionale Europa ha come compito principale quello di coordinare l'attività dei servizi veterinari dei 53 Paesi aderenti e rappresenta in particolare una struttura di cerniera tra i Paesi dell'Unione Europea e quelli dell'Europa Orientale.

Un'assemblea per parlare di salute animale: come funziona l'organizzazione?

L'Organizzazione è gestita dall'Assemblea Mondiale dei Delegati di provenienza internazionale, designati dai governi di tutti i Paesi membri. Le principali funzioni dell'Assemblea consistono nell'adozione di norme internazionali in materia di salute animale.

Il fine principale per cui lavora l'OIE è garantire la massima trasparenza sullo "status sanitario degli animali" nei Paesi membri per la prevenzione della diffusione delle malattie infettive.

In caso di malattia grave, l'Autorità competente dello Stato colpito deve inviare immediatamente (entro 24 ore) la notizia all'OIE, che la dirama agli altri membri.

Italia membro dell'OIE**L'Italia
collabora
attivamente**

L'Italia offre un contributo significativo alle attività dell'OIE mettendo a disposizione 4 Centri di Collaborazione e 14 Laboratori di Referenza per diverse malattie animali, grazie alla rete degli Istituti Zooprofilattici.

Il nostro Paese finanzia, inoltre, il Fondo Mondiale per la Sanità Animale e, per tale motivo, è membro dell'Advisory Committee che stabilisce gli interventi su scala mondiale per prevenire la diffusione delle malattie animali e delle zoonosi.

Attraverso la rete degli Istituti Zooprofilattici (ISZ) e l'Istituto Superiore di sanità (ISS), l'Italia gestisce numerosi gemellaggi ("twinning") con Paesi in via di sviluppo e contribuisce a finanziare il Centro OIE per l'Africa del Nord di Tunisi (dove è presente un funzionario italiano), attraverso cui coordina le azioni preventive² da svolgere nell'Africa del Magreb per evitare la diffusione di zoonosi o altre malattie presenti in quelle aree e già debellate in Italia.

Il nostro Paese fornisce un contributo tecnico ed economico alla Commissione Regionale europea, per rafforzare il controllo delle malattie nei Paesi dell'Est Europa, potenziando le strutture

¹ http://www.salute.gov.it/portale/temi/p2_6.jsp?lingua=italiano&id=1628&area=veterinariaInternazionale&menu=rapporti

² Programma REMESA

veterinarie di diagnostica e di controllo, mediante la collaborazione tecnica e la formazione di personale adeguatamente qualificato.

Le cinque libertà di tutti gli animali

Punto di partenza per garantire il benessere animale è il riconoscimento dei loro diritti. L'OIE evidenzia alcuni importanti concetti legati al benessere di tutti gli animali: da reddito, domestici, da compagnia. Tra questi le cinque libertà fondamentali, i cinque diritti primari che l'uomo deve garantire agli animali:

- 1- libertà dalla paura e dallo stress;
- 2- libertà dal disagio fisico;
- 3- libertà dal disagio psicologico;
- 4- libertà dal dolore, la malattia, la sofferenza;
- 5- libertà dall'espressione di anormali modelli di comportamento.

Non si tratta in questo caso di misure sanitarie, ma standard fondamentali riconosciuti e accettati livello globale, nati dall'accordo di tutte le nazioni.

One Health

Ogni quattro anni viene adottato dall'OIE un piano strategico d'azione, con l'obiettivo principale di migliorare la salute e il benessere degli animali attraverso una gestione dei rischi adeguata e su base scientifica, con interfaccia animale - ambiente umano, secondo l'orientamento "One Health" secondo cui garantendo la salute agli animali si salvaguarda il benessere dell'uomo e dell'ambiente.

L'OIE approva infatti l'approccio "One Health" che prevede la tutela della salute degli animali, degli uomini e dell'ambiente, a livello globale e suggerisce che tale approccio sia sperimentato in ciascuna nazione, che sia incrementata la collaborazione tra veterinari pubblici e privati e sanità pubblica, con lo scopo di prevenire le malattie e garantire un controllo generale della salute animale (intendendo sia quella degli animali da reddito che quella degli animali da compagnia) e dell'uomo.

Approccio One Health - Una sola salute

Anche in Italia, da almeno dieci anni³ in tutte le discipline mediche, quindi prima di tutto quelle della Sanità pubblica, l'interazione medicina umana - medicina veterinaria è già realtà e si tenta di diffondere sempre di più la cultura "One Health" attraverso cui si vuole estendere il concetto di salute dagli uomini a tutte le specie animali, inclusi gli animali d'affezione e necessariamente all'ambiente.

Durante congressi, seminari e riunioni, medici, veterinari, operatori e dirigenti sanitari affrontano e diffondono attraverso documenti scientifici e attraverso i media, temi legati a questo concetto di "UNICA SALUTE" per tutti.

Citiamo ad esempio un recente evento in cui è stato approfondito tale concetto: la Conferenza sul Benessere animale del Ministero della Salute, svoltasi a Roma dal 13 al 15 Aprile 2016, in cui l'intervento⁴ conclusivo del Ministro della Salute Beatrice Lorenzin ha evidenziato che:

"Il Benessere animale è un tema particolarmente sentito dall'opinione pubblica, ma non sufficientemente conosciuto soprattutto nei suoi aspetti scientifici. Occorre invertire questa tendenza, valorizzando e divulgando l'operato della sanità veterinaria pubblica, il lavoro degli Istituti Zooprofilattici Sperimentali e dei servizi veterinari".

Gli animali - secondo il Ministro - rappresentano un fattore di promozione della salute a 360 gradi. Sono un valore aggiunto nelle terapie, in particolare per le persone con disabilità cognitive, mentali e fisiche.

³ <http://www.anmvioggi.it/rubriche/editoriale/61885-one-health-una-concezione-completa-ed-efficace-della-moderna-veterinaria.html>
Giancarlo Belluzzi, ANMVI International

⁴ <http://www.fnovi.it/node/45888>

**Il nuovo
Piano
triennale per il
Benessere
Animale del
Ministero
della Salute**

Il modello “One Health – una sola salute”, che tutto il mondo riconosce come approccio efficace, riceverà un ulteriore impulso dal nuovo Piano triennale per il benessere animale, che vedrà la luce grazie anche ai contributi raccolti nel corso di questa recente conferenza, momento fondamentale di divulgazione e confronto sul tema del benessere animale basato su elementi scientifici e dati trasparenti.

Durante la stessa Conferenza sul Benessere animale anche l'intervento⁵ della Dr.ssa Laura Contalbrigo, IZS Venezia - Centro di riferimento nazionale per gli interventi assistiti con gli Animali, ha fatto riferimento a “One Health”, affermando che gli Interventi Assistiti con animali non solo rientrano all'interno di questo grande concetto che è One Health, ma vanno oltre, poiché non c'è solo una stretta interconnessione tra salute umana, salute animale e salute dell'ambiente. Con gli interventi *assistiti con animali è possibile parlare di enfaticizzazione della penetrazione tra benessere animale, benessere dell'uomo e benessere sociale.*

Invito alla cultura della prevenzione: profilassi, vaccinazioni, controlli

Negli anni l'OIE ha cercato sinergie con numerose organizzazioni internazionali, nazionali o regionali. L'accordo tra OIE-OMS⁶-FAO⁷ e gli impegni derivanti dallo stesso, ad esempio nelle lotte contro la rabbia o la resistenza antimicrobica, rappresentano alcune prove di preziosa cooperazione.

Un esempio eclatante di queste “battaglie” è proprio quella contro la rabbia che nel 2015⁸ ha coinvolto alcuni Paesi in Asia e Africa, in cui ancora non è stata debellata. Attraverso la diffusione di vaccini a prezzi accessibili, è stato possibile agire preventivamente contro questa patologia che si può trasmettere all'uomo e, purtroppo, nei Paesi africani e asiatici può essere ancora letale.

È responsabilità dei proprietari provvedere al controllo veterinario. Se questa è oramai prassi negli Stati occidentali, nei Paesi in via di sviluppo esistono ancora problemi che l'OIE sta provando a risolvere in collaborazione con l'OMS, in particolare per ridurre il costo dei vaccini umani. L'OIE si è recentemente rivolta direttamente anche ai singoli proprietari di cani, soprattutto attraverso i media, il WEB⁹ e i Social, per diffondere la cultura della proprietà responsabile che prevede controlli periodici, profilassi e vaccinazioni e per fare in modo che si diffondano i più alti standard sanitari.

⁵ https://scontent-sea1-1.cdninstagram.com/t50.2886-16/13008949_723632671110077_1376304891_n.mp4

⁶ Organizzazione Mondiale della Sanità

⁷ Food and Agriculture Organization of the United Nations (organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura)

⁸ Il piano d'azione è attivo da Dicembre 2015, quando si è svolta la conferenza "Eliminazione Globale della rabbia nel cane" GLOBAL ELIMINATION OF DOG-MEDIATED HUMAN RABIES organizzata congiuntamente da OMS e OIE, in collaborazione con FAO, con l'appoggio di GARC **Global Alliance for Rabies Control** WHO/OIE Conference on rabies 10-11 December 2015

⁹ <http://www.who.int/rabies/en/>

Indagine sui Veterinari in Europa

Secondo una recente indagine della Federazione Europea dei Veterinari (FVE¹⁰), pubblicata da ANMVI¹¹ In Italia operano ben 30.100 Veterinari tra privati e pubblici, da reddito e per animali da compagnia; numero tra i più alti in Europa, al secondo posto dopo l'Ucraina.

I Veterinari italiani

Secondo l'indagine emergono criticità nella formazione universitaria Veterinaria, giudicata dagli stessi veterinari inadeguata per il proseguimento dell'attività professionale.

I veterinari italiani sono fra quelli che mostrano meno fiducia nella legislazione e nella possibilità che proprio da nuove normative professionali possa derivare un aiuto alle difficoltà. Il settore che si ritiene abbia le maggiori potenzialità di sviluppo occupazionale è quello del benessere animale.

Sui Social Media (Facebook, Twitter, LinkedIn) i veterinari italiani sono ancora poco presenti con finalità professionali, un dato condiviso dalla maggior parte dei veterinari europei eccezion fatta per Portogallo, Danimarca, Paesi Bassi, Spagna e Bulgaria, dove è maggiore l'uso professionale soprattutto di Facebook.

Fra tutti i Veterinari europei coinvolti nell'indagine è bassa la propensione a sviluppare le proprie competenze tecnologiche (Internet, Web, ecc) per incrementare il fatturato. La FVE si propone di approfondire questo dato per comprendere se ciò dipenda da un ritardo di conoscenza fra i professionisti o da una domanda di mercato ancora debole.

L'indagine è stata oggetto di un workshop europeo le cui conclusioni sono state pubblicate nel novembre scorso dalla FNOVI.

Le competenze del veterinario italiano

Un nuovo decreto legislativo¹² in vigore dal mese di febbraio 2016 adegua la professione del veterinario italiano a quella dei colleghi in Europa.

Il medico veterinario è il professionista in possesso di un titolo di formazione accademica conseguito al termine di un preciso percorso di studi. Accanto alle materie del percorso universitario, di base e specifiche, il nuovo decreto legislativo 15/2016 aggiorna le competenze, le conoscenze e le abilità del professionista una volta laureato e iscritto all'Ordine professionale.

Il diploma di laurea in medicina veterinaria si consegue a seguito di un corso di studi universitari teorici e pratici, della durata minima di cinque anni, svolti a tempo pieno, "che possono essere in aggiunta anche espressi in crediti ECTS equivalenti," effettuati presso un'università o sotto il controllo di un'università. Con il decreto 15/2016, si riconoscono i crediti ECTS ai fini del conseguimento della laurea in medicina veterinaria.

Il medico veterinario avrà acquisito, al termine del suo percorso formativo, nuove approfondite competenze¹³ che garantiscono le seguenti conoscenze e abilità:

- adeguate conoscenze delle scienze sulle quali si fondano le attività di medico veterinario e della pertinente legislazione dell'Unione;
- adeguate conoscenze dell'anatomia, delle funzioni, del comportamento e delle esigenze fisiologiche degli animali, nonché delle abilità e competenze richieste per il loro allevamento, la loro alimentazione, il loro benessere, la loro riproduzione e la loro igiene in generale;

¹⁰ <http://www.fve.org/>

¹¹ <http://www.anmvioggi.it/in-evidenza/62995-italian-vets-i-piu-numerosi-e-insoddisfatti-d-europa.html>

¹² DECRETO LEGISLATIVO 28 gennaio 2016, n. 15 Attuazione della [direttiva 2013/55/UE](#) del Parlamento europeo e del Consiglio, recante modifica della [direttiva 2005/36/CE](#), relativa al riconoscimento delle qualifiche professionali e del [regolamento \(UE\) n. 1024/2012](#), relativo alla cooperazione amministrativa attraverso il sistema di informazione del mercato interno («Regolamento IMI»). (GU Serie Generale n.32 del 9-2-2016)

¹³ (art. 34 del decreto legislativo 15/2016)- La formazione del medico veterinario <http://www.anmvioggi.it/in-evidenza/63081-ecco-la-nuova-formazione-del-medico-veterinario.html>

AREA SALUTE PET

- abilità e competenze cliniche, epidemiologiche e analitiche necessarie ai fini della prevenzione, della diagnosi e delle terapie delle malattie degli animali, compresa anestesia, chirurgia asettica e morte senza dolore, sia individualmente che collettivamente, nonché una conoscenza specifica delle malattie trasmissibili all'uomo;
- conoscenze, abilità e competenze necessarie all'utilizzo responsabile e ragionato dei prodotti medicinali veterinari, al fine di trattare e assicurare la sicurezza della catena alimentare e la protezione dell'ambiente;
- adeguate conoscenze, abilità e competenze della medicina preventiva, tra cui competenze in materia di indagini e certificazione;
- adeguate conoscenze dell'igiene e della tecnologia per ottenere, fabbricare e immettere in commercio i mangimi animali o i prodotti alimentari di origine animale destinati al consumo umano, incluse le abilità e competenze necessarie alla comprensione e spiegazione delle buone prassi in materia.

Veterinari per animali esotici

Non solo cani e gatti

Nelle case degli italiani sono ospitati anche conigli, furetti, altri piccoli mammiferi, rettili e uccelli. I veterinari specializzati in animali esotici in Italia sono 650¹⁴; nel 2005 gli ambulatori specializzati erano il 15,9%, oggi sono il 24,5%. Sempre più veterinari per animali da compagnia mostrano interesse per gli aggiornamenti specifici per la cura per animali esotici.

Sono soprattutto i proprietari di conigli a rivolgersi ai veterinari per animali da compagnia (per cani e gatti), i quali frequentano corsi e seminari di aggiornamento organizzati dalla Sivaie, l'associazione italiana professionale per animali esotici dedita al progresso della medicina e chirurgia degli animali esotici e dei pet non convenzionali e all'educazione continua dei suoi soci.

¹⁴ Fonte SIVAE, ANMVI

AREA SALUTE PET

I veterinari italiani si fidano del pet food: la nuova ricerca ANMVI - SIANA

Un'indagine realizzata da ANMVI¹⁵ e SIANA¹⁶ nel 2015 conferma che i veterinari italiani si fidano degli alimenti industriali per nutrire gli animali da compagnia. Il pet food è considerato sicuro, senza dubbi migliore dell'alimentazione casalinga, poiché è completo dal punto di vista nutrizionale.

Secondo i veterinari, inoltre, l'allungamento della durata della vita media dei cani e gatti verificatosi negli ultimi anni è imputabile anche al pet food.

Nell'ordine, le ragioni per cui, secondo i veterinari, l'aspettativa di vita dei cani e dei gatti è pressoché raddoppiata rispetto agli anni 70/80 sono:

- migliori condizioni di vita;
- migliori cure veterinarie;
- il ruolo del pet food nella vita quotidiana dei pet.

Ovviamente, l'alimentazione è anche parte fondamentale del miglioramento delle condizioni di vita dei nostri pet.

Il profilo dei veterinari italiani

Il veterinario italiano è prevalentemente donna, residente in area urbana, con diploma di liceo classico o scientifico, è tendenzialmente "animalista", vegetariano o vegano e ha scelto il corso di laurea in medicina veterinaria perché "ama gli animali".

Una ricerca simile era stata promossa da SCIVAC¹⁷ ai Medici Veterinari italiani nel 2005. Da allora la professione veterinaria è cambiata, soprattutto in termini di preparazione e specializzazione. La stessa facoltà di Medicina Veterinaria in Italia è differente rispetto a 10 anni fa, si è evoluta qualitativamente ed è sempre più orientata verso gli animali da compagnia.

Nel 2005 erano stati compilati 738 questionari, nel 2015 hanno aderito 2239 veterinari, dei quali 587 hanno risposto online. Con sede di lavoro al Nord per il 43%; al Centro per il 33% e al Sud per il 24%, risulta che il 40% dei veterinari si è laureato dopo il 2001; circa il 20% ha invece ottenuto la laurea dopo il 2011.

Ripartizione geografica del campione			
Sede di lavoro			
Nord	Centro	Sud	Totale
934	720	530	2184
42,78%	32,96%	24,26%	100%

Tabella 1

Anno laurea					
1970 - 1980	1981 - 1990	1991 - 2000	2001 - 2010	2011 - 2015	Totale
22	172	259	438	230	1121
1,96%	15,34%	23,10%	39,07%	20,53%	100%

¹⁵ Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani

¹⁶ Società Italiana di Alimentazione e Nutrizione Animale

¹⁷ Società Culturale Italiana Veterinari per Animali da Compagnia

AREA SALUTE PET

I veterinari italiani sono attenti alle caratteristiche dei prodotti

Il sostegno al pet food è più consapevole, scientificamente motivato.

La nuova generazione di medici veterinari è estremamente attenta all'alimentazione dei pet, alla scelta delle materie prime e ai processi produttivi ed è a favore del pet food verso cui mostra una forte fiducia, supportata da un'approfondita informazione scientifica e da valutazioni chiare e documentate. Rispetto ai veterinari della generazione precedente, che nel pet food identificano la comodità di gestione e somministrazione, oltre alla convinzione nella qualità e completezza nutrizionale, i nuovi veterinari sono molto più attenti alle caratteristiche del prodotto che possono garantire ai pet un ottimo livello di salute e benessere, una vita più lunga e migliore perché sana.

Secondo il 62% dei veterinari italiani le materie prime utilizzate per produrre il pet food sono sicure; ciò che eventualmente può pregiudicare la sicurezza sanitaria è la modalità di conservazione. Gli alimenti più sicuri per i medici veterinari sono quelli più controllati con ingredienti di origine animale, additivi nutrizionali e cereali.

Indicando prevalentemente i punteggi positivi¹⁸ da 3 a 5, la maggioranza dei veterinari ritiene il pet food migliore affermando che "gli alimenti preconfezionati conferiscono maggior completezza nutrizionale rispetto alle preparazioni casalinghe (85%) e al mix fra i due (80%)". In presenza di patologie specifiche il pet food è preferibile e consigliato dal 96% dei veterinari.

Tabella 2 – Alimenti preconfezionati conferiscono maggior completezza nutrizionale rispetto a...

	Punteggio indagine conoscitiva					Totale
	1	2	3	4	5	
Preparazioni casalinghe	7,35%	7,63%	15,75%	27,53%	41,74%	2190
Mix tra prepar. casalinghe e alim. industriali	6,42%	13,32%	30,55%	29,87%	19,84%	2072

Quali errori commettono i proprietari

La ricerca ha indagato inoltre alcuni errori in cui incorrono i proprietari secondo i veterinari. È emerso che vengono spesso somministrate quantità di cibo improprie e che la scelta e la combinazione di materie prime delle preparazioni casalinghe non è corretta né bilanciata come dovrebbe.

Tabella 5 – Quali sono gli errori alimentari in cui incorrono i clienti

	Punteggio indagine conoscitiva					Totale
	1	2	3	4	5	
Scelta errata mat. prime per prep. casalinghe	8,36%	14,32%	21,38%	25,24%	30,70%	1997
Combinaz. non bilanciata di mat. prime	3,20%	4,27%	10,91%	28,71%	52,91%	2062
Alimenti reperibili in tutti i canali di vendita	4,68%	9,97%	29,15%	26,21%	30,00%	2007
Somministrazione qt. improprie di cibo	2,31%	3,83%	12,56%	34,48%	46,81%	2117
Mix tra prep. casalinghe e alimenti industr.	5,97%	20,15%	30,33%	24,46%	19,09%	1975
Somminist. scorretta alimenti complementari	5,74%	11,17%	27,36%	26,09%	29,64%	1970

Conclusioni della ricerca

Nel 2015 il veterinario raccomanda preferibilmente il pet food. Gli alimenti secchi e umidi per cani e per gatti risultano migliori dal punto di vista qualitativo. Ciò che più ha influenzato l'evoluzione della professione veterinaria negli ultimi anni è la divulgazione, molto più frequente rispetto a dieci o venti anni fa, dei risultati delle ricerche scientifiche in tema di alimentazione animale.

I proprietari necessitano il confronto con il veterinario per non commettere errori anche gravi nella scelta dell'alimentazione più adatta ai propri pet.

¹⁸ Domande a risposta multipla con possibilità di assegnare un punteggio da 1 a 5 in cui 1 e 2 sono punteggi bassi, 3 è sufficiente, 4 e 5 sono alti

SALUTE E BENESSERE DEGLI ANIMALI DA COMPAGNIA**Di cosa ha bisogno un pet?**

La rete offre numerosi spunti ai proprietari di animali. Sono soprattutto Blogger appassionati di pet o community¹⁹ specializzate nel mondo animale, a riportare informazioni sugli obblighi dei proprietari, sulle voci di spesa e sui bisogni dei pet.

Le voci di spesa principali sono: veterinario e medicine; toelettatura; alimenti, accessori; viaggi; l'educazione con esperto comportamentale o addestramento a specifiche discipline, vari extra.

Si parte dalla scelta del pet. Si può acquistare da un allevatore oppure, soprattutto cani e gatti adottare gratuitamente da un rifugio o da un privato. Non sempre la seconda scelta è più economica, in quanto l'allevatore ha maggiormente sotto controllo la salute dei cuccioli e provvede alle primissime vaccinazioni. Chi acquista un gatto o un cane di razza deve richiedere il Pedigree.

Le spese veterinarie possono quindi subire variazioni proprio in base alla salute generale del cucciolo e alle cure che gli sono state prestate nei suoi primissimi giorni di vita. Le visite di controllo periodiche, negli anni, non vanno mai saltate perché possono contribuire ad escludere patologie che solo se prese per tempo, non diventeranno mai croniche o serie.

In generale, per animali da compagnia e animali esotici si può ipotizzare una spesa annuale per almeno due visite di controllo e rinnovo dei vaccini.

La toelettatura ha costi variabili, ma è certo che, se in molti casi è possibile il "fai-da-te", per un cane oppure un gatto dal pelo lungo non può essere evitata troppo tempo. Si può arrivare a prevedere sedute mensili affinché cute e pelo siano sani.

La voce che ha di sicuro maggiori variabili legate alle esigenze dell'animale, al gusto personale, alla taglia, allo stile di vita, all'età, è l'alimentazione, per cui è difficile fare previsioni di spesa.

Per gli accessori è, invece variabile la durata: per il cane adulto un buon collare e un guinzaglio entrambi idonei per la sua taglia e la sua forza, da utilizzare per le passeggiate quotidiane, potranno durare uno o più anni.

Per tutti i pet di casa cuccia e ciotole possono durare qualche anno. Spesso i cani si affezionano, ma è bene sostituirle se consumate o danneggiate, così come cuccette e cuscini che possono deteriorarsi in seguito ai lavaggi e all'usura.

Prima di partire con il proprio pet, è bene informarsi, perché su alcuni mezzi pubblici il biglietto va acquistato anche per il cane che non occupa un posto.

Per un breve soggiorno si può decidere di affidare il pet a una delle numerose pensioni oggi disponibili che offrono servizio completo. Chi non riesce a separarsi mai dall'amico quattrozampe, troverà nella maggior parte degli alberghi pet friendly una tariffa fissa che riguarda le pulizie finali ma, nella maggior parte dei casi il soggiorno dell'animale sarà gratuito assieme al proprietario.

Quanto costa mantenere un cane e un gatto? Eurispes stima quasi 1,60€ al giorno

Secondo i dati Eurispes 2016, il 36,6% dei proprietari non spende più di € 50 al mese per mantenere il proprio pet. Il 35% spende meno di € 30 al mese. Il 19% spende invece fino a € 100. Meno del 10% spende oltre i € 100.

I costi includono alimentazione, cura, toelettatura, accessori vari, servizi per animali.

**Cos'è
necessario per
garantire il
benessere dei
pet**

¹⁹ www.petsblog.it; www.deabyday.tv

AREA SALUTE PET

Nello specifico, per la toelettatura, oltre il 65% dei proprietari dichiara di spendere circa € 30 all'anno.

Per le spese mediche e i farmaci, invece, dichiara di spendere meno di € 30 il 38% dei proprietari; il 24,1% afferma di spendere meno di € 50 l'anno, mentre il 18,4% spende fino a € 100.

Il restante 20% circa dei proprietari è invece più propenso a una spesa maggiore, dai € 200 a oltre € 300 l'anno per spese mediche e sanitarie.

Per accessori e giochi (abbigliamento, collari, ossi, palline ecc) la maggior parte dei proprietari spende almeno € 30, il 76,7% dei proprietari; il 13,2% ne spende almeno € 50, dichiara invece una maggiore propensione alla spesa fino a € 100 e oltre i € 300 il restante 10% dei proprietari.

L'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (ANMVI) ha stimato le voci di spesa essenziali

Le spese essenziali

Considerata "l'economia della proprietà responsabile", l'accresciuta consapevolezza socio-sanitaria della relazione animali-persone e l'aumento delle conoscenze scientifiche sulla qualità di vita dei pet, anche ANMVI ha stimato le voci di spesa indispensabili, o meglio "essenziali" per mantenere il cane o il gatto di famiglia in condizioni ottimali di salute e di benessere e garantire loro una qualità di vita ottimale.

Le spese riguardano l'alimentazione, la prevenzione e le visite veterinarie.

Le stime sono mensili e annuali e naturalmente destinate ad aumentare in mancanza di fattori determinanti quali la prevenzione e l'accudimento costante. Potrebbero, al contrario, calare se la cura degli animali da compagnia non fosse tassata come un lusso.

Ci sono, infatti, secondo ANMVI alcune variabili che possono incidere negativamente sull'impegno economico:

- *la fiscalità*. La più alta aliquota di Imposta sul Valore Aggiunto (IVA) storicamente mai applicata. Incide per il 22% (dal 1° ottobre 2013) sulle spese per alimenti e cure veterinarie; le detrazioni fiscali sulle cure veterinarie non sono mai state adeguate dopo l'introduzione dell'euro (anno 2002) e si attestano sui 4 euro al mese;

- *i comportamenti*. La spesa media è calcolata tenendo conto delle prestazioni veterinarie di base, prevenzione e accudimento costante.

Seguendo i consigli del medico veterinario per quando concerne abitudini alimentari, prevenzione e stili di vita appropriati, è possibile salvaguardare la salute degli amici animali, monitorando l'insorgenza di potenziali patologie gravi ed evitando, così, ricadute economiche.

VOCI DI SPESA	€ AL MESE*	€ ALL'ANNO*
Alimentazione gatto - dieta normale	22 €	265€
Spese veterinarie gatto		
Visita annuale - Vaccini - Farmaci Veterinari	4,16 €	50 €

AREA SALUTE PET

ALIMENTAZIONE CANE - DIETA NORMALE (variabile secondo il peso dell'animale)		
Animale sotto i 20 kg (taglia medio - piccola)	30€ (media tra 23€ taglia piccola e 37€ di taglia media)	360€
Animale oltre i 20 kg (taglia grande)	48€	575€
SPESE VETERINARIE CANE** (indipendenti dal peso dell'animale)		TOTALE: circa 210 €
2 visite l'anno	17,5 €	60 €
Vaccini		60 € (valore ridotto se abbinato alle visite)
Antiparassitari		60 €
Farmaci Veterinari		30 €

*Valori comprensivi di IVA al 22%

** Non si è volutamente menzionato il costo per microchippatura e registrazione in anagrafe canina (obbligo di legge)

ANMVI ritiene che negli ultimi dieci anni, pur essendo aumentata la considerazione affettiva, sociale e giuridica degli animali da compagnia, manchino adeguate politiche di sostegno e premianti (incentivi, agevolazioni) nei confronti dei proprietari/famiglie italiane.

Inoltre, pur essendosi accresciuta la propensione alla presenza di animali da compagnia nelle case e nei luoghi pubblici (cfr cultura pet friendly), deve ancora essere incoraggiata la sensibilità alla prevenzione delle patologie, attraverso comportamenti improntati a garantire al pet prospettive di prolungata speranza di vita in salute e benessere.

I pet sono importanti per la famiglia: si dovrebbero modificare le politiche fiscali per il mantenimento degli animali da compagnia

Per questo secondo la prima Associazione di Veterinari in Italia, è fondamentale correggere le politiche fiscali sul mantenimento degli animali da compagnia (riduzione dell'IVA in fascia agevolata), caratterizzate da:

- anti-eticità rispetto al valore che l'animale da compagnia ha assunto nelle famiglie italiane;
- anti- economicità rispetto alle tendenze socio-economiche (effetto inibente), alle esigenze di sanità pubblica (controllo delle zoonosi) e contenimento del fenomeno dell'abbandono/randagismo di ritorno.

Compromettere i fondamentali di spesa, senza una riduzione della pressione fiscale e senza un'adeguata osservanza dei comportamenti qui suggeriti può avere effetti incontrollati sulla tutela degli animali da compagnia e sull'economia familiare.

Le spese veterinarie sono detraibili

Le spese veterinarie sostenute nel 2016 per i propri animali domestici, potranno essere detratte sul modello 730 o sul modello Unico. I proprietari di gatti, cani, furetti e altri piccoli animali potranno infatti detrarre le spese per il veterinario sostenute per le loro cure.

La detrazione consiste in uno sconto Irpef, ossia una riduzione delle tasse da pagare. Tali oneri andranno segnalati sul modello 730 o nel modello Unico. Per aver diritto alla detrazione si deve sostenere una spesa compresa tra €129,11 e € 387,40.

La detrazione del 19% si calcola sulle spese veterinarie che eccedono la franchigia.

Per ottenerla, i proprietari di cani devono dimostrare di essere legalmente proprietari e quindi di averli iscritti all'anagrafe territoriale, obbligo che non esiste per gatti e furetti. Per questi è possibile richiedere all'Asl di competenza un pet passport, documento ufficiale dell'animale.

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.