



Fido scopre la tecnologia: in Italia è boom di «pet wearable»

ilsole24ore.com/art/fido-scopre-tecnologia-italia-e-boom-pet-wearable-ACWP2JW



3' di lettura

In Italia sta crescendo in fretta una nicchia dell'Internet delle Cose che pochi conoscono: quella degli animali domestici. Secondo il Censis il nostro è infatti il secondo Paese in Europa per numero di amici a quattro zampe, con **7,3 milioni di gatti e 7 milioni di cani, presenti nel 38,8% delle abitazioni** (con picchi del 55% tra gli over 65). Con 53,1 animali da compagnia ogni cento abitanti, l'Italia si colloca al secondo posto in Europa: dietro l'Ungheria (54,2 ogni 100 persone), ma prima di Francia (49,1), Germania (45,4), Spagna (37,7) e Regno Unito (34,6).

E' un mercato dalle grandi potenzialità. Nel 2017 **le famiglie italiane hanno speso 5 miliardi di euro** per la cura e il benessere dei loro animali domestici (+12,9% negli ultimi tre anni): in media 371,4 euro l'anno per ogni famiglia con animali, destinati a cibo, collari, guinzagli, gabbie, lettieri, toletta, cure veterinarie.

Secondo Euromonitor International, **nel 2017 a livello globale il mercato degli animali domestici valeva 109 miliardi di euro**, facendo registrare una **crescita annuale del 14%**, con un giro d'affari stimato per il 2025 a quota 178 miliardi di euro. Soltanto in Europa sono registrati circa 140 milioni di cani e gatti, secondo i dati Assalco 2019, 7 milioni dei quali vengono smarriti ogni anno per non essere mai più ritrovati nel 18% dei casi.

Presto questa nicchia di mercato, già tradizionalmente importante soprattutto in Italia, raccoglierà i frutti dell'innovazione tecnologica. **I dispositivi digitali indossabili dagli animali domestici, i cosiddetti "pet wearable", aggiungeranno al giro d'affari**



complessivo 3,2 miliardi di euro entro il 2024, grazie alla tendenza dei millennials a utilizzare sempre più i device tecnologici per monitorare e localizzare i loro amici a quattro zampe, come nota Wakefield Research.

Si tratta di un mercato che sta generando **diverse startup a livello europeo**, tra le quali si segnala per dinamismo **l'italiana Kippy**, fondata nel 2014 da Simone Sangiorgi e Marco Brunetti. In questi giorni la startup milanese ha lanciato **uno dei pet tracker più avanzati al mondo**, Kippy EVO, frutto di tre anni di studio in collaborazione con l'Università di Bologna e con il Dipartimento di Medicina Veterinaria dell'Università di Milano.

«È un dispositivo unico nel suo genere» - spiega il co-fondatore Simone Sangiorgi. «Attraverso un'app dedicata sul proprio smartphone, Kippy EVO permette di **sapere cosa sta facendo il nostro animale domestico in qualsiasi momento**, localizzando in tempo reale la sua posizione, verificando la sua attività motoria (corsa, sonno, gioco) e ricevendo messaggi personalizzati per conoscere meglio i suoi bisogni e il suo stato di benessere. Un prodotto che con il tempo si è evoluto, fornendo nuove funzioni per il benessere degli animali».

L'anno scorso Kippy ha venduto 70mila device, fatturando 3,4 milioni di euro (+95% rispetto al 2017) con l'obiettivo di raddoppiare i ricavi a quota 7 milioni di euro entro l'anno prossimo. Sempre nel 2018 sono cresciute anche le attivazioni dei servizi in abbonamento (+369% rispetto all'anno precedente), con un totale di 17mila utenti attivi e un target di oltre 300mila abbonati entro il 2023.

Il device viene **venduto in 30 Paesi grazie al doppio canale fisico e virtuale**: da una parte l'e-commerce diretto o con Amazon, dall'altra le partnership con grandi operatori (tra cui Vodafone ed Europ Assistance) e con catene retail, per un totale di oltre tremila punti vendita attivi nel Vecchio continente.

Sul fronte finanziamenti, **la startup milanese dopo aver incassato due round (uno da 300mila euro nel 2015 e uno da un milione di euro nel 2017) è impegnata in una campagna di crowdfunding che in poco più di dieci giorni ha già raccolto quasi 600mila euro** sulla piattaforma Mamacrowd.com, con l'obiettivo massimo di raggiungere un milione di euro entro il 9 settembre.

«La campagna ci aiuterà a raccogliere i fondi necessari per sviluppare ulteriormente il prodotto e lanciare il Kippy Cat - spiega il co-fondatore Marco Brunetti - un prodotto ideato appositamente per i gatti, oltre che a sviluppare ulteriormente l'e-commerce per la distribuzione retail».