

â??Catnomicsâ?•, i gatti fenomeno economico globale: valgono oltre 100 miliardi di euro

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Non sono piÃ¹ soltanto animali domestici, ma veri e propri protagonisti dellâ??economia internazionale. I gatti stanno conquistando mercati, scaffali della grande distribuzione, piattaforme e-commerce e persino il settore del turismo, dando vita a un fenomeno globale che ha giÃ un nome: Catnomics. Una nuova industria alimentata dalla crescente umanizzazione dei felini e dalla disponibilitÃ dei pet parent a investire sempre di piÃ¹ nel loro benessere. Il caso piÃ¹ emblematico Ã¨ quello del Giappone dove, secondo le stime del professor Katsuhiro Miyamoto della Kansai University, lâ??impatto economico della cosiddetta â??Nekonomicsâ?•, il nome nipponico del trend, sfiorerÃ nel 2026 i 3.000 miliardi di yen, pari a quasi 17 miliardi di euro.

Ma il fenomeno non riguarda soltanto il mercato giapponese: negli Stati Uniti le famiglie con almeno un gatto sono arrivate a 53 milioni, mentre in Cina il mercato felino cresce piÃ¹ velocemente di quello canino. Un fenomeno raccontato anche dal The Guardian, che ha evidenziato come la cultura felina alimenti un ecosistema di consumi che comprende cat cafÃ©, turismo, merchandising, libri, videogiochi e prodotti lifestyle. Anche El PaÃs, nellâ??approfondimento dedicato al trend, ha analizzato le dimensioni economiche e sociali di questa crescente passione.

Il Giappone conta circa 8,8 milioni di gatti domestici, piÃ¹ dei cani, e una cultura popolare in cui il felino Ã¨ diventato protagonista anche di marketing, intrattenimento e destinazioni turistiche. Ma a quanto ammonta il giro dâ??affari globale legato alla â??economia felinaâ?•? Secondo il piÃ¹ recente report sul comparto realizzato da PW Consulting, i consumi a livello internazionale legati ai gatti assorbono il 38,5% dei consumi dellâ??intero comparto pet, per una cifra che ha superato nel 2025 i 100 miliardi di euro e che Ã¨ destinata secondo le stime a esplodere nei prossimi anni. Ã? quanto emerge dal monitoraggio condotto dallo Schesir Respect My Nature Index su un ampio panel di testate internazionali e indagini di mercato, coinvolgendo anche esperti del settore.

Anche lâ??Italia conferma questa trasformazione: secondo il Rapporto Assalco-Zoomark 2026, lâ??alimentazione per gatti vale circa 2,35 miliardi di euro e rappresenta il 56% del mercato alimentare

dedicato a cani e gatti, con una crescita del 4,3% crescita annuale del segmento felino. Il quadro italiano evidenzia inoltre una popolazione in continua espansione: dai 10,2 milioni del 2022 presenti nel 22% delle famiglie, si Ã¨ passati ai circa 11 milioni di gatti e una presenza nel 26,7% delle famiglie nel 2025, con un incremento del 4,7% in soli 3 anni.

â??La crescita della Catnomics â?? spiega Giorgio Montefusco, Marketing & trade marketing director di Schesir â?? riflette un cambiamento profondo nel modo in cui le persone vivono il rapporto con i propri gatti: se da un lato sono sempre piÃ¹ considerati a tutti gli effetti membri della famiglia, dallâ??altro spesso mancano le conoscenze in merito ai loro bisogni fisiologici specifici, soprattutto dal punto di vista nutrizionale: nello sviluppo di questa â??economia felinaâ?? Ã¨ fondamentale quindi riconoscere la natura dei gatti, portando al centro del discorso il rispetto per il loro dna. A livello globale, e in particolare in Italia, cresce infatti la richiesta di prodotti capaci di coniugare qualitÃ , appetibilitÃ e rispetto delle esigenze fisiologiche e comportamentali del gatto. Non si tratta soltanto di offrire unâ??alimentazione premium, ma di rispondere a una sensibilitÃ piÃ¹ evoluta, che mette al centro la natura e il benessere dellâ??animale. Per i brand, la sfida Ã¨ tradurre questa consapevolezza in soluzioni concrete, efficaci e avanzate, capaci di rispettare la biologia felina e accompagnare una relazione sempre piÃ¹ autentica tra gatto e pet parentâ?•.

default watermark

Anche negli Stati Uniti il mercato felino sta attraversando una fase di forte espansione. Secondo lâ??ultimo rapporto dellâ??American Pet Products Association, nel 2025 le famiglie americane con almeno un gatto hanno raggiunto quota 53 milioni, pari al 39% dei nuclei domestici e in crescita del 5% rispetto allâ??anno precedente. A trainare il fenomeno sono soprattutto gli uomini della Gen Z, sempre piÃ¹ identificati come â??cat dadsâ?•. Il rapporto evidenzia infatti come gli uomini rappresentino il 43% dei proprietari americani di gatti, mentre la presenza di felini tra gli uomini della Gen Z Ã¨ aumentata del 27% in un solo anno. Complessivamente le famiglie con almeno tre gatti sono cresciute del 45% dal 2018 e la spesa annuale per il cibo per gatti ha raggiunto 337,5 dollari per proprietario, con un aumento del 9% rispetto al 2024. Il fenomeno Ã¨ stato ripreso anche da Petfood Industry, che sottolinea come i nuovi consumatori stiano modificando le dinamiche dâ??acquisto, alimentazione e cura quotidiana dei felini.

Unâ??altra fotografia significativa arriva dalla Cina, dove il mercato felino mostra una dinamica evolutiva superiore a quella canina. Secondo il China Pet Industry White Paper 2026, nel 2025 i gatti nelle aree urbane cinesi hanno raggiunto 72,9 milioni di esemplari, contro 53,4 milioni di cani. Il mercato legato ai gatti Ã¨ quindi inevitabilmente cresciuto del 5,2%, mentre quello canino si Ã¨ fermato al 3,2%. Anche la spesa media individuale per il gatto ha registrato un incremento superiore a quella per il cane. Unâ??evoluzione che conferma come il segmento felino stia diventando uno dei principali motori della crescita della pet economy asiatica. Ma non Ã¨ tutto: come riportato dal portale locale TVB.com, a Hong Kong sta emergendo un nuovo segmento della Catnomics, ovvero la â??Silver cat economyâ??, legata allâ??invecchiamento dei gatti e alla crescente propensione dei proprietari a investire nella loro salute e nella loro longevitÃ .

Numeri che secondo gli esperti del settore raccontano come il rapporto coi gatti stia diventando una delle nuove leve della pet economy internazionale capace di andare oltre il semplice rapporto tra umano e animale.

â??La Catnomics â?? conclude Giorgio Montefusco, marketing & trade marketing director di Schesir â?? rappresenta quindi oggi molto piÃ¹ di un mercato alimentare, ovvero un fenomeno trasversale che coinvolge retail, lifestyle, turismo, design, tecnologia e salute. Dalla Nekonomics giapponese ai â??cat dadsâ?? americani, fino alla crescita del segmento felino italiano, il gatto si sta affermando come uno dei protagonisti della trasformazione dei consumi contemporanei. Una nuova economia in cui il valore non Ã¨ generato soltanto dal possesso dellâ??animale, ma dalla relazione quotidiana con lui: un legame emotivo che si traduce sempre piÃ¹ in prodotti, servizi e nuove opportunitÃ di mercato capaci di rispettare la natura dei gatti e dei loro bisogni specificiâ?•.

â??

cronaca

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

default watermark

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Novembre 18, 2026
Autore
redazione