Redazione Omnis*magazine*
Via del Battirame, 6/3a · 40138
Bologna - Italy
Tel +39 051 531800
E-mail: redazione@omnismagazine.com
Website: www.omnismagazine.com

TESTO DI FOTO DI
Elena Tibiletti e A. Maresca *Redazione*

Pet sempre più antropizzati, diete vegane e vestiti fashion

Ormai i nostri amici quattrozampe sono trattati come essere umani snaturandone la loro essenza animale. Le proposte di un mercato che non conosce la crisi

Mentre il mercato agroalimentare è in crisi (non tanto perché mangiamo di meno, ma soprattutto per questioni di portafoglio), quello del cibo destinato all'alimentazione dei nostri amici animali (petfood) continua a crescere e ormai sfiora i 2 miliardi di euro. Per la precisione nel 2016 ha raggiunto il valore di 1 miliardo e 971 milioni di euro, con una crescita del 2,7% rispetto all'anno precedente. Nel 2016 sono state commercializzate ben 559.300 tonnellate (+ 1,3% sul 2015) di prodotti per l'alimentazione di cani e gatti, segmento principale del mercato petfood.

Possiamo dunque anche tagliare il nostro conto della spesa, ma ai nostri amici a quatto zampe non facciamo mancare nulla. Oltretutto è finita l'epoca degli avanzi della tavola umana rifilati al cane. A questo, infatti, vengono riservati cibi accuratamente preparati che vanno a comporre diete equilibrate e complete, specifiche per tipologia di animale, età e condizioni fisiche.

Il mercato del petfood fa riferimento a una significativa popolazione di animali domestici (pet). Si stima la presenza nelle nostre case e nei nostri giardini di 7 milioni di cani mentre i gatti sono addirittura 7 milioni e mezzo. I dati di riferimento sono riportati nel compendio annuale pubblicato da Assalco, Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia, realizzato in collaborazione con Zoomark, Salone dei prodotti e delle attrezzature per animali domestici, che si tiene alla Fiera di Bologna.

Se si prendono in considerazione anche i quasi 30 milioni di pesci, i 12,9 milioni di uccellini, 1,8 milioni di piccoli mammiferi (criceti, conigli e altri animali soprattutto roditori), e 1,3 milioni di rettili gli animali da affezione vanno a costituire un esercito di 60 milioni di individui. Praticamente lo stesso numero degli abitanti del nostro Paese.

Nel rapporto viene evidenziato che i mercato dell'alimentazione per cani e gatti continua a dimostrare una notevole vivacità. Nel quadriennio 2013-2016 il mercato si è sviluppato con un tasso di crescita composto pari a +3,2% in valore. Il petfood per il gatto rappresenta il 53,2% del totale del mercato (alimentari, petshop tradizionali e catene) in termini di fatturato sviluppando 1 miliardo 48 milioni di euro e un volume di 250.306 tonnellate. Il rimanente 46,8% di alimenti per cani ha un valore di 923 milioni di euro.

Lo scorso anno hanno registrato una variazione a valore positiva tutti i principali sottosegmento dell'alimentazione per cane e gatto (umido, secco e snack). In particolare gli snack funzionali e fuori pasto hanno registrato dinamiche di crescita a due cifre (+10,3% a valore), confermandosi il segmento più dinamico.

Non deve stupirci, quindi, che fra le nuove proposte per l'alimentazione del cane siano oggi compresi mangimi realizzati con materie prime di qualità praticamente umana, biologiche e anche vegane, né tanto meno che siano veterinari nutrizionisti a studiare accuratamente le formulazioni, e veri e propri chef a realizzarli.

L'edizione 2017 di Zoomark International, la fiera professionale b2b più importante in Europa sui prodotti e le attrezzature per gli animali da compagnia che si tiene nel mese di maggio degli anni dispari nei padiglioni della Fiera Bologna, ha visto la partecipazione di 735 aziende espositrici (615 nel 2015, con un aumento del 17%), provenienti dall'Italia e da altri 42 Paesi di tutto il mondo (35 nel 2015, +19%), distribuite su 5

padiglioni (erano 4 nel 2015) per una superficie espositiva totale di circa 50mila mq. Tutto ciò a testimonianza della vivacità e della rilevanza economica del settore.
In quanto ai contenuti, l'indicazione è molto netta: il quattrozampe che vive con noi sta subendo un'antropizzazione eempre più spinta, e in questa direzione stanno andando tutte le innovazioni che caratterizzano il settore.

EVOLUZIONE DEGLI ALIMENTI

Dopo la puntata di Report (Rai 3) del dicembre 2015 in cui veniva sollevato il tema della qualità dell'alimentazione dei pet, tutte le aziende si sono impegnate a offrire un petfood più sano. Qualcuno ha migliorato la qualità delle materie prime, avvalendosi di carni, pesci, cereali e verdure per uso umano. Tante aziende hanno lanciato la linea biologica: stesse ricette con materie prime animali e vegetali certificate bio. Quasi tutte hanno abolito i conservanti artificiali. Molte hanno eliminato i cereali (alimenti *grain free*), perché in natura non sono presenti nella dieta degli omologhi selvatici (lupo e gatto selvatico) il cui intestino non è predisposto per digerirli. Altre invece impiegano solo cereali anallergenici, come il riso, o "alternativi", come la quinoa o l'amaranto (che cerealinon sono).
Tantissimi gli alimenti monoproteici, ossia con una sola fonte di carne (solo manzo, maiale, ma anche solo cinghiale o renna…), per ridurre le intolleranze e allergie alimentari sempre più frequenti fra i pet. Da segnalare anche le aggiunte di estratti vegetali, bacche di goji, tarassaco ed echinacea, nell'intento di allungare la vita ai quattrozampe, così come avviene per noi umani. Si tratta di sostanze che migliorano il metabolismo, rallentano l'invecchiamento e riducono le infiammazioni, responsabili nel tempo dell'insorgenza di malattie anche gravi.
Per i seguaci della dieta Barf (a base di ossi e carni crude) il mercato propone i surgelati (sia carni e ossi da preparare al momento, sia piatti già pronti da cuocere al microonde) e i kit con cereali e verdure disidratatea cui aggiungere solo la carne fresca.
Infine ci sono alimenti secchi e umidi vegani per cane e per gatto. Tutti studiati da veterinari nutrizionisti, che assicurano il corretto apporto di proteine e grassi
per entrambe le specie, senza che queste sostanze provengano da animali.
Naturalmente se gli animali fossero liberi di scegliere, preferirebbero senza dubbio mangimi di origine animale. Nonostante ciò le aziende hanno voluto a tutti i costi incontrare le scelte di vita degli umani che, essendo anche vegani, trovano insopportabile somministrare ai propri quattrozampe alimenti animali…

ALCUNI ECCESSI
Accanto ai tanti accessori per i nostri quattrozampe della cui utilità e beneficio non si discute, altri lasciano invece adito a dubbi circa l'eccesso si antropomorfizzazione.
Ormai sono abbastanza numerose le aziende che propongono "dolci" per cani e gatti: alimenti sfiziosi, preparati con ingredienti adatti ai pet ma dalle sembianze di cibi umani, come torte, budini, gelati, ghiaccioli, pasticcini, caramelle ecc., anche decorabili con gli auguri di compleanno.
Molto più vasta la produzione di vestitini (in genere per chihuahua) per ogni occasione: dall'abito da sposa/tight a quello da ballo ai pigiamini, passando per i cappottini in montone e le tutine da jogging. Volendo, si può anche scegliere l'accessorio fashion.
Segue a ruota l'offerta di cucce che diventano in miniatura divani in pelle o pelliccia, letti a baldacchino, cassettoni in stile shabby-chic di gran moda o vere e proprie casette con stanze e letti: perché ogni cuccia dev'essere in sintonia con l'arredamento della casa umana.
Per un pet sempre pulito e profumato sono disponibili shampoo e balsami, lucidanti, setificanti, volumizzanti, intensificatori della colorazione del mantello ecc., e altrettante decine di profumi che spaziano dalla vaniglia al cioccolato fino alle "imitazioni" dei profumi per umani…
Cresce anche l'offerta di passeggini per cani e qualcuno ha pensato anche ai pet disabili introducendo specifici deambulatori.