



ASSALCO

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



ZOOMARK
INTERNATIONAL

an event by

Bologna
Fiere Group



XVI edizione RAPPORTO ASSALCO – ZOOMARK 2023

Alimentazione e cura degli animali da compagnia
Italiani e animali da compagnia: una relazione di valore

con il contributo di



Circana.

ANMVI
ASSOCIAZIONE NAZIONALE MEDICI VETERINARI ITALIANI



Indice

AREA MERCATO	5
INFOGRAFICA PET: POPOLAZIONE E MERCATO	7
AREA SOCIALE	13
LA POPOLAZIONE PET IN ITALIA	15
FENOMENI DI CONSUMO NEL MONDO DELLA NUTRIZIONE PET RACCONTATI DALLE ETICHETTE DEI PRODOTTI	16
Una conferma.....	16
Rich in	16
Free from	18
Italianità.....	19
Il tema della Sostenibilità nel mondo alimentare pet.....	20
I CRITERI PER LA SCELTA DEL PET FOOD: FELICITA' DEL PET E ATTENZIONE AL SUO BENESSERE.....	22
Innovazione: le opinioni dei consumatori.....	22
L'impatto dell'inflazione sullo shopping pet care.....	22
Per il retail diversi servizi dal grande potenziale.....	23
LA RELAZIONE UOMO-PET: UN RAPPORTO CENTRALE NELLA SOCIETA' POST COVID	24
L'essere umano non basta a sé stesso.....	24
Partire dai bambini per realizzare una corretta relazione uomo-animale.....	24
La salute degli anziani: sempre più interconnessa con i pet	25
PET IN SOCIETÀ: L'EVOLUZIONE ISTITUZIONALE E I TRAGUARDI FUTURI	26
Obiettivo: da cose a esseri senzienti	26
L'Intergruppo parlamentare per i diritti degli animali e la tutela dell'ambiente.....	26
IVA: tante forze al lavoro per aiutare le famiglie che vivono con un pet.....	27
Ulteriori campagne delle Associazioni Animaliste	28
L'IMPORTANZA DEL PET CARE	29
Prodotti tecnologici	30
Non solo accessori – lo sviluppo delle assicurazioni per animali da compagnia.....	31
AREA SALUTE	33
LA SICUREZZA DEL PET FOOD: UN IMPEGNO PER TUTTA LA FILIERA	35
IL SETTORE VETERINARIO	36
Una congiuntura tra espansione e inflazione	36
Gli animali da compagnia.....	37
Il volume d'affari e i redditi.....	38
I numeri della spesa veterinaria	38
Una libera professione	39
Le strutture veterinarie.....	39
Gli animali, la Costituzione e il Fisco	41



AREA MERCATO



RAPPORTO ASSALCO - ZOOMARK 2023

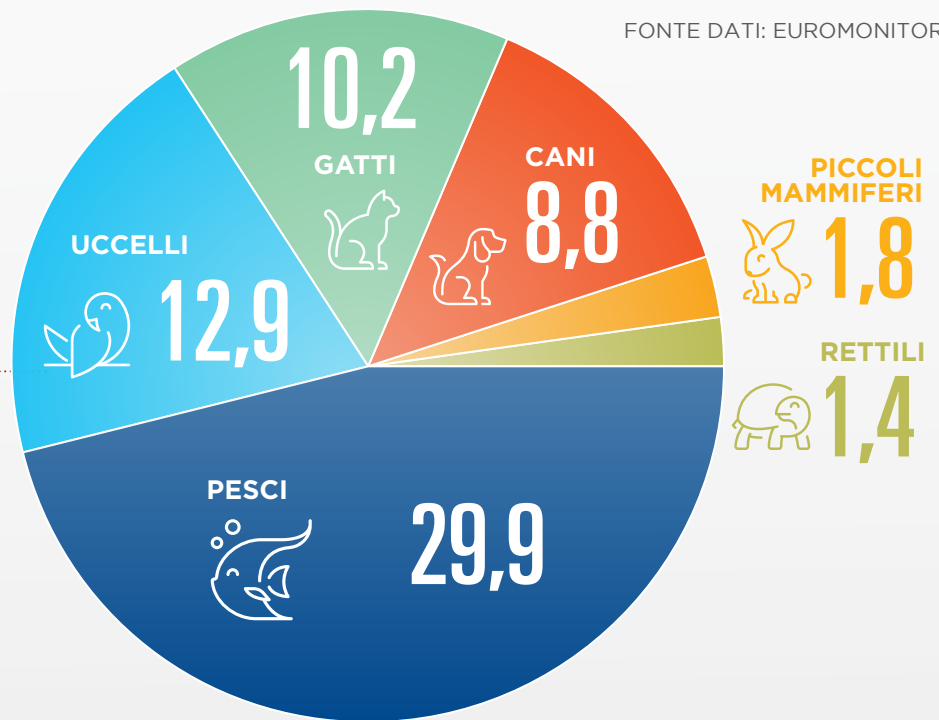
PET: POPOLAZIONE E MERCATO

I VALORI SONO ESPRESSE
IN MILIONI DI EURO

POPOLAZIONE PET IN ITALIA NEL 2022

65
MILIONI

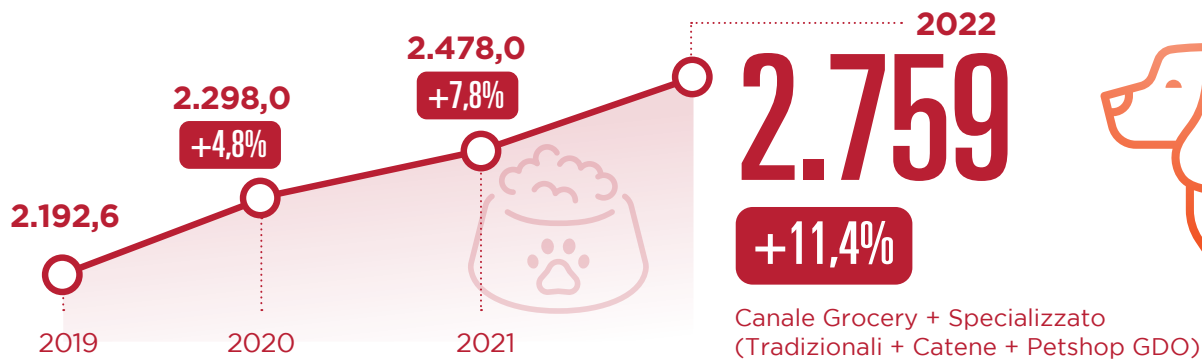
FONTI DATI: EUROMONITOR



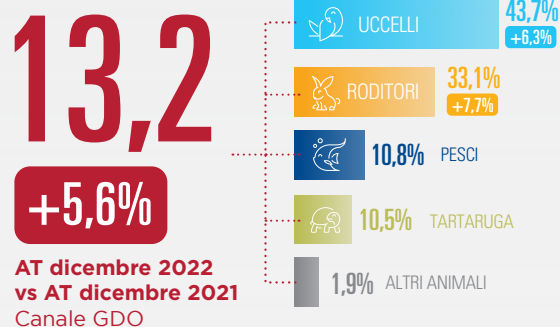
MERCATO IN ITALIA NEL 2022

ALIMENTAZIONE CANE E GATTO

FONTI DATI: CIRCANA

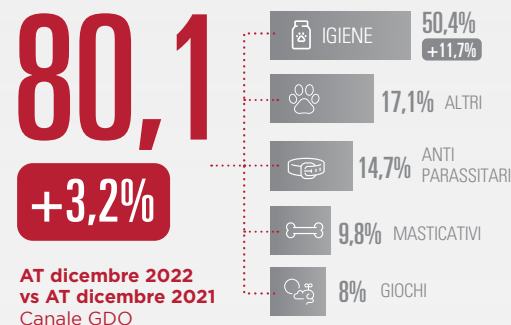


ALIMENTI PER PICCOLI ANIMALI DA COMPAGNIA

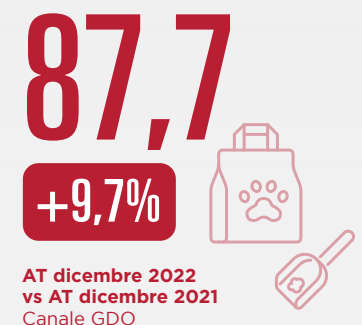


ACCESSORI

ESCLUSE LE LETTERIE PER GATTO



LETTIERE PER GATTO



Note infografica Pet: popolazione e mercato

GDO: Ipermercati + Supermercati + LSP
Grocery: GDO + Discount + dettaglio tradizionale

Panel Circana: rappresentativo di l'Isola dei Tesori, Maxi Zoo, Croce Azzurra, Italpet, Zoo Megastore, Agrizo2. Leader panel di 106 punti vendita con insegna Amici di Casa Coop, Petstore Conad, Animali Che Passione, Joe Zampetti, Pet Elite e Ayoka (Vegè Multicedi).

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

ZOOMARK

An event by
Bologna
Fiere Group

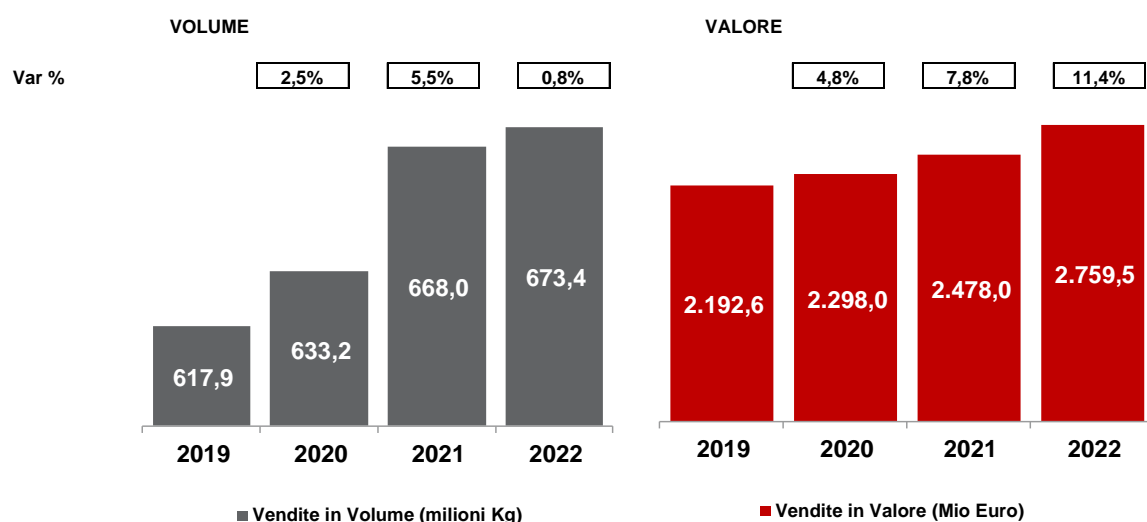


IL MERCATO DEGLI ALIMENTI E DEI PRODOTTI PER GLI ANIMALI DA COMPAGNIA: DIMENSIONI E TREND DEI PRINCIPALI SEGMENTI¹

Nel 2022 il mercato del Largo Consumo Confezionato ha affrontato il secondo shock epocale in tre anni: dopo la pandemia da Covid 19, il mercato retail di beni di prima necessità ha registrato un livello di inflazione inedito che ha toccato punte del +14% nell'ultima parte dell'anno.

Nonostante la spinta inflattiva - inflazione media dell'offerta nel 2022+7,9%² - il totale comparto Largo Consumo ha reagito bene riuscendo a salvaguardare i volumi, infatti il 2022 si è chiuso con un trend moderatamente negativo (-0,3%) e una crescita del fatturato del 7,2%³.

Passiamo dunque a vedere che cosa è successo al mercato Pet food e del Pet care in un anno di ulteriore discontinuità.



Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Circana - 52 settimane al 1 gennaio 2023

Nel 2022⁴, il mercato dei prodotti per l'**alimentazione dei cani e gatti** in Italia - canale Grocery e canale Specializzato composto da Petshop Tradizionali, Catene Petshop e Petshop GDO - ha sviluppato un **giro d'affari di 2.759,5 milioni di euro** per un totale di **673.449 tonnellate vendute**. Anche il mercato degli alimenti dei cani e dei gatti, alla stregua della maggior parte delle categorie del Largo Consumo Confezionato è stata oggetto, nel corso del 2022, di un'importante dinamica inflattiva che ha generato un **incremento di fatturato** pari al **+11,4%** e un sensibile rallentamento – rispetto al trend degli ultimi 2 anni - della crescita delle vendite in **volume** che è stata pari al **+0,8%**.

Alimenti per cani e gatti: crescita del fatturato (+11,4%) e moderata crescita dei volumi (+0,8)

Infatti, osservando gli ultimi 15 anni, il mercato del Pet food ha generato un progressivo aumento di fatturato mediamente superiore alla crescita dei volumi (tasso di crescita medio annuo delle vendite a valore del +5,7% vs +3,1% in volume nel periodo 2007-2021). Il trend è spiegato principalmente dalla crescente attenzione da parte dei proprietari di cani e gatti per un'alimentazione dei pet attenta al loro benessere e il costante investimento da parte dell'industria in ricerca e sviluppo di prodotti ad elevato

¹ I dati di Alimenti per Cane e Gatto sono relativi a Grocery + Canale Specializzato. Grocery: Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio Piccolo fino a 100mq, Discount e Negozi Tradizionali; Canale Specializzato: Petshop Tradizionali, Catene Petshop e Petshop GDO.

I dati di Alimenti Altri Animali, Lettiere per Gatto e Accessori sono relativi al canale GDO (Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio Piccolo fino a 100mq).

² Circana Osservatorio Prezzi®: Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Specialisti Casa e Persona e Discount

³ Circana Liquid Data™: Largo Consumo Confezionato - Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio-Piccolo, Specialisti Casa e Persona, Discount, Tradizionali e Generalisti On Line; Volumi = Valori a prezzi costanti; Var % Vendite in Valore verso periodo corrispondente

⁴ Anno terminante il 1° gennaio 2023

valore aggiunto.

Concludendo, nel 2022 il Petfood si conferma resiliente: di fronte ad un'elevata inflazione dell'offerta, ancora una volta gli acquirenti hanno assorbito gli aumenti di prezzo salvaguardando le quantità acquistate che hanno fatto registrare una crescita moderata rispetto ad un 2021 di forte crescita.

Nel 2022, tutti i principali segmenti degli alimenti per cani e gatti mostrano tendenze a valore positive rispetto allo scorso anno.

Tot Grocery+Canale Specializzato	Vend. Valore (mio Euro)	% Quota Valore	Var %
Tot. Alimenti Cane e Gatto	2.759,5	100	11,4
Gatto	1.484,4	53,8	11,9
Umido Gatto	918,6	33,3	11,7
Secco Gatto	485,3	17,6	11,4
Snack Gatto	80,6	2,9	18,6
Cane	1.275,1	46,2	10,7
Umido Cane	414,5	15,0	11,6
Secco Cane	647,8	23,5	10,0
Snack Cane	212,8	7,7	11,4

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Circana - 52 settimane al 1 gennaio 2023

Il **segmento degli alimenti umidi** si conferma il **più importante**: registra 1.333,1 milioni di euro circa che equivalgono al 48,4% di quota sul totale mercato.

Nel 2022, si assiste ad una **crescita** degli **alimenti umidi** con un incremento di fatturato pari al +11,6% (stabili in volume).

Gli alimenti umidi si confermano il segmento che pesa di più sul totale mercato

Il canale **Grocery**, che ha veicolato complessivamente il 68,1% del fatturato (umidi gatto 68,3% e umidi cane 67,8%), ha sviluppato una **crescita di fatturato** pari al +13,3% e una lieve **flessione delle vendite in volume** -0,4%.

All'interno degli umidi, il segmento principale, **l'umido gatto** (33,3% del valore degli alimenti per cane e gatto) mostra nel Grocery una crescita del fatturato di +12,5% (-1,6% a volume) e nei **Petshop Tradizionali** una **crescita del +3,5%** (stabili in volume) mentre **l'umido cane** (15% del fatturato complessivo) mostra una crescita di 15% (+1 % a volume) nel Grocery e una **flessione di -2,9% (-8,1% a volume) nei Petshop Tradizionali**. Nelle **Catene Petshop** e nei **Petshop GDO** entrambi i segmenti sono in **crescita**. Nelle Catene Petshop gli alimenti umidi gatto hanno sviluppato una crescita del +15,6% a valore e +7,8% a volume e gli alimenti umidi cane del +14,3% a valore e +5% a volume. Crescita consistente nei Petshop GDO: gli alimenti umidi gatto +41,8% in valore e +33,6% in volume e gli alimenti secchi per gatti +37,9% in valore e +28,2% in volume.

Il segmento degli **alimenti secchi** ha raggiunto 1.133 milioni di euro (+10,5% in valore e +1,4% in volume verso l'anno precedente) e detiene il 41,1% di quota, composta per il 23,5% dal secco cane e per il 17,6% dal secco gatto.

Nel 2022 il **Grocery** che sviluppa il 45,6% delle vendite complessive mostra una **crescita** a valore del **secco gatto** del +14,4% (+1,2% a volume) e del **secco cane** del +19% (+1,4% a volume); nel canale specializzato si riscontra lo scenario seguente: nei **Petshop Tradizionali** il **secco gatto** ha sviluppato una **crescita** di +1,4% a valore (-2,2% a volume) e il **secco cane** di +0,5% in valore (-3,2% in volume); le **Catene** si confermano ancora **dinamiche** (secco cane +13,5% a valore e +7% a volume; secco gatto

+12,7% a valore e +5,6% a volume), **tassi di crescita a due cifre** sia in valore che in volume per i **Petshop GDO** (secco cane +35,4% a valore e +29,6% a volume; secco gatto +38,1% a valore e +34,1% a volume).

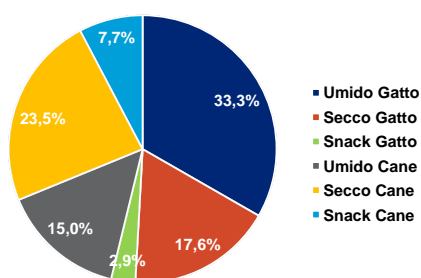
In termini di canalizzazione, a differenza dell'umido che vede un'incidenza del Grocery sulle vendite allineata per il cane e il gatto, il secco cane sviluppa la maggior parte delle sue vendite nel Petshop Tradizionale (42,2%) mentre il secco gatto nel Grocery (60,7%).

Gli **snack** funzionali e fuoripasto (spuntini con obiettivi funzionali, ad esempio per favorire l'igiene orale, o a caratterizzazione gastronomica, solitamente somministrati come ricompensa/premio o più semplicemente per tenere occupato l'animale per es. nella masticazione) continuano a mostrare dinamiche positive (+13,3% in valore e +3,2% in volume).

Nel Grocery gli snack gatti crescono a valore del 18,3% (+10,9% in volume) e gli snack cani del 8,3% (-0,5% in volume); nelle Catene Petshop gli snack per cani crescono del 8,1% (+0,8% in volume) e gli snack gatti del 10% (+5,7% in volume). Nei Petshop Tradizionali gli snack cane mostrano crescita del +24,3% (+21,4% in volume) e gli snack gatto crescono del +26,3% (+26,1% in volume).

Crescita a doppia cifra anche nei Petshop GDO: snack cane +34,2% (+27,7% in volume) e snack gatto +46,1% (+43,3% in volume).

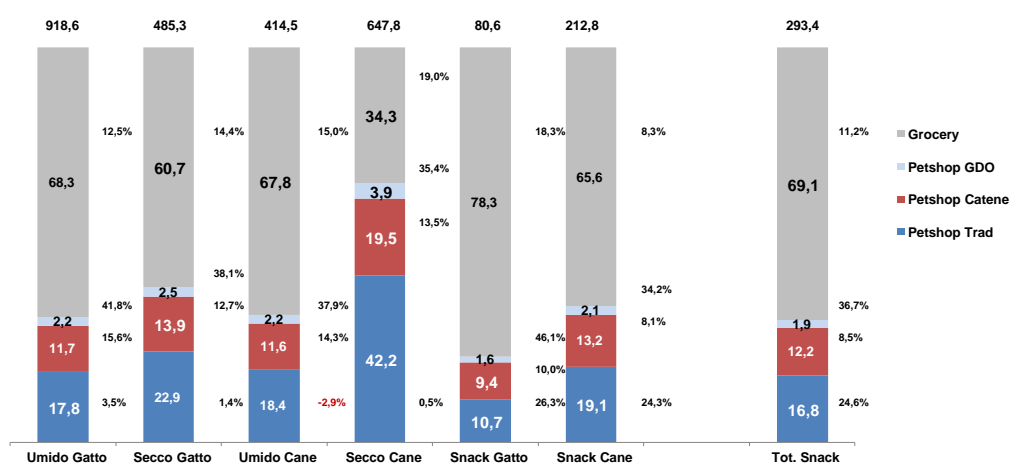
Composizione del mercato degli alimenti per cani e gatti



Quota Valore	
Alimenti Gatto	53,8%
Alimenti Cane	46,2%

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Circana - 52 settimane al 1 gennaio 2023 – dati a valore

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



Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Circana - 52 settimane al 1 gennaio 2023- dati a valore

GDO (Iper+Super+Lsp)	Vend. Valore (mio Euro)	Var %
Alimenti Altri Animali	13,2	5,6
Accessori Animali	80,1	3,2
Lettiere Gatto	87,7	9,7

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Circana - 52 settimane al 1 gennaio 2023

Per quanto riguarda le altre categorie oggetto d'indagine (alimenti per altri animali, accessori animali e lettieri), rilevate nella sola GDO⁵, gli **alimenti per altri animali** mostrano un incremento del +5,6% a valore.

In GDO, anche il mercato degli **accessori** (prodotti per l'igiene, antiparassitari, giochi, guinzagli, cucce, ciotole, gabbie, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia) si conferma in crescita di +3,2% rispetto allo scorso anno.

Si conferma il **trend positivo** degli ultimi anni delle **lettieri per gatti**: nel 2022 nel canale GDO hanno sviluppato una crescita di fatturato del +9,7%.

⁵ Ipermercati, supermercati e LSP (libero servizio piccolo 100-399mq)

AREA SOCIALE



LA POPOLAZIONE PET IN ITALIA

Nel 2022, si assiste ad una sostanziale **stabilità** del numero di animali da compagnia presenti nelle case degli italiani. Euromonitor ha stimato la loro presenza in **64,95 milioni di esemplari**.

Quasi **19 milioni** sono i **cani e i gatti**, con questi ultimi che sono ormai stabilmente più di 10 milioni. Gli acquari delle famiglie italiane sono popolati da quasi **30 milioni di pesci**.

Quasi 65 milioni di pet in Italia nel 2022

Euromonitor ha stimato, inoltre, **12,88 milioni di uccelli ornamentali**, mentre i **piccoli mammiferi** e i **rettili** sono stimati rispettivamente in **1,8 e 1,4 milioni di esemplari**.

	Esemplari stimati – 2022 (milioni)
Cani	8,76
Gatti	10,23
Pesci	29,9
Uccelli ornamentali	12,88
Piccoli mammiferi	1,82
Rettili	1,37
Totale Popolazione Pet	64,95

Rapporto Assalco – Zoomark 2023 - Fonte: Euromonitor

Si prevede che presto le stime possano essere affiancate da dati più puntuali, registrati tramite il Sistema informativo Nazionale degli Animali da Compagnia (SINAC), ovvero l'evoluzione della precedente Anagrafe degli animali d'Affezione gestita a livello regionale. Il SINAC registrerà le informazioni riguardanti tutti gli animali da compagnia secondo modalità definite da un manuale operativo a cura del Ministero della Salute, la cui pubblicazione è prevista nel corso del 2023.

Cresce tra gli italiani la propensione ad avere un pet

Dal rapporto Eurispes 2022⁶ risulta che la pandemia ha chiaramente inciso sulla propensione degli italiani all'adozione di un animale da compagnia. Il 37,7% degli italiani dai 18 anni in su dichiara infatti di avere un animale in famiglia, sancendo un dato significativo, se si fa un semplice raffronto con i risultati ottenuti dallo stesso sondaggio in anni recenti: 2018 (32,4%) e 2019 (33,6%). Dal 2015 al 2022 il dato relativo a coloro che hanno deciso di accogliere in casa più di un animale risulta quasi raddoppiato: 9,9% del 2015 contro il 17,2% del 2022.

Dal 2015 al 2022 le persone che hanno adottato più di un animale sono quasi raddoppiate

Dal sondaggio DOXA⁷ realizzato per ASSALCO nel 2022, si rileva che il 42% delle famiglie italiane è proprietario di uno o più animali da compagnia. Nel dettaglio, il 28% delle famiglie è proprietaria di almeno un cane e il 22% di almeno un gatto.

⁶ Eurispes RI2022, 34° Rapporto Italia

⁷ I dati sono stati raccolti mediante interviste online, ad un campione di 1.000 individui di 35-74 anni, selezionato da un panel proprietario di BVA-Doxa. La rilevazione è stata condotta nel periodo compreso tra il 4 e il 10 Aprile 2022.

FENOMENI DI CONSUMO NEL MONDO DELLA NUTRIZIONE PET RACCONTATI DALLE ETICHETTE DEI PRODOTTI⁸

La nascita di **Immagine**, il servizio web di digital brand content management di GS1 Italy Servizi, che consente di digitalizzare tutte le immagini dei prodotti e le informazioni presenti sulle loro etichette, ha permesso la realizzazione di una banca dati che oggi contiene le informazioni digitalizzate di oltre **133.000 prodotti di largo consumo** distribuiti in supermercati e ipermercati sul territorio italiano.

Le informazioni catturate in etichetta, **oltre 100 variabili**, includono: tabella nutrizionale, descrizione, certificazioni/loghi, allergeni, origine della materia prima, additivi, modalità di conservazione e conferimento del packaging, claim di marketing e tutto quanto disponibile in etichetta.

La lettura e l'analisi di queste informazioni, incrociate con i dati elaborati da NielsenIQ su venduto e consumo nella GDO, hanno dato vita **all'Osservatorio Immagine (osservatorioimmagine.it)**, lo studio semestrale di GS1 Italy che monitora **fenomeni di consumo nuovi e inesplorati** fino a oggi. Si scopre così qual è il consumo di prodotti free from e di quelli arricchiti, come evolvono il “senza glutine” o il “senza olio di palma”, come crescono l'universo veg e il biologico, qual è il profilo di consumo di chi è sensibile alle intolleranze alimentari o all'italianità dei prodotti.

Una conferma

Questo nuovo approccio ai fenomeni di consumo ha permesso di analizzare attraverso le stesse lenti di osservazione anche il mondo del pet food: nell'anno 2022 sono oltre 4.700 i prodotti rientrati in questa analisi.

Dall'analisi dei prodotti alimentari per animali attraverso i fenomeni rilevati per il consumo alimentare umano è emerso che accanto ad una maggiore attenzione per la propria salute e per la propria alimentazione da parte del pet owner si manifesta la stessa **attenzione nei confronti dell'alimentazione destinata al proprio animale da compagnia.**

Il pet owner manifesta la stessa attenzione per sé stesso e per il suo animale da compagnia quando si tratta di salute ed alimentazione

Tra tutti i fenomeni di consumo analizzati i trend più dinamici si legano ai fenomeni di rich in (ricco in), free from e italianità: in questi tre ambiti si sviluppa la maggior parte dell'offerta e della domanda di prodotti alimentari per animali, così come questi **tre “mondi”** si dimostrano i più ampi e dinamici per l'alimentazione umana.

I prodotti pet destinati all'alimentazione per cane e gatto rappresentano circa l'80% del totale dei prodotti monitorati e saranno la base delle successive analisi sui principali fenomeni di consumo analizzati.

Rich in

La maggior parte dei prodotti di questo ampio paniere rientra nella definizione del fenomeno “rich in” (ricco in), un insieme di prodotti che presentano in etichetta o sul packaging una serie piuttosto ampia di claim accomunati dalla presenza in assoluto o in forma maggiore di qualcosa. Ritroviamo in quest'aggregato, per esempio, “con vitamine”, “ricco di fibre”, “con Omega 3”, “integrale”, “ricco di ferro” e “fonte di calcio”.

Questo fenomeno, analizzato su una base di **oltre 1.800 prodotti** per la nutrizione cane + gatto, presenta un trend a valore di +6,7%, ma una flessione di -6,8% a volume. Dietro questi numeri ci sono però diversi claim che evidenziano andamenti differenti anche in relazione all'inflazione di prezzo rilevata nell'ultimo

⁸ Testo a cura di GS1 - A partire dall'introduzione rivoluzionaria del codice a barre nel 1973, l'organizzazione non profit GS1 sviluppa gli standard più utilizzati al mondo per la comunicazione tra imprese. In Italia, GS1 Italy riunisce 40 mila imprese dei settori largo consumo, sanitario, bancario, della pubblica amministrazione e della logistica. I sistemi standard GS1, i processi condivisi ECR e gli osservatori di ricerca che GS1 Italy mette a disposizione semplificano e accelerano il processo della trasformazione digitale delle imprese e della supply chain, perché permettono alle aziende di creare esperienze gratificanti per il consumatore, aumentare la trasparenza, ridurre i costi e fare scelte sostenibili.

anno.

I trend più dinamici risultano essere “prebiotici”, “ingredienti naturali” e “con minerali”, dove si leggono trend positivi sia a valore che a volume. Mentre due dei claim più presenti sui prodotti, “vitamine” (segnalato su 1.120 referenze) e “Omega 3-6” (586), subiscono un rallentamento importante delle vendite in volume.

Nutrizione cane+ gatto: principali indicatori per i claim del Rich in

	#Prodotti	Trend % a Valore	Trend % a Volume
Ricco in	1.804	6,7	-6,8
Vitamine	1.120	4,7	-10,9
Omega 3-6	586	0,9	-15,9
Proteine	749	15,3	5,1
Minerali	350	19,4	10,6
Ricchi in fibre	247	17,8	6,8
Prebiotici	212	32,0	17,4
Ingredienti naturali	87	26,6	16,8
Carne / pesce fresco	354	25,5	9,8

Rapporto Assalco – Zoomark 2023 - Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2023

Guardando nel dettaglio tra alimentazione **cane** e alimentazione **gatto**, è in quest’ultima fattispecie di prodotti che i due claim perdono vendite, mentre per quanto riguarda l’alimentazione cane, tutti i claim del “ricco in” risultano in crescita a valore e volume. Si conferma quindi un particolare interesse del consumatore verso prodotti con queste caratteristiche: “ingredienti naturali”, “prebiotici”, “minerali” e “proteine” sia per la nutrizione gatto sia per la nutrizione cane.

Nutrizione gatto: principali indicatori per i claim del Rich in

	#Prodotti	Trend % a Valore	Trend % a Volume
Ricco in	905	2,5	-13,4
Vitamine	582	-0,7	-20,1
Omega 3-6	327	-6,1	-26,5
Proteine	332	11,8	1,0
Minerali	195	17,8	10,2
Ricchi in fibre	143	21,0	9,3
Prebiotici	102	46,4	25,4
Ingredienti naturali	55	17,6	7,3
Carne / pesce fresco	161	29,4	13,2

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2023

Nutrizione cane: principali indicatori per i claim del Rich in

	#Prodotti	Trend % a Valore	Trend % a Volume
Ricco in	899	13,7	4,3
Vitamine	538	13,2	3,7
Omega 3-6	259	16,6	8,1
Proteine	417	20,0	10,4
Minerali	155	23,1	11,6
Ricchi in fibre	104	10,9	1,6
Prebiotici	110	19,3	10,2
Ingredienti naturali	32	55,4	46,9
Carne / pesce fresco	193	22,2	7,0

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2023

Free from

Il secondo paniere per numerosità è il free from, che include un insieme di prodotti che presentano in etichetta o sul packaging una serie piuttosto ampia di claim accomunati dalla minore presenza o assoluta assenza di qualcosa: ad esempio “pochi zuccheri”, “poche calorie”, “senza zucchero”, “senza olio di palma”, “senza grassi idrogenati”, “senza sale”, “senza aspartame”, “senza conservanti”, “senza OGM”. Anche questa famiglia, che **conta 1.708 prodotti**, risulta particolarmente dinamica, con risultati positivi anche in termini di maggiori volumi acquistati dal consumatore nell’anno 2022 rispetto al 2021, nonostante l’inflazione di prezzo. I claim particolarmente apprezzati sono stati “low calories”, “grain free/low grain” e “sugar free”.

Questi tre claim sono guidati nella loro crescita dai prodotti per l'alimentazione felina dove i trend di crescita sono addirittura maggiori, ma sono interessanti nelle loro dinamiche anche per la nutrizione del cane.

Nutrizione cane + gatto: principali indicatori per i claim del free from

	#Prodotti	Trend % a Valore	Trend % a Volume
Free from	1.708	15,1	2,0
Senza coloranti	1.346	15,1	1,6
Sugar free	400	17,8	11,4
Grain free / Low grain	324	23,3	12,7
Low calorie	47	32,1	25,1
Senza OGM	80	21,3	6,5

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2023

Nutrizione gatto: principali indicatori per i claim del free from

	#Prodotti	Trend % a Valore	Trend % a Volume
Free from	872	18,3	1,7
Senza coloranti	718	17,5	1,0
Sugar free	153	31,5	24,6
Grain free / Low grain	150	39,2	24,8
Low calorie	28	36,4	28,9
Senza OGM	35	15,7	1,1

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2023

Nutrizione cane: principali indicatori per i claim del free from

	#Prodotti	Trend % a Valore	Trend % a Volume
Free from	836	10,4	2,3
Senza coloranti	628	10,5	2,8
Sugar free	247	10,9	4,7
Grain free / Low grain	174	12,5	4,4
Low calorie	19	13,1	8,6
Senza OGM	45	26,1	11,1

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2023

Italianità

Nel paniere dei prodotti che ricadono nel fenomeno italianità, sono state considerate le caratteristiche rilevate in etichetta e sul packaging che riportano i claim “Made in Italy”, “prodotto in Italia”, “solo ingredienti italiani”, “100% italiano” o le indicazioni geografiche europee (come Igp, Dop, Docg e Doc), la bandiera italiana o il nome della regione di riferimento.

Nel mondo della nutrizione cane+gatto parliamo di **517 prodotti** con un trend positivo per tutti i claim considerati ad esclusione del “100% italiano”, che comunque presenta una flessione in termini di vendita in valore e in volume solo in riferimento alla nutrizione cane.

Anche nel caso del fenomeno dell’italianità ci si trova di fronte a trend particolarmente dinamici e positivi.

Nutrizione cane + gatto: principali indicatori per i claim dell'Italianità

	#Prodotti	Trend % a Valore	Trend % a Volume
Italianità	517	21,5	9,1
Bandiera italiana	500	21,5	9,1
Prodotto in Italia / Made in Italy	352	26,8	13,4
100% Italiano	49	-2,3	-19,7
Italian Quality	21	12,5	0,9

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2023

Nutrizione gatto: principali indicatori per i claim dell'Italianità

	#Prodotti	Trend % a Valore	Trend % a Volume
Italianità	219	28,9	16,1
Bandiera italiana	213	28,8	16,0
Prodotto in Italia / Made in Italy	148	35,9	21,9
100% Italiano	21	25,0	4,2
Italian Quality	8	9,4	0,9

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2023

Nutrizione cane: principali indicatori per i claim dell'Italianità

	#Prodotti	Trend % a Valore	Trend % a Volume
Italianità	298	18,1	6,0
Bandiera italiana	287	18,1	5,9
Prodotto in Italia / Made in Italy	204	22,5	9,3
100% Italiano	28	-11,7	-28,0
Italian Quality	13	14,4	1,0

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2023

Il tema della Sostenibilità nel mondo alimentare pet

Un ultimo approfondimento ha avuto per oggetto il tema della sostenibilità, che nelle analisi dell'Osservatorio Immagino viene declinato in diverse aree di studio.

Applicata questa segmentazione al mondo degli alimentari pet, considerando il totale del mondo pet, sono tre le aree in cui sono stati rilevati diversi claim che esprimono un particolare interesse da parte del consumatore: “rispetto degli animali”, “management delle risorse sostenibili” e “agricoltura/allevamenti sostenibili”.

Tutti i claim rilevano trend positivi sia in valore sia in volume. **Molto dinamica la tematica del “rispetto degli animali”** in tutti i claim che la compongono, rivelando una particolare sensibilità dei pet owner in quest'area.

L'interesse verso la sostenibilità del packaging è raccontato sia dal lato dell'offerta, che propone quasi 140 prodotti con packaging biodegradabile o riciclabile, sia dal lato della domanda, che si esprime in termini di trend a valore e volume, con risultati positivi.

Anche l'attenzione al contenuto dei prodotti è alta, e conferma quanto rilevato per gli altri claim che rassicurano il consumatore sulla qualità e salubrità del prodotto garantiti, in questo caso, anche dal rispetto però dell'agricoltura e allevamenti sostenibili: Biologico/EU organic è il claim più diffuso in assortimento e che riceve una risposta particolarmente dinamica da parte del consumatore.

Nutrizione PET: principali indicatori per i claim della Sostenibilità

	#Prodotti	Trend % a Valore	Trend % a Volume
RISPETTO ANIMALI	825	24,3	11,1
No Cruelty Claim	766	23,1	10,5
MSC	59	34,6	17,2
Cruelty Free (logo)	213	18,4	6,7
Friend of the sea	51	15,8	5,8
MANAGEMENT RISORSE SOSTENIBILI	308	20,6	9,9
Vegetale	177	18,9	11,5
Biodegradabile	30	14,0	6,0
Riciclabile	107	16,3	9,1
Compostabile	14	-0,1	-14,2
AGRICOLTURA / ALLEV. SOSTENIBILI	638	23,2	11,8
Biologico / Eu Organic	552	23,6	12,6
100% Ingredienti Naturali	136	13,8	4,4
Senza OGM	80	21,3	6,5
Filiera / Tracciabilità	16	15,1	6,3

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2023

I CRITERI PER LA SCELTA DEL PET FOOD: FELICITÀ DEL PET E ATTENZIONE AL SUO BENESSERE

I proprietari italiani scelgono meticolosamente l'alimentazione dei propri animali da compagnia, con un occhio alle ultime novità e alla salvaguardia dell'ambiente e senza mettere in secondo piano, nemmeno in tempi di crisi, il benessere del pet. Questo è quanto emerge da un'indagine realizzata da Toluna⁹ su proprietari di cani e gatti.

Gli animali da compagnia sono considerati membri effettivi della famiglia in cui vivono e, in quanto tali, nessun aspetto della loro cura può essere lasciato al caso, a partire dall'alimentazione. I proprietari hanno fiducia nei brand che acquistano e nella completezza nutrizionale dei prodotti offerti, inoltre spesso l'acquisto è preceduto da ricerche approfondite.

Tra i criteri per la selezione del pet food predominano la felicità del compagno a quattro zampe (rispettivamente indicata dall'85% dei proprietari di cani e dall'84% dei proprietari di gatti), l'attenzione al benessere dell'animale (83%) e l'alta qualità (per l'82% dei proprietari di cani e l'80% di gatti). Il brand ideale si caratterizza poi per l'attenzione al ciclo di vita del gatto e del cane e a diete e patologie specifiche. Proprio per queste ragioni, il consumatore richiede innanzitutto un'ampia gamma di offerta per le diverse esigenze dell'animale e per le fasce d'età.

Innovazione: le opinioni dei consumatori

Tra le novità emerse negli ultimi tempi all'interno del mondo della nutrizione degli animali da compagnia, i partecipanti al sondaggio mostrano particolare interesse per i prodotti arricchiti, ad esempio, in Omega 3 o vitamine (indicati da 3 proprietari di gatti su 4 e da oltre l'80% di quelli di cani), per gli alimenti funzionali, specifici per problematiche dell'animale (78% e 75%) e per quelli con solo conservanti naturali (76% e 81%).

L'impatto dell'inflazione sullo shopping pet care

L'aumento del costo della vita non ha risparmiato il comparto pet, dove l'85% dei panelisti ha riscontrato una crescita dei prezzi che si ripercuote anche sulle previsioni di spesa future: il 23% dei proprietari di gatti e il 26% di quelli di cani crede che nei sei mesi successivi all'indagine spenderà di più per i propri animali.

Nonostante l'inasprimento della condizione economica, però, le spese per gli amici a quattro zampe sono tra le ultime su cui i rispondenti sono disposti a tagliare (solo il 6% e 8%), preferendo rinunciare a pasti fuori casa, vacanze, abbigliamento e prodotti di bellezza.

Dopotutto i pet owner appaiono poco propensi a cambiare le proprie abitudini di acquisto. Negli ultimi mesi il 25% dei rispondenti con un gatto e il 19% di quelli con un cane non ha affatto modificato i propri comportamenti, mentre il 37% e 32% ha continuato ad acquistare i soliti prodotti approfittando di offerte o cercando promozioni speciali e il 23% in entrambe le categorie ha fatto acquisti in grandi quantità per accedere a sconti. Menzioni ai discount arrivano per lo più dai proprietari di cani (21%).

⁹ Ricerca svolta da Toluna, digital market research agency, nella seconda metà di marzo 2023, attraverso l'intervista di 1.800 rispondenti italiani proprietari di cani o gatti e diretti responsabili della loro cura

Per il retail diversi servizi dal grande potenziale

Il mondo pet offre al retail numerose opportunità in parte ancora da esplorare. Interrogati relativamente ai servizi che un negozio per animali offre o potrebbe proporre in futuro, i partecipanti al sondaggio di Toluna hanno mostrato notevole interesse per la consulenza veterinaria (82% dei proprietari di gatti, 83% di quelli di cani), la vendita di medicinali (78%, 83%), la consulenza alimentare (74%, 77%) e la registrazione via microchip (71%, 78%), a cui si aggiungono aree attrezzate per il lavaggio “fai da te” citate dal 63% dei padroni di felini e il servizio di tolettatura indicato dal 77% di coloro in possesso di un cane. Il futuro del retail pet, quindi, sarebbe l’One-Stop shop.

Al di là del pet food, inoltre, al 72% dei rispondenti che accudiscono un gatto piacerebbe poter acquistare in negozio o nello store online per animali prodotti quali sistemi di smaltimento (bidoni igienici per la lettiera) e distributori automatici di acqua e croccantini. Tra le categorie di interesse dei proprietari di cani spiccano invece deodoranti per l’ambiente dedicati (72%) e accessori GPS (70%).

LA RELAZIONE UOMO-PET: UN RAPPORTO CENTRALE NELLA SOCIETÀ POST COVID

La pandemia da Covid-19 è stata un evento inatteso e drammatico. Il diffondersi del contagio ha imposto di cambiare all'improvviso abitudini e stili di vita, imponendo comportamenti emergenziali improntati all'isolamento e inevitabilmente alla solitudine, soprattutto per alcune categorie di persone come gli anziani. Gli effetti della pandemia sulle relazioni sociali sono stati importanti: distanziamento fisico, smart working, didattica a distanza hanno mutato profondamente le nostre vite. Le relazioni sociali ne hanno risentito ed è emerso un vuoto non sempre facile da colmare. In questo contesto critico gli animali da compagnia hanno svolto un ruolo fondamentale alleviando le sofferenze di molti e rendendo l'isolamento meno duro. Non è un caso che si sia assistito a un aumento sorprendente delle adozioni di cani e gatti proprio nei mesi in cui il Covid-19 era nel pieno della sua espansione. Un fenomeno che si è inserito in una tendenza già avviata da tempo, accelerandola e rafforzandola: quella di considerare gli animali da compagnia come veri e propri componenti della famiglia.

L'essere umano non basta a sé stesso

La pandemia da Covid-19 ha messo le persone a nudo e qualunque mito individualistico potesse esistere è venuto meno. Non solo gli anziani ma anche i giovani hanno provato la sofferenza dettata dall'isolamento e sono stati in molti ad aver dovuto chiedere aiuto. L'animale da compagnia è stato allora in molti casi la scelta più naturale per dare e ricevere affetto in un momento in cui ogni certezza è venuta meno, ma soprattutto il pet si è dimostrato la presenza ideale per riportare la vita a una dimensione più sana e reale. Non è un caso che nel 2021 sia nata la Pet Alliance Europe¹⁰, un'associazione coordinata da Animal Health Europe e da Fediaf - European Pet Food Federation che si fonda sulla convinzione che gli animali da compagnia hanno il potenziale per migliorare la vita di tutte le persone aumentando il benessere della società nel suo insieme: un complesso di benefici definito come #PetPower. Una convinzione supportata dalle ormai tantissime le ricerche scientifiche che attestano come la convivenza con un animale da compagnia non sia soltanto fonte di gioia e serenità, ma anche un'esperienza unica capace di contrastare patologie fisiche e disturbi psichici. Sul piano sociale, gli animali da compagnia agiscono infatti come un "mediatore" che aiuta gli esseri umani ad abbattere le barriere emotive e a sviluppare interazioni positive con gli altri. A questo proposito molte ricerche dimostrano il ruolo dei pet nel ridurre il senso di isolamento: i bambini sviluppano una maggiore empatia e propensione a rapportarsi con gli altri, gli adulti si sentono più sereni e meno stressati, mentre negli anziani si è addirittura osservato l'effetto positivo del pet nel processo di elaborazione dei lutti¹¹.

Partire dai bambini per realizzare una corretta relazione uomo-animale

Tra i tanti benefici derivanti dalla relazione uomo-animale, se ne sono osservati di specifici nel mondo dell'infanzia. I bambini che convivono con un pet sviluppano una maggiore empatia e rispetto verso gli altri, sviluppando un maggiore senso di autostima e responsabilità, oltre a rafforzare i valori legati all'amore e alla lealtà¹². Tutto ciò senza contare i benefici accertati dalla ricerca scientifica sul piano prettamente fisico. Il contatto precoce con gli animali da compagnia ha infatti un impatto significativo nel ridurre lo sviluppo di

Il contatto precoce con i pet sviluppa empatia, autostima e responsabilità

¹⁰ Pet Alliance Europe – pet-power.eu

¹¹ European Pet Food Federation (FEDIAF) - europeanpetfood.org

¹² Pets and Children - American Academy of Child and Adolescent Psychiatry - www.aacap.org

allergie e asma nel corso della vita¹³. Nell'ottica di agire il prima possibile per creare il giusto rapporto con gli animali da compagnia, va visto il progetto "Nelle sue zampe" della FNOVI (Federazione Nazionale Ordini Veterinari Italiani). Obiettivo dell'iniziativa è quello di far comprendere che per gestire in modo corretto la relazione uomo-cane dobbiamo immedesimarci nell'animale, nel suo modo di agire, reagire, percepire ciò che ha attorno. Per questo sul sito nellesuezampe.it, è possibile scaricare il libretto didattico "Io non ho paura del cane", un percorso di formazione al benessere animale, rivolto alle bambine e ai bambini della scuola primaria. Attraverso i genitori e gli insegnanti, i piccoli vengono così condotti a scoprire il cane, a riconoscere i suoi comportamenti, i suoi stati d'animo e di conseguenza a relazionarsi nel rispetto delle sue esigenze.

In questo modo si educano i più piccoli a riconoscere i comportamenti da evitare e quelli invece da tenere per rafforzare un legame di grande valore educativo. Al termine del corso viene poi rilasciato l'attestato che certifica il superamento del corso "Patentino Junior"¹⁴.

La salute degli anziani: sempre più interconnessa con i pet

Nel corso della pandemia gli anziani sono probabilmente coloro che più hanno beneficiato della compagnia di un pet. Una relazione divenuta sempre più centrale anche nel periodo post Covid-19 come dimostra il numero crescente di persone appartenenti alla terza età che scelgono di condividere le proprie giornate in compagnia di un pet. In Italia sono 1.920.264 gli over 65 che convivono con un cane e 1.838.832 quelli che possiedono un gatto. Secondo il centro studi Senior Italia FederAnziani, 9 su 10, tra gli over 65 italiani possessori di un animale da compagnia, ritengono che vivere con un pet abbia un impatto positivo sulla propria salute e sul proprio umore, riduca la sensazione di solitudine e aumenti la serenità. Oltre il 70% dichiara inoltre di considerare gli animali conviventi come membri della famiglia a tutti gli effetti¹⁵.

**Sono quasi 4 milioni
gli italiani Over 65
che convivono con
un cane o un gatto**

L'importanza del rapporto tra pet e anziani è riconosciuta a tal punto che la relazione con gli animali d'affezione è entrata nei principi dettati dal Parlamento al Governo per l'emanazione di un nuovo welfare per gli anziani nell'ambito del DDL Anziani. Lo scopo del principio-delega è di "preservare l'indipendenza funzionale in età avanzata e mantenere una buona qualità di vita, individuazione, promozione e attuazione di percorsi e di iniziative per il mantenimento delle capacità fisiche, intellettive, lavorative e sociali" anche mediante il rapporto con gli animali d'affezione.

Da stime realizzate da Federanziani, uno stile di vita più attivo per la presenza di un animale d'affezione comporta una migliore gestione delle malattie cardiocircolatorie e metaboliche nella popolazione anziana generando un potenziale risparmio per il Servizio Sanitario Nazionale di circa 1,3 miliardi di euro¹⁶. Altro risparmio, qualora l'adozione avvenga presso canili e rifugi, sarebbe quello per i Comuni, sulle cui casse grava la gestione degli animali abbandonati. Federanziani ha quantificato questo risparmio in oltre 1 miliardo di euro¹⁷.

¹³ Wegienka, G., Johnson, C. C., Havstad, S., Ownby, D. R., Nicholas, C., & Zoratti, E. M. (2011). Lifetime dog and cat exposure and dog-and cat-specific sensitization at age 18 years. *Clinical & experimental allergy*, 41(7), 979-986; Gern, J. E., Reardon, C. L., Hoffjan, S., Nicolae, D., Li, Z., Roberg, K. A., ... & Anderson, E. (2004). Effects of dog ownership and genotype on immune development and atopy in infancy. *Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 113(2), 307-314.

¹⁴ <https://nellesuezampe.it>

¹⁵ www.senioritalia.it

¹⁶ Calcolata stimando la minore incidenza del 7% delle patologie cardiovascolari grazie ad una camminata quotidiana con un cane.

¹⁷ La stima di 1.127.309.435 euro è realizzata da Senior Italia Federanziani considerando il costo medio di un cane in canile (1.277,50 euro), moltiplicata per i cani presenti nei rifugi, per un totale di 161.044.205 euro, da moltiplicare per sette anni (tempo medio della permanenza in canile di un cane in assenza di adozione).

PET IN SOCIETÀ: L'EVOLUZIONE ISTITUZIONALE E I TRAGUARDI FUTURI

Obiettivo: da cose a esseri senzienti

Solo nel corso degli ultimi decenni, la legge ha iniziato a tradurre la sempre più diffusa sensibilità verso gli animali in un sistema di vere e proprie norme giuridiche. Un primo storico passo fondamentale a questo proposito è stata la Legge 14 agosto 1991 n. 281, grazie alla quale l'Italia ha riconosciuto il diritto alla vita e alla tutela degli animali randagi, vietandone la soppressione se non in alcuni casi particolari. Pochi anni più tardi viene varato l'Accordo del 6 febbraio 2003, tra Stato, Regioni e Province autonome, mediante il quale, tra l'altro, vengono delineate le responsabilità del detentore di animali. Ma a una vera e propria svolta si arriva soltanto con la Legge del 20 luglio 2004, n. 189, un provvedimento che inserisce nel codice penale (articoli da 544 bis a 544 sexies) alcune nuove figure di reato volte a punire, con sanzioni anche detentive, comportamenti nei confronti degli animali attuati "per crudeltà o senza necessità". Un importante conquista, anche se per questa norma il bene protetto non è ancora l'animale come soggetto

Si fa sempre più forte l'idea dell'animale come essere capace di provare sensazioni ed emozioni

autonomo di diritti, ma il sentimento umano di pietà nei suoi confronti. Si arriva quindi alla Legge 210 del 2010, con la quale l'Italia ratifica la Convenzione europea per gli animali da compagnia del 1991 che, oltre ad allargare la nozione di animale da "compagnia" ad alcune specie prima non contemplate, sanziona i comportamenti umani che oltre a sofferenza fisica vera e propria possono ingenerare nell'animale un senso di "angoscia". Si avvicina così l'idea, riconosciuta per ora soltanto in alcune sentenze giudiziarie¹⁸, dell'animale come essere

autonomo e senziente - ossia capace di provare sensazioni ed emozioni - e non più semplice oggetto. In linea con la crescente sensibilità fatta propria anche dalle istituzioni, nel corso della XVIII legislatura è stata poi approvata dal Parlamento la proposta di legge di riforma della Costituzione che ha inserito la tutela dell'ambiente fra i principi fondamentali della Repubblica Italiana. Grazie alla legge costituzionale 11 febbraio 2022, n. 1, è stato infatti modificato l'articolo 9 della Costituzione, prevedendo l'aggiunta del seguente comma: "Tutela l'ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni. La legge dello Stato disciplina i modi e le forme di tutela degli animali". Testo che segue al precedente comma del medesimo articolo 9 che recita: "La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione". Una modifica della nostra Costituzione che assume un valore storico, imponendo di fatto come fondamentale uno sviluppo sostenibile non solo per la generazione presente ma anche per quelle future.

L'Intergruppo parlamentare per i diritti degli animali e la tutela dell'ambiente

In considerazione della sempre maggior importanza degli animali in Italia, si è costituito - anche nella XIX legislatura - l'Intergruppo parlamentare per i diritti degli animali, che ha esteso la sua area di lavoro anche alla tutela dell'ambiente.

L'Intergruppo Parlamentare è un'organizzazione che riunisce parlamentari di diversi partiti politici che condividono l'obiettivo di promuovere il benessere degli animali e proteggere i loro diritti. L'On. Michela Vittoria Brambilla ne è Presidente, affiancata dall'ex ministro dell'Ambiente On. Sergio Costa e On. Walter Rizzetto in qualità di Vice Presidenti. Trasversale e con una rappresentanza di tutte le forze politiche, all'Intergruppo hanno aderito decine di Parlamentari.

Anche a livello delle istituzioni europee si sono registrati analoghi fermenti con la creazione dell'Intergruppo Europeo Benessere e protezione degli animali, un'entità costituita da Deputati

¹⁸ Vedi Cassazione. n. 20934/2017

appartenenti a diversi gruppi politici che portano avanti un dialogo permanente su queste tematiche. L'Intergruppo non è tuttavia dotato di particolari prerogative istituzionali e, per tale motivo, è in corso un acceso dibattito mirante all'istituzione di un commissario per il benessere animale che possa disporre di una delega per la tutela degli animali in tutti i paesi dell'Unione Europea.

In Italia, la prima proposta di legge (denominata AC30) è volta alla modifica del Codice Penale al fine di far rientrare l'abbandono nella disciplina del reato di maltrattamento e per punire più severamente chi maltratta o uccide un animale. Tale proposta di legge è stata ampiamente promossa dalla LEIDAA (Lega Italiana Difesa Animali e Ambiente)¹⁹. La proposta prevede sanzioni severe come il carcere nei casi più gravi.

Tra le altre tematiche sulle quali l'Intergruppo interverrà, particolare menzione per il randagismo, che continua ad essere una piaga in alcune regioni del Paese e che ha importanti ricadute sui bilanci pubblici. L'Intergruppo lavorerà affinché gli animali d'affezione siano inseriti nello stato di famiglia, riconoscendo di fatto quanto i proprietari già fanno, ovvero che i pet sono componenti a pieno titolo dei nuclei familiari. Altri argomenti all'attenzione dell'Intergruppo saranno relativi all'uniformazione delle regole sull'accesso nei luoghi pubblici e aperti al pubblico.

IVA: tante forze al lavoro per aiutare le famiglie che vivono con un pet

Merita particolare menzione l'attività volta ad agire sulla leva fiscale per ridurre i costi della convivenza con gli animali. Il 13 ottobre 2022, tra i primi lavori della nuova Legislatura, l'On. Michela Vittoria Brambilla ha presentato, insieme alla richiesta di esenzione dall'imposta sul valore aggiunto per prestazioni veterinarie, una proposta di legge per la revisione dell'aliquota IVA relativa ai prodotti per l'alimentazione degli animali da compagnia.

Gli alimenti per cani e gatti, così come le prestazioni veterinarie, sono essenziali per garantirne il benessere ma sono gravati da una aliquota IVA onerosa, al pari di beni e servizi di lusso. Si auspica il passaggio per questi beni e servizi - - considerati essenziali e non differibili in occasione dell'emergenza pandemica - dall'aliquota IVA ordinaria del 22% a quella ridotta del 10%.

La revisione dello scaglione dell'aliquota IVA permetterebbe di ridurre la disparità di trattamento rispetto ai cittadini di altri Paesi membri, quali ad esempio la Germania, che applica agli alimenti per cani e gatti l'aliquota IVA del 7% in considerazione della quotidianità di utilizzo.

Le famiglie italiane, quindi, sopportano un'aliquota IVA sugli stessi alimenti pari a più di 3 volte quella delle famiglie tedesche, una grande disparità considerando che gli animali da compagnia sono membri delle famiglie italiane a tutti gli effetti.

Anche le associazioni protezionistiche si sono mosse in questo senso.

La LAV (Lega Anti Vivisezione)²⁰ già dal 2018 ha lanciato la campagna #PiùTassati finalizzata a ottenere un fisco amico degli animali. La richiesta era di prevedere l'IVA agevolata su alimenti e prestazioni veterinarie, l'esenzione delle prestazioni finalizzate alla prevenzione del randagismo e delle patologie trasmissibili (identificazione e iscrizione di cani e gatti nell'anagrafe degli animali d'affezione, sterilizzazione dei cani e gatti di proprietà e vaccinazioni), nonché di aumentare la quota di detrazione fiscale delle spese veterinarie e dei farmaci veterinari. La richiesta di abbassare la pressione fiscale su alimenti e prestazioni veterinarie e aumentare la detraibilità delle spese per curare gli animali è stata ripresa anche all'indomani dell'annuncio della riforma fiscale alla quale sta lavorando il Ministero dell'Economia e Finanze.

Parimenti, la LNDC (Lega Nazionale per la Difesa del Cane) ha lanciato a sua volta una campagna,

¹⁹<https://leidaa.info/>

²⁰www.lav.it

#Amarenonèunlusso, per richiedere misure economiche che possano agevolare le famiglie con animali. La richiesta è volta ad introdurre con urgenza misure economiche che possano facilitare la convivenza con gli animali familiari, incentivare le adozioni nei canili/gattili e contrastare abbandoni e randagismo.

Ulteriori campagne delle Associazioni Animaliste

Il mondo animalista mostra un dinamismo straordinario nel promuovere iniziative e progetti, affiancandosi al lavoro dei politici e, in alcuni casi, cercando soluzioni alternative a problemi comuni. A titolo puramente esemplificativo, oltre alle già citate iniziative della LEIDAA e della LAV, ricordiamo due ulteriori iniziative volte a tutelare gli animali da compagnia.

È dello scorso autunno la presentazione dell'iniziativa la “Banca delle Visite PET”²¹, un circuito solidale ideato per donare prestazioni veterinarie a chi non riesce a prendersi cura del proprio animale. Il progetto è patrocinato da ENPA (Ente Nazionale Protezioni Animali).

Altra importante iniziativa è “Io soffro, sento, amo”²² della LNDC, una petizione lanciata per far sì che in Italia gli animali vengano riconosciuti come esseri senzienti. In particolare, l'associazione chiede l'introduzione nel Codice civile di una norma che riconosca gli animali come esseri senzienti e che tuteli i diritti fondamentali degli animali medesimi quali la vita, la salute e la possibilità di vivere un'esistenza in armonia con la loro natura e nel rispetto delle loro caratteristiche etologiche. L'obiettivo è quindi quello di modificare l'ordinamento giuridico in modo da non considerare più gli animali come delle cose, ma al contrario di riconoscere loro la titolarità di diritti, come il diritto alla vita che non verrebbe messo in discussione salvo casi di effettiva necessità.

**Animali quali esseri
senzienti anche nel
Codice Civile**

²¹www.bancadellevisite.it

²²<https://lndcanimalprotection.org/petizione/iosoffrosentoamo/>

L'IMPORTANZA DEL PET CARE

Grazie ai progressi nella cura degli animali da compagnia e all'ampia varietà di prodotti a disposizione dei pet owner, gli accessori sono diventati sempre più popolari, permettendo una migliore convivenza degli animali d'affezione in famiglia.

Gli snack possono premiare i comportamenti positivi e rafforzare il rapporto tra il proprietario e l'animale d'affezione. Alcuni snack coniugano inoltre questi aspetti con caratteristiche funzionali, quali ad esempio un supporto nell'igiene orale. La masticazione di snack duri può anche aiutare a ridurre l'accumulo di placca e rinfrescare l'alito.

I prodotti per l'igiene dei pet, come shampoo e salviettine, e gli antiparassitari favoriscono la convivenza domestica. Esistono prodotti per la pulizia degli occhi e delle orecchie, fondamentali per aiutare a prevenire infezioni e l'accumulo di cerume. Alcune specie o razze, in considerazione delle proprie caratteristiche fisiche, necessitano di una maggiore cura specifica – basti pensare a razze canine con orecchie lunghe. Questi prodotti aiutano i proprietari a prendersi cura delle esigenze dei propri animali da compagnia.

Discorso approfondito meritano le lettiere, essenziali per mantenere la casa pulita e igienizzata non solo per i proprietari di gatti ma anche per chi convive con piccoli mammiferi e gli uccelli. Ne esistono in diversi materiali – ad esempio in argilla o in mais – e devono essere scelte attentamente in base alle esigenze del proprio animale, oltre che del proprietario. Un criterio certamente rilevante è la capacità assorbente, ma sul mercato si trovano anche prodotti con ulteriori caratteristiche, quali l'essere biodegradabili, più o meno polverose e/o profumate.

I giocattoli non solo intrattengono i pet, ma li aiutano a soddisfare i loro istinti naturali. Sono quindi essenziale per la salute e felicità degli animali d'affezione. Contribuiscono inoltre a rafforzare il legame con il proprietario e mantiene i pet stimolati e felici creando una relazione amorevole e divertente. Oltre a quelli per cani e gatti, rivolti alla stimolazione mentale o a soddisfare l'istinto predatorio, numerosi sono i giochi per gli altri animali d'affezione. Ad esempio, puzzle, altalene e palestre per pappagalli sono ottimi rimedi per stimolarli mentalmente e fisicamente, mentre i roditori come criceti, furetti e porcellini d'India, amano tunnel, palline e ponti sospesi. Offrire il giusto arricchimento ambientale è fondamentale anche per i pesci: le decorazioni dell'acquario devono contribuire a renderlo un ambiente confortevole e offrire nascondigli, utili quando i pesci si sentono minacciati o hanno bisogno di riposo.

Un trasportino può aiutare a mantenere gli animali da compagnia al sicuro durante il viaggio, proteggendoli dai possibili urti dovuti a movimenti improvvisi. Le cucce offrono comfort e possono prevenire lesioni dovute a superfici ruvide e temperature estreme. Le pettorine possono invece aiutare a impedire ad un pet di scappare.

Spesso tacciati di essere una frivolezza, i capi di abbigliamento per animali da compagnia (soprattutto cani) rispondono invece a specifiche esigenze del pet e/o del proprietario. I capi d'abbigliamento possono proteggere i pet dalle intemperie come il freddo, la pioggia e la neve. Cani di piccola taglia, a pelo corto o anziani possono avere maggiore necessità di protezione in caso di temperature rigide. In caso di pioggia invece, con l'utilizzo di un capo impermeabile il proprietario non sarà costretto a lavare il proprio cane (soprattutto quelli a pelo lungo) al rientro da ogni passeggiata. Certamente i capi di abbigliamento possono anche rispondere alla richiesta di prodotti di design e alla moda da parte dei proprietari, fermo restando il benessere degli animali da compagnia che deve sempre essere al primo posto.

Prodotti tecnologici

L'incremento della presenza di animali da compagnia sta ridefinendo le scelte in fatto di tecnologia e modo di vivere la casa. Per comprendere meglio questa evoluzione, Samsung ha condotto uno studio²³ su 6.500 proprietari in Europa alla fine del 2022.

La premessa è la centralità del rapporto con il pet: **due terzi degli intervistati (63%) hanno dichiarato di ritenere gli animali da compagnia veri e propri membri della famiglia**, mentre il 47% ha un account sui social dedicato al proprio animale.

Nonostante una progressiva contrazione nelle spese delle famiglie dovuta al caro-vita, gli europei non sono disposti a scendere a compromessi quando si parla dei loro animali da compagnia.

Una percentuale altissima degli intervistati (59%) ha affermato di non avere intenzione di tagliare la spesa complessiva per i propri animali d'affezione, mentre **la maggioranza (61%) ha dichiarato che farebbe altri sacrifici prima di considerare l'idea di ridurre l'importo dedicato agli acquisti per loro**. I proprietari coinvolti nel sondaggio sarebbero disposti a tagliare qualsiasi spesa, dai beni di prima necessità come le utenze (27%) e le uscite con gli amici (40%) prima di lesinare su quelle per i loro compagni del regno animale. In Italia, i rincari sui consumi si fanno forse sentire maggiormente, ma più di un quarto (26%) dei rispondenti dichiara comunque che manterrà inalterate le spese per i propri pet.

La presenza dei pet sta ridisegnando le case e le abitudini dei proprietari, che tengono conto degli animali quando scelgono l'abitazione (58%), l'arredamento (48%) e gli elettrodomestici (32%).

Il 56% del campione intervistato ritiene che la tecnologia possa contribuire ad aumentare il benessere dei propri animali – tale percentuale si innalza fino al 62% se si osservano le risposte date dai soli rispondenti italiani. Oltre la metà dei proprietari fa ricorso a gadget non progettati specificatamente per i pet per prendersi cura dei propri animali. I prodotti tecnologici possono mantenere i pet più attivi secondo il 56% degli intervistati, e più della metà ritiene che la tecnologia possa migliorare la salute dei pet e ridurre l'ansia da separazione. Con il ritorno al lavoro in presenza dopo la pandemia, infatti, per molti proprietari è diventato un cruccio lasciare gli animali a lungo a casa da soli. Quasi la metà (46%) degli intervistati ha affermato di temere che i propri animali si sentano soli, una percentuale che aumenta tra giovani: la metà (50%) dei proprietari tra i 18 e i 34 anni ha ammesso di avere questo timore. Addirittura, la paura che i propri pet si sentano soli e si annoino è più sentita rispetto a quelle legate alle spese da affrontare per accudirli o per rimediare a eventuali danni da loro creati. Molti proprietari cercano quindi aiuto nella tecnologia: **circa la metà (48%) degli intervistati la utilizza infatti per far sì che i propri animali non soffrano la solitudine**.

Più della metà degli intervistati ritiene che nelle case del futuro la tecnologia dovrebbe essere pet-friendly di default. Ne sono convinti soprattutto gli italiani (59%). In base al sondaggio, i proprietari di animali d'affezione amanti della tecnologia vorrebbero sfruttare quest'ultima per fare pulizia, dopo il passaggio dei loro pelosi, con l'aspirapolvere (53%), dar loro da mangiare tramite dispenser automatici (49%) usare rilevatori di posizione per monitorare i loro movimenti (48%). Chi dichiara di usare già la tecnologia per badare ai propri animali da compagnia individua tra le ragioni principali: garantire la sicurezza degli animali stessi (36%), la propria tranquillità (36%) e comodità (33%). Circa la metà degli intervistati desidera che vengano sviluppate in futuro ulteriori tecnologie ideate per gli amici a quattro zampe.

I proprietari sono ottimisti circa i benefici che la tecnologia può offrire alla vita degli animali da compagnia, fatta salva la certezza che i pet siano protetti in un mondo digitale, al pari di quanto avviene

²³ 2022 Pet Living Study

per i dispositivi personali destinati agli esseri umani. Ciononostante, lo studio mostra un desiderio di innovazione continua fra i pet-owners.

Non solo accessori – lo sviluppo delle assicurazioni per animali da compagnia

Un servizio in forte ascesa, che potrebbe in futuro legarsi a quanto offerto dalle catene, è quello relativo alle **assicurazioni per i pet**. Secondo un recente report pubblicato da Fortune Business Insight²⁴, nei prossimi 3 anni il mercato globale delle assicurazioni per animali da compagnia andrà incontro ad una consistente crescita. Si prospetta che il valore complessivo delle assicurazioni per i pet raggiungerà gli 11,25 miliardi di dollari a fine 2026 (+8% all'anno). Un incremento di tutto rispetto se confrontato ai 6,05 miliardi del 2018.

A causa dei cambiamenti nello stile di vita e dei mutamenti interni alle famiglie, in diverse aree del mondo sta aumentando notevolmente il tasso di adozione di pet con una conseguente diffusione delle polizze assicurative.

Stando ai dati del report, l'Europa dominerà il mercato della Pet Insurance nei prossimi anni, anche sulla spinta di un numero crescente di start-up in questa regione, delle iniziative di vari governi per la promozione del benessere e della salute degli animali e dalle sempre più numerose adozioni di animali da compagnia da parte delle famiglie europee.

Ad ulteriore conferma dello sviluppo delle assicurazioni dedicate ai cani e ai gatti, arrivano anche i dati dell'analisi realizzata da Facile.it, secondo la quale nel gennaio 2023 le ricerche online di questi prodotti hanno registrato una crescita del 23% rispetto allo stesso mese del 2022.

Una stima, realizzata tenendo in considerazione il numero di cani e gatti presenti nelle famiglie italiane e il costo di una polizza dedicata, indica per la sola copertura della responsabilità civile un valore potenziale nel nostro Paese di oltre 1,3 miliardi di euro.

Dall'esame di un campione di circa 99 mila preventivi effettuati sul portale comparativo, emerge che tra le razze feline maggiormente coperte da una polizza specifica il Maine Coon è seguito dal Siberiano, dall'Europeo, dal British Shorthair e dal Persiano. Per i cani, invece, dopo il Labrador Retriever, si posizionano il Golden Retriever e il Bulldog, cui seguono l'American Staffordshire terrier e il Maltese.

Bergamo è la provincia italiana con il rapporto più alto tra il numero di cani protetti da una polizza e il numero di abitanti, a seguire Brescia, Padova, Bologna e Milano. Per i felini, invece, Bologna è prima seguita da Brescia, Milano, Padova e Roma.

Le assicurazioni che coprono solamente la responsabilità civile partono da circa 6 euro al mese, mentre se si aggiunge anche la copertura veterinaria, i prezzi partono mediamente da 12 euro al mese. Alcuni prodotti prevedono ulteriori tutele aggiuntive, fornendo assistenza a 360 gradi al pet e al suo proprietario, come la consulenza telefonica di un veterinario, la consegna di farmaci e pet food, l'invio di un dog sitter in caso di impedimenti del proprietario per motivi di salute. Esistono inoltre specifici prodotti per gli animali in viaggio.

Alcune compagnie scelgono di non assicurare, o assicurare con condizioni differenti, alcune razze o pongono limiti d'età, assicurano cioè solo animali di età superiore ai 2 mesi ed inferiore ai 10 anni, con alcune lievi differenze in base al prodotto. Affinché l'assicurazione sia valida, l'animale deve essere dotato di microchip (o tatuaggio), possedere il libretto sanitario ed essere regolarmente vaccinato.

²⁴ <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/pet-insurance-market-101956>



AREA SALUTE



LA SICUREZZA DEL PET FOOD: UN IMPEGNO PER TUTTA LA FILIERA

Il corretto funzionamento della filiera del pet food è testimoniato dall'esito ampiamente soddisfacente dei controlli che vengono effettuati per garantire la sicurezza e la salubrità dei prodotti destinati ai pet. I produttori effettuano numerose verifiche giornaliere lungo tutto il processo produttivo, a cui si aggiungono le regolari ispezioni delle autorità con i veterinari specializzati del Servizio Sanitario Nazionale.

Il Ministero della Salute predispone il Piano Nazionale Alimentazione Animale (PNAA) al fine di garantire, secondo quanto stabilito dalla normativa, un sistema ufficiale di controllo dei mangimi per animali da reddito e del pet food e un elevato livello di protezione della salute umana, animale e dell'ambiente. Il PNAA viene attuato mediante sopralluoghi ispettivi e mediante il prelievo e l'analisi di campioni prelevati lungo tutta la filiera, dalla produzione delle materie prime fino alla distribuzione.

Il Piano è implementato periodicamente mediante l'analisi dei rischi, basata sulla valutazione dei dati relativi all'attività di controllo svolta negli anni precedenti e nel rispetto delle normative comunitarie di nuova emanazione. Attualmente è in vigore il piano per il triennio 2021 – 2023.

L'applicazione del PNAA è frutto della collaborazione di varie Istituzioni con diversi ruoli e competenze. Il Ministero della salute coordina l'attività di vigilanza e controllo a livello nazionale, dirama il PNAA alle Regioni e Province Autonome che, tramite gli Assessorati alla Sanità, sviluppano una programmazione regionale con cui impartiscono le istruzioni alle AASSLL al fine di garantirne la corretta applicazione delle indicazioni nazionali. L'attività di controllo sui mangimi provenienti dai Paesi Terzi o di provenienza comunitaria è svolta, rispettivamente dai Posti di controllo frontalieri e dagli UVAC (Uffici veterinari adempimenti CE).

I campioni raccolti vengono analizzati dagli Istituti Zooprofilattici sperimentali, la cui attività, per quanto riguarda gli aspetti tecnico-scientifici, è coordinata dall'Istituto Superiore di Sanità che effettua anche le analisi di revisione.

Chi attua il PNAA

Le Regioni, le Province Autonome, le ASL, laddove particolari esigenze specifiche lo richiedano, si avvalgono di organismi di vigilanza e controllo di altri comparti dello Stato (NAS, ICQRF, Guardia di Finanza, Polizia di Stato, etc.).

Nel 2021 (ultimo anno per cui i risultati sono disponibili) sono stati prelevati specificatamente per il pet food 322 campioni, con un livello di conformità dei prodotti campionati dalle autorità che si avvicina al 100%. Si evince pertanto il corretto funzionamento della filiera dell'alimentazione degli animali da compagnia.

I risultati dei controlli nel 2021

IL SETTORE VETERINARIO²⁵

Una congiuntura tra espansione e inflazione

Dopo un biennio pandemico, gli ultimi dodici mesi (marzo 2022- marzo 2023) sono stati caratterizzati dalle ripercussioni economico-finanziarie dovute al conflitto in Ucraina, alla crisi energetica e alla spinta inflazionistica con conseguente aumento dei prezzi al consumo. Le prospettive di ripresa generale, tangibili all'uscita dalla pandemia, oggi appaiono più incerte.

La professione veterinaria rivolta alle cure per animali da compagnia è coinvolta in questo nuovo scenario e, attraverso la propria associazione di categoria, l'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (ANMVI) ne ha analizzato l'impatto. Con l'indagine condotta sul periodo marzo 2022-marzo 2023- "Inflazione e rincari: come reagiscono Veterinari e Proprietari?" (www.anmvi.it)- l'Associazione ha interpellato i propri Colleghi per comprendere se e in quale misura l'attività veterinaria si stia confrontando con una contrazione della domanda di cura da parte dei proprietari e/o con una ridotta capacità di spesa di mantenimento generale del pet.

Le conclusioni dell'indagine propendono per un saldo ancora positivo tra fattori d'espansione e fattori di contrazione del settore delle cure veterinarie. Le proiezioni consentono di prefigurare, nel breve termine, un bilanciamento sorretto dal consolidamento del settore veterinario (pet care) nel tessuto economico, sociale e valoriale. Ma nel medio-lungo termine spuntano delle incognite. La performance economica delle strutture veterinarie degli ultimi dodici mesi è migliorata, confermando una fase espansiva e un volume d'affari generalmente incrementato. Chi ha investito l'ha fatto principalmente in attrezzature e macchinari oltre che in aggiornamento scientifico avanzato.

Le ricadute della guerra e della crisi energetica si sono fatte sentire anche sulla gestione delle strutture veterinarie che hanno osservato rincari energetici (luce e riscaldamento) pari ad un aumento medio del 60%. Vale la pena di ricordare che luce e gas sono al servizio degli animali degenti e delle attività cliniche, chirurgiche e di laboratorio e che i rincari in bolletta si riflettono anche sull'utilizzo e sugli investimenti in tecnologie sanitarie di alto livello specialistico. I maggiori costi sopportati dalle strutture veterinarie, generalmente, non sono stati spostati sui proprietari sotto forma di aumenti dell'onorario finale delle prestazioni. L'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani non ha tuttavia mancato di lamentare la scarsa sensibilità dei decisori politici rimasti indifferenti agli appelli della Categoria per un alleggerimento del peso dei rincari energetici.

I maggiori costi dovuti ai rincari energetici non sono stati trasferiti sull'onorario al cliente

Negli ultimi tre anni, il settore veterinario ha conosciuto una espansione costante:

- crescita del numero di animali da compagnia
- crescita del volume d'affari dei Medici Veterinari
- crescita della spesa veterinaria

Per contro, i proprietari stanno affrontando il rialzo costante dell'indice dei prezzi al consumo. L'Indice NIC (Nazionale per l'Intera Collettività) è indicatore di interesse anche per il settore veterinario in quanto riferito alla generalità dei consumi delle famiglie presenti in Italia. L'indice NIC calcolato dall' ISTAT su

²⁵ Testo a cura di ANMVI. Dove non diversamente indicato i dati sono di fonte ANMVI.

L'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (ANMVI) è una confederazione di società veterinarie, con sede a Cremona. Rappresenta 12.500 Medici Veterinari, prevalentemente attivi nel settore degli animali da compagnia (65%) e liberi professionisti (95%) per la cura di animali dpa (destinati alla produzione alimentare) e non dpa. ANMVI aderisce a Confprofessioni, la confederazione delle libere professioni, e a UEVP (Union of European Veterinary Practitioners) in rappresentanza della professione veterinaria italiana. ANMVI, fondata nel 1999 a Cremona, è amministrata da EV Soc Cons arl, il maggiore provider di eventi e editoria veterinaria nazionale. Persegue scopi statutari di sviluppo e tutela dei Medici Veterinari e offre servizi di ausilio e aggiornamento per l'esercizio professionale. L'attuale presidente di ANMVI è il dottor Marco Melosi, libero professionista, specialista in clinica dei piccoli animali. www.anmvi.it

base annua è passato da +1% (marzo 2019) a +7,7% (marzo 2023): è evidente lo scarto fra il periodo pre-pandemia e il 2023, ad un anno dal conflitto bellico, in piena crisi climatico-energetica (Fonte: ISTAT).

Nonostante il caro-vita, la spesa complessiva per i propri animali da compagnia è rimasta inalterata per un quarto dei proprietari italiani (26%) mentre la maggioranza (61%) afferma di valutare altre rinunce, prima degli acquisti per i loro pet (fonte: Samsung, genn. 2023). È significativo che nel paniere Istat, nel 2022, sia entrato il trasportino per animali.

Dal Veterinario il peso del caro-vita non è ancora vistoso, anche se le prestazioni avanzate, come la diagnostica e la chirurgia specialistica, possono indurre il proprietario ad una maggiore ponderazione della spesa o a rinunciare alle cure. Negli ultimi 12 mesi si è avvertito un aumento delle richieste di dilazione dell'onorario, sviluppando nella maggioranza dei titolari di struttura veterinaria, la consapevolezza di dover offrire soluzioni di supporto alla spesa veterinaria. Fra le forme di agevolazione economico-finanziaria proposte ai clienti figura soprattutto il finanziamento rateizzato delle spese veterinarie, seguono gli sconti sull'onorario e una saltuaria gratuità. Le polizze assicurative per cure veterinarie vengono indicate dalla maggioranza dei Medici Veterinari come la forma di agevolazione che andrebbe maggiormente sviluppata.

Il peso del caro-vita non è vistoso, ma si offrono agevolazioni finanziarie alla spesa veterinaria

Gli animali da compagnia

Negli ultimi tre anni, l'aumento del volume d'affari dei Medici Veterinari e della spesa veterinaria da parte dei proprietari è stato sorretto dal progressivo incremento degli "animali da compagnia". Per "animali da compagnia" si utilizza qui la definizione di legge data dal Regolamento UE 2016/429 (Legge europea di sanità animale che disciplina le malattie animali trasmissibili) e recepita dai decreti legislativi n. 134, n. 135 e n. 132 del 5 agosto 2022: "animali detenuti per scopi meramente privati, compresi gli animali acquatici ornamentali detenuti in abitazioni private e in acquari ornamentali non commerciali, sia all'interno che all'esterno". Sono animali da compagnia: cani, gatti, furetti, invertebrati, animali acquatici ornamentali; anfibi; rettili; volatili e mammiferi: roditori e conigli diversi da quelli destinati alla produzione alimentare.

È interessante osservare la crescita della diffusione dei cani di razza. Le statistiche di fonte ENCI (Ente Nazionale Cinofilia Italiana) contano ben 198.172 nuovi cani iscritti al Libro genealogico nel 2021: è il valore più alto degli ultimi dieci anni, contro i 158.125 del 2019 (+40.047 iscritti). Il numero totale di cani registrati dalle anagrafi regionali è ufficialmente di 13.932.258 milioni di soggetti (proprietari e affidati ai rifugi), essendo la registrazione anagrafica obbligatoria solo per questa specie. La Lombardia è l'unica regione ad avere introdotto l'obbligo di identificazione e registrazione per i gatti (dal 2020) ma, con l'imminente legislazione nazionale, l'identificazione e la registrazione saranno estese a tutti gli animali da compagnia, restituendo uno scenario più fedele della demografia dei cosiddetti pet. La nascita dell'Anagrafe Nazionale degli Animali da Compagnia, auspicio costante nei Rapporti Assalco Zoomark, è in via di implementazione e si chiamerà SINAC (Sistema di Identificazione Nazionale degli Animali da Compagnia). Con il nuovo sistema informativo degli animali da compagnia, il Ministero della Salute potrà ulteriormente monitorare il fenomeno del randagismo, che resta una sfida importante nonostante una diminuzione degli animali randagi sul territorio. Il numero di ingressi nei canili sanitari nel 2020 è stato di 76.192 animali, fra cani e gatti, mentre nel 2021 è sceso a 72.115. Stimolare le adozioni con agevolazioni fiscali nel mantenimento dei pet adottati costituirebbe un vantaggio in termini di sanità e di spesa pubblica. (Fonte: salute.gov, 2022)

È in via di implementazione una anagrafe telematica nazionale di tutti gli animali da compagnia

La diffusione degli animali da compagnia in Italia (il terzo Paese in Europa dopo Germania e Francia) si lega ai benefici della relazione affettiva sulla qualità della vita. Tra chi possiede un animale domestico la quota di quanti si dicono in buona o ottima salute arriva al 57%, mentre tra chi non ha animali domestici in casa la percentuale scende al 48% (Censis, 2022). I dati sulle condizioni di salute degli *over 65* sono

indicativi: il 30% del totale dichiara di avere una salute ottima o buona e il 18% si trova in una condizione fisica insufficiente o pessima. Indicativo, inoltre, il dato che l'animale è molto presente anche nelle case di chi è single (54%). (Censis, 2022) Chi possiede un animale afferma con convinzione che la sua qualità della vita grazie a lui è migliorata. “Mi sento meno solo grazie al mio amico animale” è quanto ha dichiarato l'85% dei proprietari di cane e il 91% dei proprietari di gatto. L'80% dei bambini si sentono più sereni e tranquilli, grazie alla presenza di un gatto o di un cane. (Altroconsumo, 2021).

Tra i fattori di prevenzione e benessere degli animali da compagnia, quelli a cui i Medici Veterinari attribuiscono la maggiore sono: una corretta alimentazione/ nutrizione del pet, seguita dall'uso di prodotti di igiene e di pulizia e dalle occasioni di vita attiva, come passeggiate e frequentazione di aree libere o dedicate agli animali da compagnia. I Medici Veterinari si dichiarano d'accordo con l'assunto che gli alimenti industriali preconfezionati (pet food) offrano garanzie di sicurezza alimentare e di appropriatezza nutrizionale e che queste garanzie siano superiori a modelli alimentari alternativi (es. dieta “a crudo” o vegana) o casalinghi, come la condivisione di pasti/avanzi della famiglia. I Medici Veterinari si dichiarano molto d'accordo con l'assunto che il pet food offra formulazioni indicate per prevenire e affrontare stati di malattia o patologie.

Tra i principali fattori di benessere dei pet: corretta alimentazione, igiene e vita attiva

Il volume d'affari e i redditi

L'ultima dichiarazione IVA disponibile, consegnata nel 2022 per l'anno d'imposta 2021 dai Medici Veterinari, indica un volume d'affari pari a 1.021.504.630 euro (fonte: Enpav). Il dato è più alto del biennio precedente (2019-2020) con una tendenza di crescita avvalorata dall'ultimo triennio statistico pubblicato dal Ministero delle Finanze in relazione ai Modelli ISA (Indici Sintetici di Affidabilità Fiscale). Nel triennio 2018/2020, il dato medio per singolo contribuente Veterinario soggetto alla presentazione del Modello ISA, realizza un andamento ascendente sia nel volume di ricavi/compensi che nel reddito.

DATI STATISTICI -DICHIARAZIONI ISA- (Media annuale per singolo contribuente)

	2018	2019	2020
*Reddito	28	34,4	39
*Ricavi e compensi	62,2	84,2	93
Contribuenti dichiaranti	9.472	6.694	6.570

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Mef/Agenzia delle Entrate - Valori in migliaia di euro

Per un dettaglio sul volume d'affari delle strutture veterinarie per animali da compagnia, si rimanda al successivo capitolo “Le strutture veterinarie”.

I numeri della spesa veterinaria

La spesa veterinaria trasmessa dai Medici Veterinari al Sistema Tessera Sanitaria, nel 2021, è stata pari a 693 milioni di euro: + 45, 91 mln rispetto al 2019 e +217,55 mln rispetto al 2016. Lo si evince dalla tabella sottostante, tratta dal Monitoraggio della Spesa Sanitaria (rapporto n.9/2022) della Ragioneria dello Stato.

SPESE VETERINARIE PER ANIMALI DA COMPAGNIA

Spesa veterinaria trasmessa al Sistema TS per il 730-precompilato

Inviati	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2021 vs 2020
Veterinari	475,51	520,01	561,30	647,28	512,86	693,16	180,30

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: Fonte: Mef - Valori in milioni di euro e variazioni assolute

Il Sistema TS (Tessera Sanitaria) è utilizzata (art. 3 del D. Lgs n. 175/2014) anche per la trasmissione all’Agenzia delle entrate delle spese veterinarie sostenute dai cittadini ai fini della predisposizione della dichiarazione dei redditi precompilata. Vi confluiscono le spese veterinarie sostenute per le cure di animali detenuti a scopo di compagnia dalle persone fisiche. Dai dati della Ragioneria dello Stato emerge che dopo la temporanea inversione di tendenza del 2020, la rilevazione della spesa veterinaria nel 2021 ha ripreso il suo trend crescente.

Le spese veterinarie sono trasmesse al Sistema TS per le detrazioni fiscali

Una libera professione

Lo slancio sociale per il possesso di un animale da compagnia si riflette sulla propensione delle nuove generazioni veterinarie ad esercitare la professione in questo settore. Almeno il 50% degli studenti in medicina veterinaria (Fonte: Nomisma) nel 2022 si dichiarava orientato ad esercitare la medicina degli animali da compagnia e a considerare (32%) questo sbocco professionale tra i più richiesti e promettenti. Al contrario il fabbisogno di medici veterinari, programmato dal Ministero della Salute, evidenzia una crescente esigenza di professionalità dedite ai settori della sanità pubblica, della sicurezza alimentare e degli allevamenti a scopo di produzione alimentare.

Esulando dai settori, l’esercizio della professione veterinaria resta sostanzialmente privato: è svolto per l’82% in regime libero professionale, rispetto a un universo di riferimento che tocca i 35.000 iscritti all’Ordine professionale (34.727 nel 2021, fonte FNOVI) di cui il 48% sono donne.

L’82% dei Medici Veterinari esercita la professione in regime privato

Le strutture veterinarie

Sono attive in Italia 8.596 strutture veterinarie private, così suddivise (escludendo i laboratori di analisi): 6.602 ambulatori; 858 studi; 1.062 Cliniche; 74 Ospedali Veterinari. La tipologia è normata dall’Accordo tra il Ministero della salute e la Conferenza delle Regioni del 26 novembre 2003 che definisce i requisiti strutturali, tecnologici ed organizzativi minimi richiesti ai fini dell’autorizzazione di legge ad erogare le prestazioni veterinarie.

STRUTTURE VETERINARIE PRIVATE

Autorizzazioni totali: 8.596

Ambulatori	Studi	Cliniche	Ospedali Veterinari.
6.602	858	1.062	74

Rapporto Assalco – Zoomark 2023: fonte ANMVI, sono esclusi laboratori di analisi veterinari

Si tratta per il 62% di strutture mono titolari e per il 27% di associazioni professionali. La propensione alla forma societaria (di persone o di capitale) e di società tra professionisti (STP) risulta ridotta. Il 71% dei Medici Veterinari si dichiara anche non interessato a cedere la propria struttura a corporate o network veterinari. Quanto alla presenza strutturale di soci/associati, prevalgono le strutture con 1 solo

socio/associato (59% dei casi), seguite da un 28% che ne conta al massimo fino a 2. Il numero dei titolari con 3 o 4 soci/associati è residuale.

La diversa tipologia della struttura comporta significative differenze nell'organizzazione della professione, degli spazi occupati e nel giro di affari dichiarato. Una struttura tradizionale (studio/ambulatorio) ha una dimensione media di 89 mq ed è gestita in media da 1 solo titolare. L'età media dei titolari di struttura veterinaria è di 52 anni. Solo un terzo delle strutture è gestito da titolari under 40 (il 35% delle strutture) che si orientano sulla struttura semplice (studio/ambulatorio). Quanto alle risorse umane in una struttura veterinaria ci sono in media 3,2 professionisti compreso il Titolare. Il 73% dei Titolari non ha dipendenti laici (la media nazionale dei dipendenti non Veterinari è dello 0,5%). Tra i profili in ascesa c'è quello del Tecnico Veterinario, un profilo formato e inquadrato da un CCNL di comparto (Confprofessioni) sul quale si è modellata la Norma UNI che ne disciplina le caratteristiche ausiliarie. Secondo l'ANMVI, fautrice dello sviluppo in Italia del Tecnico Veterinario, anche l'organizzazione delle strutture veterinarie semplici sarà in prospettiva portata a considerare il supporto infermieristico come un arricchimento gestionale interno e un servizio al paziente/cliente.

Nelle strutture veterinarie italiane si osserva un generale sforzo di investimento, iniziato prima della pandemia, che si riflette sui dati della tipologia di prestazioni erogate, ma che non segna una marcata incidenza sul rientro economico: l'ambulatorio ha un giro d'affari medio di 103 mila euro/anno, la clinica di 245 mila/ anno.

È un settore espansivo che ha investito sull'innovazione tecnologica e che ha sviluppato l'offerta di prestazioni specialistiche: quello delle strutture veterinarie italiane per la cura degli animali da compagnia è un settore in crescita nei numeri e nello sviluppo. L'83% delle strutture italiane eroga consulenze specialistiche, il 63,8% chirurgia avanzata. Lo sviluppo della dimensione specialistica è un riflesso della crescita scientifica e tecnologica della medicina veterinaria e di una domanda di cure veterinarie sempre più esigente oltre la soglia della medicina di base.

All'interno delle strutture si osserva una generale ristrutturazione della dotazione strumentale e delle attrezzature, soprattutto nella diagnostica (ecografo, radiografico, elettrocardiografo) e nella chirurgia (l'apparecchio per l'anestesia gassosa segna un balzo d'ingresso nella dotazione strumentale, con valori più significativi nelle cliniche). La telemedicina viene segnalata per la prima volta nel 2021, attivata dal 13,7% indipendentemente dalla tipologia della struttura. Per effetto delle restrizioni alla mobilità, dal 2020 è aumentato il ricorso alle visite solo su appuntamento, una modalità gestionale che l'86,5% dei Medici Veterinari ha mantenuto. Le nuove tecnologie digitali sono presenti e utilizzate: solo un veterinario su dieci non utilizza ancora internet per scopi professionali. L'82% delle strutture è presente in rete principalmente con un sito e/o una pagina Facebook, soprattutto quelle più grandi; mentre Google/Maps è una risorsa importante per quelle più piccole.

Le strutture veterinarie hanno innovato la loro dotazione tecnologica e strumentale

L'offerta di prestazioni e la dotazione strumentale sono ormai ampie, diversificate e diffuse; meno in evoluzione le prestazioni collaterali all'attività di cura (servizi e prestazioni accessorie). Continua la tendenza di crescita per la dispensazione di farmaci all'interno delle strutture veterinarie; inizia a segnare un incremento significativo il servizio di "pet corner". Le motivazioni che scoraggiano i Veterinari oggi dal dispensare i farmaci sono soprattutto quelle fiscali legate all'applicazione dell'aliquota IVA massima del 22%. La propensione al servizio di pet corner sale laddove cresce anche la dispensazione dei farmaci. Le cliniche cedono il farmaco nell'86% dei casi, mentre gli studi e gli ambulatori che praticano la cessione si fermano al 57% del loro totale. Si dispensano prodotti che vanno dagli otologici per l'igiene e la cura delle orecchie agli integratori alimentari, passando per gli alimenti dietetici.

La consulenza nutrizionale resta un servizio residuale. I Medici Veterinari consigliano ai proprietari direttamente l'acquisto di pet food confezionato, una preferenza che sale al 97% se il paziente animale presenta patologie. Il pet food industriale offre verificate garanzie di qualità e sicurezza essendo i prodotti, secchi o umidi, supportati da evidenza scientifica e sorretti da controlli di sicurezza alimentare, alla materia prima e nel processo industriale.

Gli animali, la Costituzione e il Fisco

Il Codice penale italiano tutela il sentimento per gli animali e la giurisprudenza ha più volte sancito la punibilità del proprietario che, di fronte al bisogno, neghi le cure veterinarie è una forma di maltrattamento. Dai dati Eurispes emerge che l'87% degli italiani nutre sentimenti positivi nei confronti degli animali; per il 51,3% si tratta di un vero e proprio affetto, mentre il 35,9% dichiara di attribuire a tutte le specie viventi un doveroso rispetto. (Eurispes, 2023). Questi dati aiutano a comprendere la storica modifica costituzionale che si è perfezionata nel 2022 con la Legge. cost. 11 febbraio 2022, n. 1. L'articolo 9 della Costituzione italiana oggi recita: "La legge dello Stato disciplina i modi e le forme di tutela degli animali".

Ai dibattiti sulla portata giuridica dell'innovazione costituzionale si affiancano posizioni entusiaste e altre più scettiche riguardo ad una conseguente svolta nell'approccio alla salute animale, intesa come bene di rilevanza pubblica oltre che per il singolo pet. I Medici Veterinari chiedono l'aliquota agevolata (al 10%)

sulle cure veterinarie e sul pet food per una fiscalità più equa, per il benessere animale e contro l'abbandono. Lo scorso mese di marzo, all'annuncio della riforma fiscale, l'Associazione ha inviato alla Presidenza del Consiglio dei ministri, al Ministero delle Finanze e al Ministero della Salute quattro richieste:

1. La collocazione delle prestazioni veterinarie nell'aliquota agevolata IVA (al pari dei medicinali veterinari) in quanto dichiarate "servizi essenziali" alla sanità animale e alla sanità pubblica;
2. La valutazione di una aliquota zero (esenzione da IVA) per le prestazioni veterinarie corrispondenti ad obblighi di legge (es. identificazione e registrazione degli animali da compagnia) o riconducibili ai livelli essenziali di assistenza (es. sterilizzazione anti-randagismo) o ad azioni di tutela della sanità pubblica (es. vaccinazioni/trattamenti anti-zoonosi);
3. La collocazione nello scaglione agevolato IVA dei prodotti alimentari (pet food);
4. La salvaguardia della detraibilità fiscale delle spese veterinarie.

Un'autentica
politica one health
dovrebbe ridurre le
aliquote IVA

In un'ottica concretamente *One Health*, l'ANMVI ritiene necessario e urgente un intervento di razionalizzazione fiscale.

