



ASSALCO

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



ZOOMARK

an event by



XVIII edizione RAPPORTO ASSALCO – ZOOMARK 2025

Alimentazione e cura degli animali da compagnia
Pet come elemento evolutivo della società:
relazione, integrazione e diritti

SINTESI

con il contributo di



Circana.



ANMVI

ASSOCIAZIONE NAZIONALE MEDICI VETERINARI ITALIANI



Indice

AREA MERCATO	5
Infografica economica – Pet: popolazione e mercato.....	7
IL MERCATO DEGLI ALIMENTI E DEI PRODOTTI PER ANIMALI DA COMPAGNIA: DIMENSIONI E TREND.....	9
ALIMENTI PER ALTRI ANIMALI DA COMPAGNIA.....	13
ACCESSORI E LETTIERE	14
E-COMMERCE NEL SETTORE PET	17
La panoramica del mercato e-commerce del pet food	17
L’analisi delle piattaforme e la stima del mercato: la ricerca di Casaleggio Associati	18
Chi acquista online? La ricerca Trovaprezzi.....	18
AREA SOCIALE	19
LA POPOLAZIONE PET IN ITALIA	20
Verso un’Anagrafe Nazionale degli animali da compagnia.....	20
PET MONITOR 2025 – CONSIDERAZIONI SUL MERCATO DEL PET FOOD	21
I pet owner	21
I pet retailer.....	22
Le nuove tendenze alimentari: supplements / “prodotti complementari”	22
GLI ACCESSORI PER GLI ANIMALI DA COMPAGNIA: UNO STUDIO NOMISMA	23
Il ruolo degli acquisti non-food nelle spese pet degli italiani	23
Il punto di vista dei pet shops specializzati sul mondo non-food.....	24
GLI ANIMALI DA COMPAGNIA COME FONTE DI BENESSERE: EVIDENZE ECONOMICHE E SOCIALI	26
I pet: una presenza preziosa per i senior	26
Il contributo dei pet alla salute mentale: le evidenze dell’Istituto Superiore di Sanità.....	26
ANIMALI DA COMPAGNIA IN UFFICIO: UNA TENDENZA IN CRESCITA ANCHE IN ITALIA.....	27
ANIMALI D’ASSISTENZA: A TUTELA DEL TERRITORIO E DELLA SALUTE PUBBLICA.....	28
Cani sentinella contro la Xylella	28
Arson dog: cani specializzati nella ricerca di sostanze acceleranti	28
Contrasto alla peste suina africana	28
“Tartadogs”: cani a tutela della biodiversità marina	28
Cani da orso per un intervento dissuasivo.....	28
Cani antimina e bonifiche umanitarie	28
Cani per la lotta al traffico di droghe sintetiche.....	29
L’EVOLUZIONE DELLA NORMATIVA ITALIANA ED EUROPEA A TUTELA DEGLI ANIMALI DA COMPAGNIA ...	30
Un Commissario europeo per la salute e il benessere animale: una svolta storica per l’Unione	30
Riforma dei reati contro gli animali: una nuova impostazione giuridica e sanzionatoria	30
Nuovo Codice della strada: tolleranza zero per l’abbandono degli animali	30
Accesso alle spiagge per i pet: nuovo criterio nelle gare per le concessioni demaniali.....	30
Accesso nelle strutture sanitarie: l’esempio toscano	30

Un contributo per le cure veterinarie: il bonus “animali domestici” entra in vigore.....	30
Nuovo codice ATECO per i servizi di toelettatura: riconoscimento formale di un settore in crescita....	31
La sicurezza degli accessori per animali da compagnia nella nuova normativa unionale	31
Antitrust: attenzionati e-commerce per la vendita di pet food e prodotti veterinari.....	31
IL GREEN DEAL.....	32
AREA SALUTE	33
IL PET FOOD: UNO STRUMENTO SICURO CHE GARANTISCE UN’ALIMENTAZIONE CALIBRATA.....	34
Il ruolo del pet food nella longevità degli animali da compagnia	34
La sicurezza del pet food: un impegno condiviso fra operatori e veterinari ufficiali	34
Il Piano Nazionale Alimentazione Animale.....	34
Pet food conforme nel 99% dei casi	34
L’EVOLUZIONE DEI SERVIZI PER LA SALUTE DEGLI ANIMALI DA COMPAGNIA	35
I Medici Veterinari e le strutture veterinarie oggi	35
Riforma dell’accesso al corso di laurea in Medicina Veterinaria	35
Istituita la Giornata Nazionale per la Prevenzione Veterinaria	35
LA NUTRIZIONE DEI PET COME DIMENSIONE DEL BENESSERE GIURIDICAMENTE RICONOSCIUTA	36
Dalle improvvisazioni alle tossinfezioni alimentari.....	36
La sostenibilità della filiera industriale.....	37
Risvolti sociali ed economici.....	37
Valenza del pet nella giurisprudenza	37
IL POSSESSO RESPONSABILE NEL 2025	38
Cani e bambini: una convivenza da tutelare attraverso consapevolezza, educazione e prevenzione...38	

AREA MERCATO



POPOLAZIONE PET IN ITALIA NEL 2024

RAPPORTO ASSALCO ZOOMARK 2025



PICCOLI MAMMIFERI E RETTILI

3,2
MILIONI

CANI



9
MILIONI

GATTI



11,9
MILIONI

UCCELLI



12,7
MILIONI

PESCI



28,1
MILIONI
(1,4 milioni di acquari)

65 MILIONI

Il totale della popolazione è stabile ma cambia il rapporto tra le specie

MERCATO IN ITALIA NEL 2024

ALIMENTAZIONE CANE E GATTO

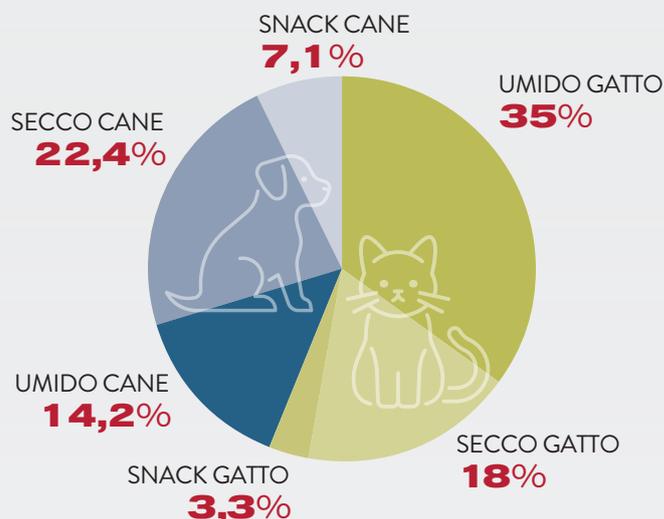
Dati a valore in milioni di euro

Canale Grocery + specializzato (Tradizionali + Catene + Petshop GDO)

3.125 MILIONI €



CAGR
Tasso medio di crescita nel periodo 2021-2024
+9,8%
a valore

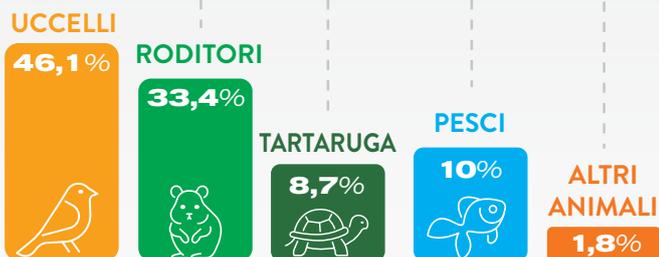


Fonte: CIRCANA

ALIMENTI PER PICCOLI ANIMALI DA COMPAGNIA:

MERCATO IN ITALIA NEL 2024 (GDO)

13,4 MILIONI €



PESO % DEI SEGMENTI

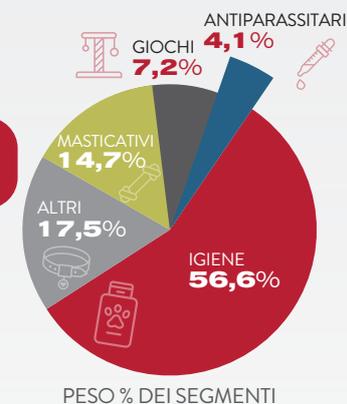
ACCESSORI

MERCATO IN ITALIA NEL 2024 (GDO)

83,7 MILIONI €

CANALE SPECIALIZZATO
Trend antiparassitari

+10,7% a valore
+6,8% unità



PESO % DEI SEGMENTI

LETTIERE PER GATTI

MERCATO IN ITALIA NEL 2024 (GDO)

102,5 MILIONI €

+2,5% vs 2023



Note infografica Pet: popolazione e mercato
GDO: Ipermercati + Supermercati + LSP
Grocery: GDO + Discount + dettaglio tradizionale
Catene Petshop: l'Isola dei Tesori, Croce

Azzurra, Arca di Noè, Italpet, Zoo Megastore, Agrizoo2. prodotti pet food e articoli per animali appartenente ad una rete di punti vendita di proprietà di un'organizzazione commerciale e logistica della moderna distribuzione (GDO).



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



An event by **Bologna Fiere Group**

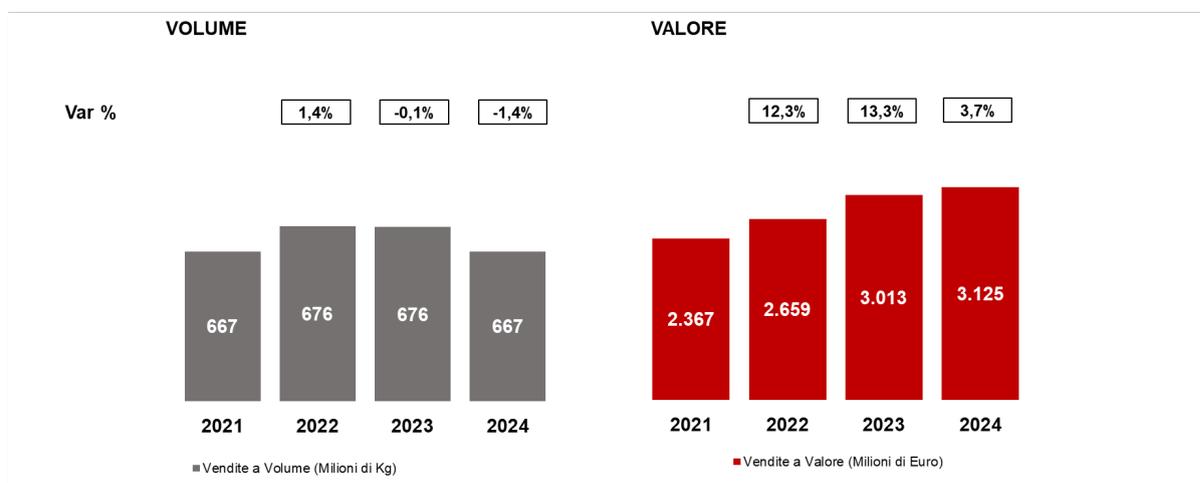


IL MERCATO DEGLI ALIMENTI E DEI PRODOTTI PER ANIMALI DA COMPAGNIA: DIMENSIONI E TREND¹

Nel 2024 il mercato del Largo Consumo Confezionato² in Italia, ovvero dei prodotti alimentari ad uso umano, bevande, prodotti per pet, cura casa e persona, ha registrato un andamento positivo con una crescita del +2,1% a valore rispetto al 2023, guidata ancora una volta principalmente dalla spinta inflattiva che si è protratta lungo il 2024. Se andiamo ad analizzare, infatti, il trend dei volumi³, il Largo Consumo Confezionato registra un +1,6%: contrazione dei consumi causata dall'erosione del potere d'acquisto degli acquirenti. Tale dato viene rilevato sulla somma dei canali Ipermercati, Supermercati, Libero Servizio Piccolo, Specialisti Casa Persona, Discount ed Online.

Un dato interessante riguarda l'aumento nell'utilizzo della leva promozionale (+1,3punti di pressione promozionale) diffusa in tutti i principali canali.

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



Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana - 52 settimane al 29 dicembre 2024

Nel 2024⁴, il mercato dei prodotti per l'alimentazione dei cani e gatti in Italia - canale Grocery e canale Specializzato - ha sviluppato un **giro d'affari che ha superato i 3,1 miliardi di euro** per un totale di **666.504 tonnellate vendute**. Il mercato dell'alimentazione per cani e gatti ha continuato a crescere, seppur con dinamiche differenti rispetto all'anno precedente. L'aumento prezzi, che ha caratterizzato il 2023, ha subito un rallentamento, tuttavia, rimane una variabile importante da considerare nella lettura degli andamenti del mercato: le vendite a valore hanno mostrato un incremento più contenuto rispetto al passato (+3,7%), mentre i volumi si contraggono leggermente riallineandosi allo stesso livello del 2021.

Alimenti per cani e gatti: crescita del fatturato (+3,7%) e un riallineamento a volume con il 2021

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 + 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 Largo Consumo Confezionato 2024: 52 settimane terminanti al 29 dicembre 2024

³ Calcolo dei volumi = Valori a prezzi costanti

⁴ Anno terminante il 29 dicembre 2024.

L'andamento a valore del mercato degli alimenti per cane e gatto registrato quest'anno si inserisce in un trend di medio periodo positivo, che segna un tasso medio di crescita (**CAGR**)⁵ **dal 2021 al 2024 a valore pari al +9,8%**, che ha portato il mercato dai 2,4 miliardi di euro del 2021 ai 3,1 del 2024.

Se si osserva l'evoluzione del mercato nell'ultimo decennio, il mercato del Pet food ha visto una crescita progressiva del giro d'affari mediamente superiore alla crescita dei volumi. L'aumento del giro d'affari del mercato del pet food è strettamente legato ai cambiamenti demografici delle famiglie italiane che sono sempre più piccole e composte da una maggiore percentuale di senior; questo ha portato, nel corso degli anni, ad una maggiore attenzione verso gli animali da compagnia con la conseguente scelta di prodotti premium.

Inoltre, non va dimenticata la sempre più **crescente attenzione al benessere degli animali d'affezione**: i proprietari sono consapevoli dell'importanza di una corretta alimentazione per i propri pet, che si traduce in un'offerta con maggiore "personalizzazione" in base alle diverse esigenze (età, razza, condizioni di salute).

Per riassumere, nonostante la persistente inflazione e le incertezze economiche causate dall'aumento dei costi energetici e di alcune materie prime nonché un generale rallentamento della crescita, il mercato del pet food si conferma un settore resiliente. Anche nel 2024, i pet owner hanno continuato a investire in salute e benessere dei loro animali da compagnia, dimostrando una fedeltà al settore che lo rende meno vulnerabile rispetto a minacce esterne.

Nel 2024 a totale mercato rilevato da Circana, tutti i principali segmenti degli alimenti per cani e gatti continuano a mostrare tendenze a valore positive rispetto allo scorso anno.

Tot Grocery+Canale Specializzato	Vend. Valore (mio Euro)	% Quota Valore	Var % vs 2023
Tot. Alimenti Cane e Gatto	3.125,0	100	3,7 %
Gatto	1.757,9	56,3	5,0%
Umido Gatto	1.093,7	35,0	5,3%
Secco Gatto	561,7	18,0	3,6%
Snack Gatto	102,5	3,3	10,2%
Cane	1.367,1	43,7	2,1%
Umido Cane	444,8	14,2	1,9%
Secco Cane	699,0	22,4	2,3%
Snack Cane	223,3	7,1	1,7%

Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana - 52 settimane al 29 dicembre 2024

Gli alimenti per Gatto generano oltre il 56% del totale mercato

E' ancora il mercato degli alimenti per Gatto a rappresentare il segmento più importante e rafforza la propria incidenza a valore sul totale pet food (56,3% del totale alimenti per animali).

Rispetto al **totale pet food**, il **segmento degli alimenti umidi** si conferma il più importante e registra 1.538,5 milioni di euro circa che equivalgono al 49% di quota sul totale mercato.

⁵ CAGR - Compounded Average Growth Rate

Gli alimenti umidi si confermano il segmento con maggiore incidenza

Nell'anno terminante a dicembre 2024, si vede una continua crescita degli alimenti umidi con un incremento di fatturato pari al +4,3% con una stabilità dei volumi (325 milioni di kg al pari con il 2023).

Il canale **Grocery**, che ha veicolato complessivamente il 72,5% del fatturato (umido gatto 72,7% e umido cane 71,9%), ha sviluppato una crescita di fatturato pari al +3,2% con una sostanziale parità in termini di volume (-0,3%).

All'interno degli umidi, il segmento principale, l'umido gatto (35% del valore degli alimenti per cane e gatto) mostra nel Grocery una crescita del fatturato di +4,5% (+1,8% a volume), dinamica che si presenta parzialmente nei **Petshop Tradizionali** dove si vede una leggera crescita del fatturato pari al +3,2% senza essere accompagnata da una crescita dei volumi. L'umido cane (14,2% del fatturato complessivo) nel Grocery mostra una timida crescita del +0,3% (con una flessione dei volumi pari al -2,8%), con una dinamica simile nei Petshop Tradizionali dove si riscontra una crescita del +3,6% a valore e una contrazione a volume del -3,4%. Nelle **Catene+Petshop GDO** entrambi i segmenti confermano l'espansione: crescita a doppia cifra sia per l'Umido Cane (+10,5%) che per l'Umido Gatto (+14,1%), accompagnata da un incremento della domanda soprattutto per l'Umido Gatto (+10,7%), mentre l'Umido Cane vede un tasso di crescita più contenuto (+3,4%).

Il segmento degli **alimenti secchi a totale mercato** ha sviluppato 1.260,7 milioni di euro (+13,4% in valore e -1,1 in volume verso l'anno precedente) e si ritaglia il 40,4% di quota così composta: il 22,4% generata dal secco cane e il 18% dal secco gatto.

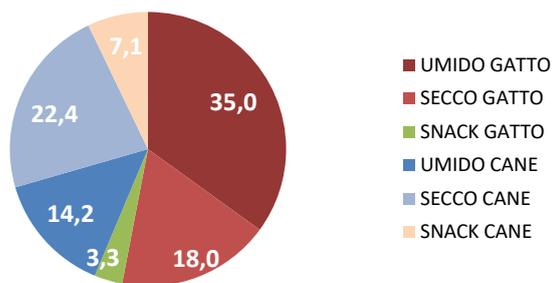
Nell'anno terminante a dicembre 2024 il **Grocery**, che sviluppa esattamente la metà delle vendite complessive, mostra una crescita a valore solo sul segmento secco gatto (+2,6%) senza vedere un incremento della domanda; mentre il secco cane dopo aver visto una crescita a doppia cifra nel 2023, subisce la controcifra registrando -1% a valore e continua a vedere un segno meno a volume (-6,5%).

Nello stesso periodo, nel canale specializzato si riscontra lo scenario seguente. Nei **Petshop Tradizionali** entrambi i segmenti crescono a valore (+2,3% secco cane, +3% secco gatto), ma con dinamiche diverse in termini di volumi: mentre il secco gatto recupera volumi (+2,6%), il secco cane subisce una perdita pari a -3,7%. Le **Catene+Petshop GDO** si confermano ancora dinamiche e in controtendenza rispetto al Tradizionale: si ricorda che nel 2023 avevano visto una crescita doppia cifra, il 2024 invece chiude ancora in positivo ma con tassi più contenuti rispetto a quanto visto in passato (secco cane +8,6% a valore e +3,4% a volume; secco gatto +9,7% a valore e +3,6% 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 (il 42,4% delle vendite) mentre il secco gatto nel Grocery (il 64% delle vendite).

Nel **mercato italiano** totale, 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) per cani e gatti continuano a mostrare dinamiche positive solo a valore (+4,2%), mentre retrocedono i volumi (-0,9%). Le dinamiche degli snack sono diverse a seconda della specie di destinazione: infatti, lo snack gatto vede una crescita a doppia cifra sia a valore che a volume, rispettivamente +10,2% e +11,5%, mentre gli snack rivolti ai cani crescono a valore (+1,7%), ma presentano un andamento negativo in termini di volumi (-3,3%). Nel **Grocery**, gli Snack Gatto crescono a valore del +10,9% (+12,4% in volume) e gli snack cane del +2,6% (-1,7% in volume); nel canale specializzato, la dinamica positiva è guidata principalmente dalle **Catene+Petshop GDO** dove la crescita è a doppia cifra per gli snack gatto (+11,3%), mentre gli snack cane mostrano dinamiche positive più contenute (+1,9%). Nei **Tradizionali**, gli snack cane continuano a vedere una diminuzione sia a valore che a volume a differenza degli snack gatto che mostrano una crescita del +3,7% accompagnata da un aumento della domanda (+5% a volume).

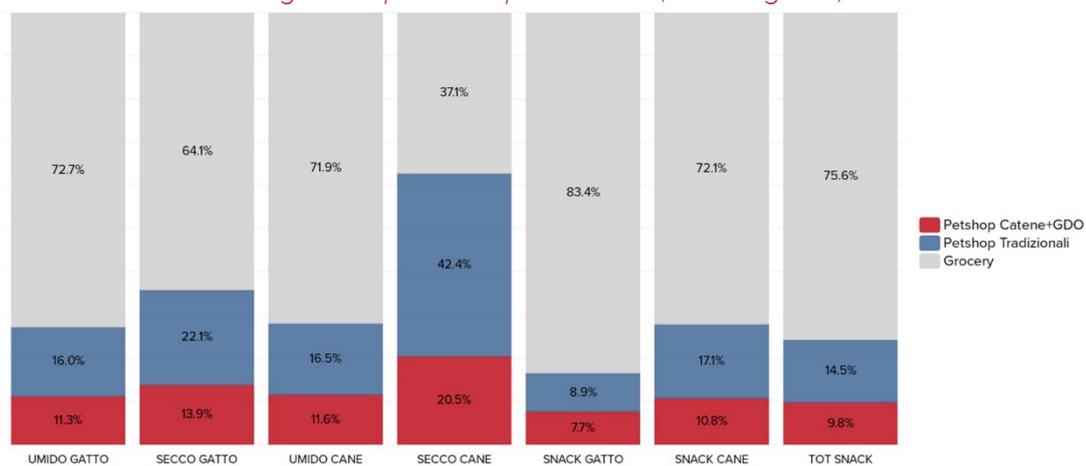
Composizione del mercato degli alimenti per cani e gatti



Quota Valore	
Alimenti Gatto	56,3%
Alimenti Cane	43,7%

Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana - 52 settimane al 29 dicembre 2024 – dati a valore

Quote e tendenze vs 2023 dei segmenti pet food per canale (cane e gatto)



Grocery	4.5%	2.6%	0.3%	-1.0%	10.9%	2.6%	5.3%
Petshop Tradizionali	3.2%	3.0%	3.6%	2.3%	3.7%	-1.9%	-0.9%
Petshop Catene+GDO	14.1%	9.7%	10.5%	8.6%	11.3%	1.9%	4.1%

Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana - 52 settimane al 29 dicembre 2024 – dati a valore

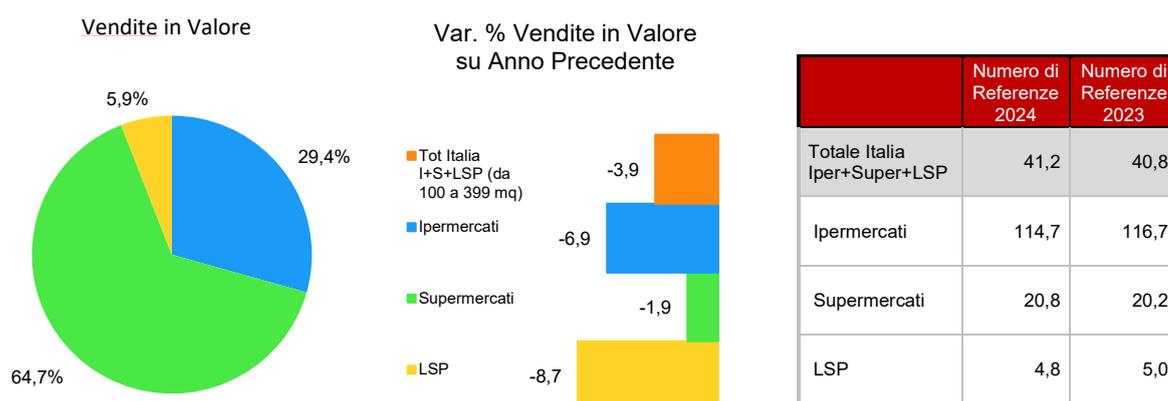
ALIMENTI PER ALTRI ANIMALI DA COMPAGNIA

Il segmento degli **alimenti per altri animali da compagnia** è, come negli anni passati, analizzato in relazione agli acquisti rilevati sui tre format della GDO, ovvero Ipermercati, Supermercati e Libero Servizio Piccolo.

	Anno Terminante Dic'24	Var % vs 2023
Vendite in Valore (Euro)	13.437.945	-3,9
Vendite in Volume	2.936.834	-4,5
Vendite in Unità	5.139.426	-4,4

Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana – 52 settimane al 29 dicembre 2024

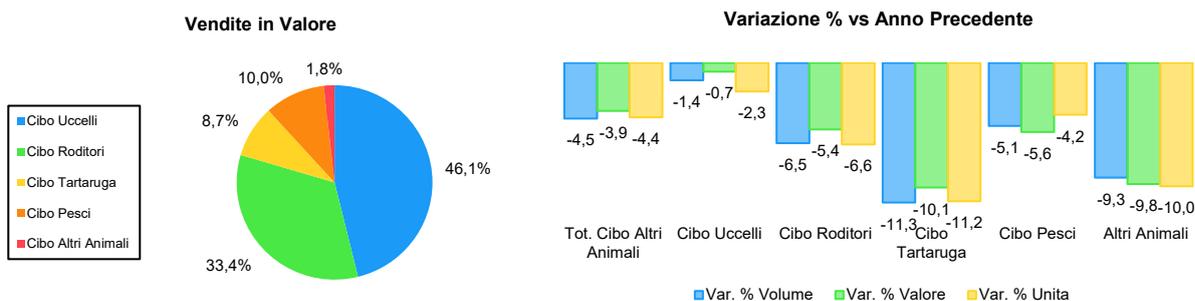
Nell'anno terminante a dicembre 2024, il mercato "alimenti per altri animali da compagnia" con un fatturato di 13,4 milioni di euro registra un calo a valore pari a -3,9% con una contrazione dei volumi del -4,5%.



Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana – 52 settimane al 29 dicembre 2024

Il mercato mostra dinamiche negative simili in tutti i canali: la flessione è guidata principalmente dagli ipermercati che pesano oltre il 29% del fatturato e decrescono del -6,9% in valore e -5,9% in volume; anche i Supermercati (64,7% del fatturato) decrescono di quasi il -2% in valore e -3,2% in volume; il Libero Servizio Piccolo rappresenta una fetta pari quasi al 6% e anch'esso registra delle performance negative sia in valore che in volume.

Peso dei diversi alimenti per tipologia di pet



Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana – 52 settimane al 29 dicembre 2024

Il segmento principale è quello degli alimenti per uccelli che copre il 46,1% del valore con rallentamenti del -0,7% in valore e -1,4% in volume. Seguono gli alimenti per roditori (33,4% del fatturato) in flessione anch'essi (-5,4% in valore e -6,5% in volume) rispetto allo scorso anno.

Si confermano trend negativi per gli alimenti per pesci e per le tartarughe.

Si segnala che, poiché i dati fanno riferimento esclusivamente alla GDO, possono non rispecchiare gli andamenti generali. Questa tipologia di prodotti è disponibile con un ampio numero di referenze sia nei canali specializzati, che online.

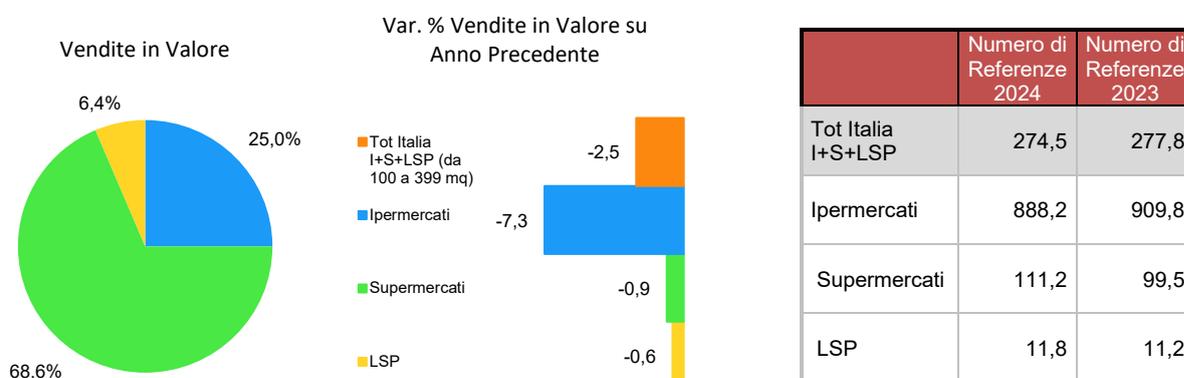
ACCESSORI E LETTIERE

Nell'anno terminante a dicembre'24, il mercato degli **accessori** in GDO mostra un calo di fatturato pari al -2,6% e delle unità vendute pari al -0,7%.

	Anno Terminante Dic'24	Var % vs 2023
Vendite in Valore (Euro)	83.691.594	-2,6
Vendite in Unità	20.508.017	-0,7

Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana – 52 settimane al 29 dicembre 2024

Ricordiamo che, come per le altre categorie, anche per quanto concerne la categoria degli accessori (che include i segmenti igiene, giochi e altri accessori, ovvero guinzagli, cucce, ciotole, gabbie, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia) il canale di riferimento è la GDO, ovvero la somma di Ipermercati, Supermercati e LSP.



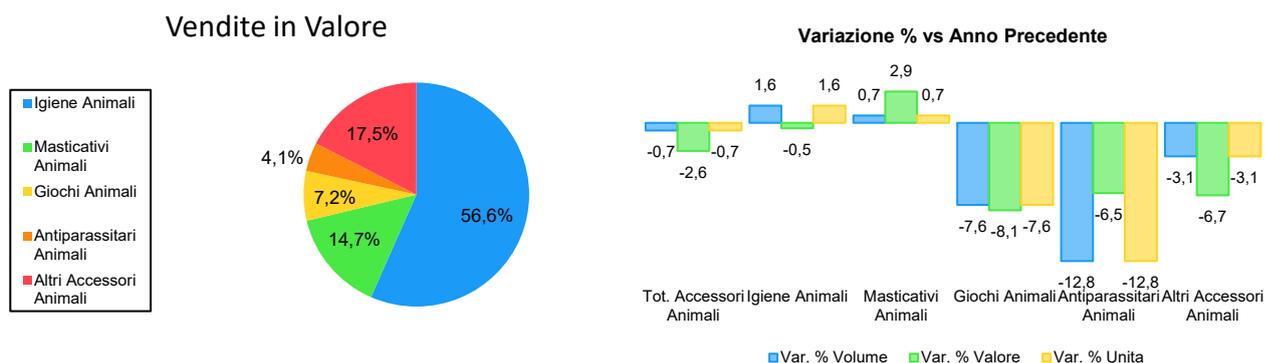
Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana – 52 settimane al 29 dicembre 2024

La decrescita che si riscontra nel fatturato del mercato è spiegata principalmente da una flessione dell'Ipermercato che vale 1/4 del fatturato totale e decresce del -7,3%; performance negativa, ma più limitata, anche per il Supermercato (68,6% del valore) che cala del -0,9%; Il Libero Servizio Piccolo (6,4% del valore) si contrae ulteriormente del -0,6%.

Si segnala anche una razionalizzazione dell'assortimento che si riduce sia negli Ipermercati che nei Supermercati.

Si segnala che, al pari di quanto osservato per gli alimenti per altri animali, poiché i dati fanno riferimento esclusivamente alla GDO, possono non rispecchiare gli andamenti generali. Gli accessori sono infatti disponibili con un ampio numero di referenze sia nei canali specializzati, che online.

Peso dei diversi accessori



Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana – 52 settimane al 29 dicembre 2024

L'igiene (tappetini assorbenti igienici, salviette, shampoo, spazzole, deodoranti, tutto ciò che ha a che fare con la cura e la bellezza) pesa oltre la metà del totale Accessori: il segmento aumenta a volume dell'1,6% mentre è stabile a valore con un -0,5%. I masticativi registrano trend positivi sia a valore (+2,9%) che a volume (0,7%). Gli Antiparassitari, segmento che ha visto un'innovazione di prodotto negli ultimi anni, flettono sia a valore che in unità in GDO, ma nello Specializzato (Catene+Petshop GDO+Tradizionali) crescono del 10,7% in valore e +6,8% in unità.

Trend positivo dell'igiene, ma solo a volume. Antiparassitari in crescita nello specializzato

Le lettiere per gatto

Le **lettiere per gatto**, pur considerabili come accessori appartenenti al segmento igiene, vengono invece rilevate a parte, in quanto costituiscono l'ulteriore e più importante segmento non-food nel canale GDO; nell'anno terminante a dicembre 2024 esso vale oltre 102 milioni di euro.

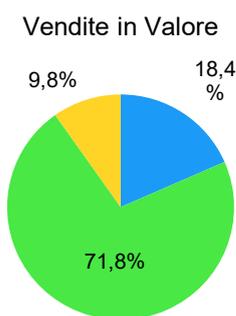
	Anno Terminante Dic'24	Var % vs 2023
Vendite in Valore (Euro)	102.513.054	2,5
Vendite in Volume	126.655.242	1,0
Vendite in Unità	24.146.985	2,4

Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana – 52 settimane al 29 dicembre 2024

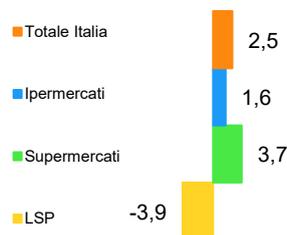
Nell'anno terminante a dicembre 2024 il mercato mostra una crescita a valore del +2,5% e a volume di +1%.

Per quanto riguarda le performance dei canali, i Supermercati, che veicolano il 71,8% del fatturato del mercato, hanno sviluppato una crescita del fatturato del +3,7% (+2,1% in volume); in crescita a valore

anche gli ipermercati (+1,6% in valore e -1% in volume), mentre contrazione per il Libero Servizio Piccolo (-3,9 % in valore e -3,2% in volume).



Var. % Vendite in Valore su Anno Precedente



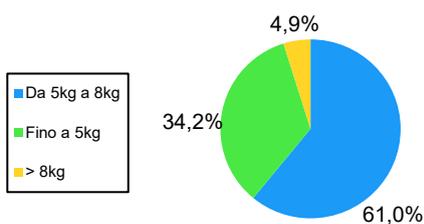
	Numero di Referenze 2024	Var Numero di Referenze vs 2023
Tot. Ita. H+S+SSS	14,9	-0,2
Ipermercati	31,6	0,3
Supermercati	2,1	-0,4
LSP	5,5	-0,0

Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana – 52 settimane al 29 dicembre 2024

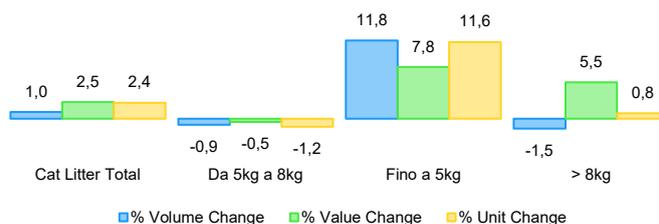
Il formato più venduto (quota valore del 61%) rimane quello medio compreso tra i 5 e gli 8 kg, in leggero rallentamento a valore (-0,5%). Continua la crescita del formato “salvaspazio” fino a 5 kg (+7,8% a valore, +11,8% a volume) che pesa oltre un terzo dell’intero mercato a valore. Questo formato consente una battuta di cassa inferiore anche se in definitiva meno conveniente di quello più grande. Tassi di crescita più contenuti (+5,5% in valore) per il formato superiore agli 8kg, che non arriva a pesare il 5% del mercato.

Peso delle lettiere per gatto

Vendite in Valore



Variazione % vs Anno Precedente



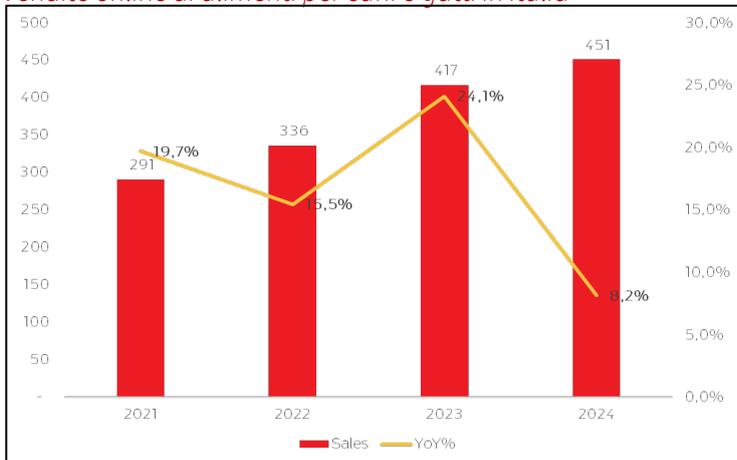
Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Circana– 52 settimane al 29 dicembre 2024

E-COMMERCE NEL SETTORE PET

La panoramica del mercato e-commerce del pet food

Secondo l'elaborazione di dati interni⁶, il valore totale del **mercato online degli alimenti per cani e gatti** in Italia nel 2024 è pari a **451 milioni di euro**, in crescita dell'8,2% rispetto al 2023.

Vendite online di alimenti per cani e gatti in Italia

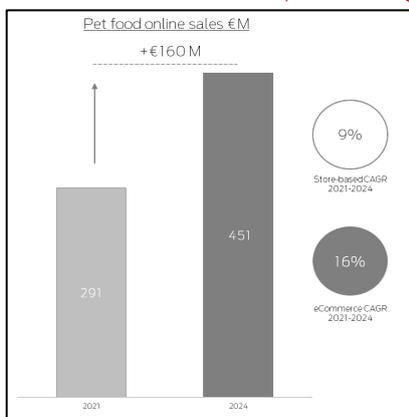


Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: dati interni

Le crescite anno su anno (YoY%) evidenziano trend interessanti anche nel 2024, anno nel quale l'effetto Covid nel ricorso alle vendite online si può considerare cessato.

La **crescita** del canale online è **trainata dal gatto**, che registra una crescita superiore al 13% per l'umido e al 9% per il secco.

Vendite online di alimenti per cani e gatti in Italia



Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: dati interni

Rispetto al 2021, il tasso annuo di crescita composto (**CAGR** - Compounded Average Growth Rate) è pari al 16% per le vendite online di pet food, pari a 160 milioni di euro.

L'analisi si concentra sul pet food, sebbene il ricorso all'online sia diffuso anche tra gli acquirenti di accessori per animali da compagnia e di prodotti per la loro cura e igiene. Uno dei driver di scelta del canale online è la comodità di consegna a casa di prodotti pesanti, come ad esempio le lettiere, e dei formati scorta. L'acquirente rimane comunque interessato ai canali fisici dove può valutare di persona, direttamente dallo scaffale, i prodotti e confrontare le offerte.

⁶ Copertura della rilevazione pari a circa il 90% della categoria online.

L'analisi delle piattaforme e la stima del mercato: la ricerca di Casaleggio Associati

Nel 2024, secondo il Report E-commerce Italia 2025 di Casaleggio Associati, i siti attivi e con traffico rilevante in Italia che si dedicano in esclusiva ai prodotti per animali sono 174: un numero ridotto, che rappresenta circa il 2% di tutti i portali analizzati dal report, ma caratterizzato da un elevato grado di italianità, pari all'80% delle piattaforme presenti nella top 10.

L'analisi ha individuato le seguenti dieci piattaforme di e-commerce per il settore animali più utilizzate in Italia nel 2025 (rilevazione del 20 marzo 2025):

Ultimo aggiornamento: 20 Marzo 2025

Cerca un'azienda (es. www.amazon.it) Cerca

Settore: Animali Fonte: SEMRUSH CA

Azienda	Settore	Indice di popolarità	Stima Visitatori unici	Stima Tempo medio	Stima Frequenza di rimbalzo	
1 → Zooplus	Animali	10.000	1.018.919	09:24	48,0%	Segui
2 → Arcaplanet	Animali	9.306	928.772	07:29	58,0%	Segui
3 Isola dei Tesori	Animali	3.611	146.336	06:32	55,0%	Segui
4 QuattroZampe Shop	Animali	3.472	159.213	10:24	53,0%	Segui
5 Bauzaar	Animali	3.333	149.111	04:20	48,0%	Segui
6 AquariumLine	Animali	2.778	71.400	10:27	31,0%	Segui
7 Robinsonpetshop	Animali	2.639	101.453	06:37	71,0%	Segui
8 CentroVete	Animali	2.639	97.605	06:37	55,0%	Segui
9 Bitiba	Animali	2.639	84.034	05:42	40,0%	Segui
10 FarmaPets	Animali	2.500	91.110	07:05	63,0%	Segui

Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Casaleggio Associati, ECommerce ranking

La **classifica dei principali e-commerce che operano in Italia nel settore pet** è stata stilata attraverso l'analisi del Ranking Ecommerce, un algoritmo che tiene conto di diversi fattori per valutare la popolarità e la performance delle piattaforme online. Tra i principali parametri considerati vi sono:

- Numero di visitatori unici mensili in Italia (stimati a partire da dati Semrush);
- Popolarità del brand online, valutata in base a citazioni, ricerche e interazioni sui social media;
- Tempo medio trascorso sul sito, un indicatore del livello di coinvolgimento degli utenti;
- Frequenza di rimbalzo, che misura il numero di utenti che lasciano il sito dopo aver visualizzato una sola pagina;
- Rilevanza del sito nel settore di riferimento, ponderata in base ai dati precedenti e a metriche proprietarie di Casaleggio Associati.

Chi acquista online? La ricerca Trovaprezzi

Il comparatore Trovaprezzi, in occasione della giornata rispettivamente del cane e del gatto, ha analizzato nel suo Osservatorio il comportamento degli acquirenti italiani di prodotti per cani e gatti, fornendo un profilo del proprietario che effettua comparazioni tra le piattaforme online per l'acquisto di prodotti.

Sono principalmente le **donne** (62%) ad effettuare ricerche online per l'acquisto di prodotti per animali da compagnia, mentre in termini di fascia d'età le attenzioni per cani e gatti sembrano essere trasversali: i potenziali acquirenti online sono **equamente distribuiti tra le fasce d'età** 25 – 34enni, 35-44enni e 45-54enni. Focalizzandosi invece sulla distribuzione geografica, il portale Trovaprezzi rileva che un terzo delle ricerche di prodotti e alimenti per animali da compagnia viene realizzata in Lombardia. A seguire il Lazio, con il 16% delle ricerche, l'Emilia-Romagna al 7% e Toscana, Piemonte, Veneto e Campania al 6%.

AREA SOCIALE

LA POPOLAZIONE PET IN ITALIA

La popolazione degli animali da compagnia in Italia è stimata in **quasi 65 milioni di esemplari**. Rispetto all'anno precedente, il totale della popolazione rimane stabile, ma è cambiato il rapporto tra le diverse specie.

Cani e gatti sono **oltre 20 milioni**, con una prevalenza di questi ultimi che sfiorano i 12 milioni di esemplari e che registrano una crescita di oltre 1 milione. Anche i cani segnano un aumento, seppur più contenuto, ed ascrivibile principalmente a cani di piccola taglia.

Cambiamenti nella popolazione pet, anche se il totale rimane stabile

I pet maggiormente presenti in Italia continuano ad essere i **pesci** che però, a seguito della riduzione dei negozi che vendono animali vivi e della normativa per la commercializzazione (D. Lgs. 135/2022) sempre più restrittiva, sono riportati in calo e sono stimati nel 2024 in **28,1 milioni** di esemplari. Ipotizzando la presenza di 20 pesci, si può calcolare il numero di **1,4 milioni di acquari** presenti nelle case degli italiani.

Anche il numero degli **uccelli** risente della diminuzione degli operatori che trattano l'animale vivo, anche in considerazione delle stringenti normative per la registrazione dei pet e per la contrazione dell'attività amatoriale. La loro popolazione è stimata in **12,7 milioni** di esemplari.

Si valuta stabile la popolazione di **piccoli mammiferi e rettili**, oltre **3 milioni**.

	Esemplari stimati – 2024 (milioni)
Cani	9
Gatti	11,9
Pesci	28,1
Acquari	1,4
Uccelli ornamentali	12,7
Piccoli mammiferi e rettili	3,2
Totale Popolazione Pet	64,9

Rapporto Assalco – Zoomark 2025 - Fonte: stima interna

Verso un'Anagrafe Nazionale degli animali da compagnia

A queste stime si affiancheranno dati ufficiali, gestiti dal Ministero della Salute che sta lavorando con le Regioni italiane per rendere completamente operativo su tutto il territorio nazionale il nuovo Sistema per l'identificazione dei pet. L'Anagrafe Nazionale, denominata **Sistema Identificazione Nazionale degli Animali da Compagnia** (SINAC), garantirà infatti dati puntuali, imprescindibili per la corretta gestione della salute pubblica e degli animali, per l'efficacia delle misure a tutela del benessere animale e per la relativa pianificazione economica.

L'obbligo di registrazione è previsto ora per tutti i pet: cani, gatti e furetti, ma anche roditori, conigli da compagnia, invertebrati, acquatici ornamentali, anfibi, rettili e volatili.

PET MONITOR 2025 – CONSIDERAZIONI SUL MERCATO DEL PET FOOD

Pet Monitor 2025 è un sondaggio esclusivo condotto sui proprietari di animali da compagnia e sui pet retailer italiani realizzato dalla rivista Pet Trend insieme al sito Animali da Compagnia.it in collaborazione con Marilena Colussi, direttrice ricerche di marketing e comunicazione. L'obiettivo dell'indagine è quello di individuare, analizzare e monitorare nel tempo i trend che influenzano il presente e il futuro del mercato pet food.

I pet owner

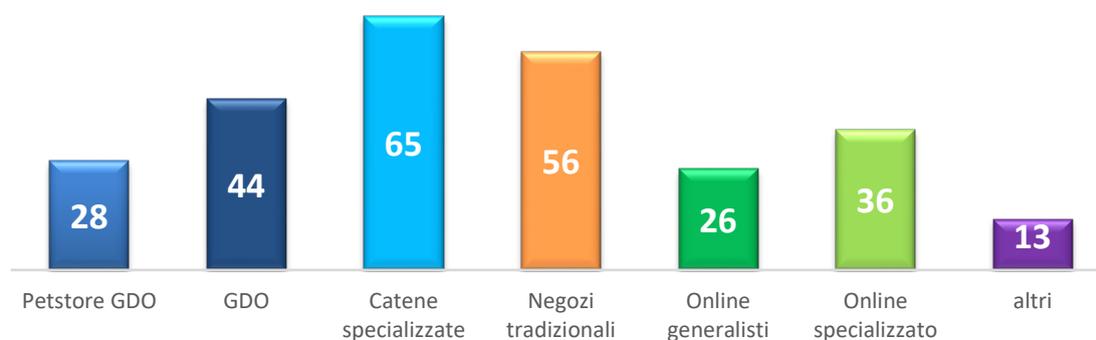
L'indagine⁷ ha coinvolto via web n. **450 proprietari di cani e/o gatti**, con una minoritaria presenza in famiglia anche di altri animali (piccoli roditori, volatili...), quasi sempre compresenti a cani e/o gatti. Al questionario hanno risposto le persone che più in famiglia si occupano degli acquisti per i loro pet. Il campione è rappresentativo nelle macro aree geografiche nazionali e per classi d'età (dai 18 anni ai 70 e più anni), eterogeneo per composizione familiare⁸, per occupazione (metà circa *Il profilo del pet owner* lavora), per scolarità⁹ e con una maggiore prevalenza di donne rispetto alla media.

Tra i proprietari di cani, la maggioranza (59%) ne possiede uno solo ma ne hanno due il 21%, tre un altro 9% e almeno quattro l'11%. Tra i proprietari di gatti, le percentuali di chi ne ha più di uno sono superiori a quelle dei cani: il 16,8% ha almeno quattro gatti, il 13,6% ne ha tre, il 22% ne ha due e il 47,6% uno. Inoltre, il 73% del campione vive con animali da compagnia da oltre 5 anni.

Tra i principali risultati emersi:

- **I pet sono veri membri della famiglia.** Il 96% dei proprietari di cani e gatti li considera a tutti gli effetti parte integrante della famiglia.
- **L'impatto sui consumi.** Questa nuova centralità ha anche un impatto diretto sulla domanda di prodotti e servizi: cresce l'attenzione verso il benessere, la salute, l'alimentazione e il comfort degli animali, con un mercato in continua evoluzione per rispondere a bisogni affettivi prima ancora che funzionali.
- **I canali di acquisto dei prodotti per i propri pet.** Si utilizzano più tipologie distributive per gli acquisti dei prodotti necessari ai propri pet (alimentazione e altro). Al primo posto (65%), gli acquisti avvengono presso le catene specializzate (es. Arcaplanet ecc.). Seguono gli acquisti nei negozi tradizionali (56%) e nella GDO (53% a totale GDO generalista e/o specializzata pet, come ad es. PetStore Conad). Il ruolo di internet è significativo: oltre 1/3 degli acquisti si svolgono online. Marginali altri canali (veterinario, toelettatura...).

I canali d'acquisto per i prodotti per gli animali da compagnia



Fonte: Pet Monitor 2025

⁷ Il fieldwork è iniziato a metà dicembre 2024 e concluso a fine febbraio 2025.

⁸ 35% coppie con partner, 32% famiglie con genitori e almeno un figlio, 22% single, 9% monogenitore, 2% altro

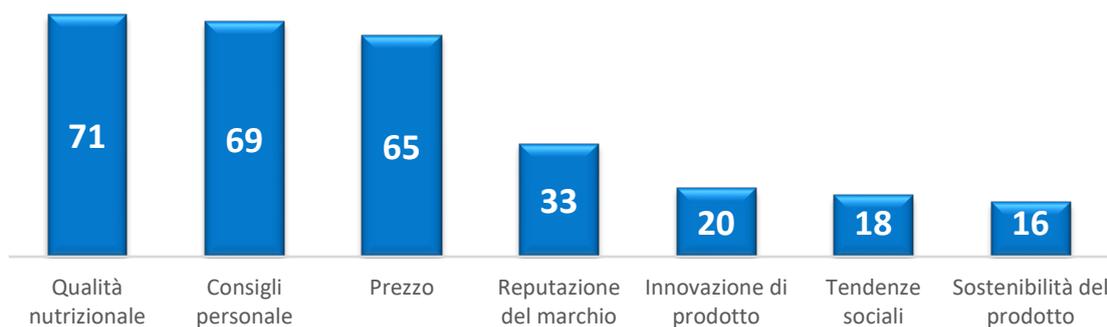
⁹ 58% diplomati medio-superiore, 30% laureati e 12% medio-inferiori

I pet retailer

Il campione comprende n. **50 retailer distribuiti in tutta Italia**, rappresentativi di diversi format distributivi. L'indagine è stata effettuata via web tra gennaio e fine febbraio 2025. I principali dati raccolti evidenziano:

- **Le tendenze di mercato del pet food:** forte crescita di prodotti alimentari *naturali* e *grain-free*, con un'attenzione crescente per gli alimenti *funzionali*, in particolare “*prodotti complementari*” in forma di pastiglie, polveri e paste volti a fornire specifiche integrazioni funzionali per supportare il benessere degli animali da compagnia. Segnali positivi per gli alimenti certificati *green*, sostenibili; in ultimo, limitatamente, anche per gli alimenti *biologici*.
- **Il ruolo del servizio clienti:** l'84% dei retailer considera il servizio clienti essenziale per la fidelizzazione e il successo commerciale. Il 57% dei clienti si affida molto ai consigli del retailer per scegliere i prodotti per i loro animali da compagnia.
- **La sostenibilità:** per il 59% dei pet retailer, i clienti stanno dando importanza a prodotti e marche eco-friendly: packaging green, plastiche riciclate, biodegradabili, produzioni attente alla sostenibilità, riduzione sprechi e scarti.
- **I fattori d'influenza:** secondo il 71% dei retailer, i proprietari scelgono i prodotti in base alla qualità nutrizionale. Quasi la stessa percentuale ritiene invece che la scelta sia influenzata dai consigli del personale di vendita. Rilevante anche il fattore prezzo.
- **La premialità:** si segnala l'interesse anche per alimenti premium (snack naturali e masticativi di alta qualità, ricette ad alta appetibilità e qualità ingredienti).

I fattori che influenzano la scelta dei prodotti da parte dei clienti secondo i Pet retailer



Fonte: Pet Monitor 2025

Le nuove tendenze alimentari: supplements / “prodotti complementari”

Si tratta di **prodotti specifici** per pet, **in forma di pastiglie, polveri e paste** volti a fornire specifiche integrazioni funzionali, un po' come accade per gli “integratori” nell'alimentazione umana. Il 41% dei proprietari conosce e acquista in generale questa tipologia di prodotti che integrano l'alimentazione al fine di sostenere alcune funzioni dell'organismo. Il 52% ha un'opinione positiva dei supplements per i pet (cani e gatti), come del resto per l'alimentazione umana (50%). Il 79% degli intervistati (tra molto e abbastanza favorevoli) è disponibile ad utilizzarli per i propri pet.

Anche i retailer vedono questi “prodotti complementari” in forma di pastiglie, polveri e paste in modo positivo sia per gli umani che, ancor più, per i pet: il 76% ne riconosce il valore e ne promuove l'uso, specialmente per il supporto al sistema immunitario e alle articolazioni dei pet.

Prodotti complementari in forma di pastiglie, polveri e paste volti a fornire specifiche integrazioni funzionali

GLI ACCESSORI PER GLI ANIMALI DA COMPAGNIA: UNO STUDIO NOMISMA

Nomisma¹⁰ ha condotto tra il 2024 e il 2025 lo studio “Analisi del settore pet non-food, la voce dei Pet Owner e dei Canali Specializzati”. La ricerca ha approfondito le specificità del comparto sia dal punto di vista dei proprietari di animali da compagnia¹¹, sia dei negozi specializzati tradizionali e appartenenti a catene¹².

Il ruolo degli acquisti non-food nelle spese pet degli italiani

Gli italiani si dimostrano sempre più attenti al benessere e alla cura dei propri animali. La spesa annuale che include tutti i consumi per prodotti e servizi (pet food, spese mediche, accessori...) dedicati agli animali d'affezione è stimata nel 2023 a 7 miliardi di euro. Tale stima è effettuata considerando gli alimenti, il “non-food” (che comprende accessori, prodotti igiene e cura, lettieri, accessori per casa e viaggio, apparecchiature elettroniche ...), le spese mediche e altri servizi come ad esempio la toelettatura. La componente di **spesa in accessoristica** e prodotti per la cura e igiene del pet si attesta sui **1,2 miliardi di euro**¹³.

Secondo la survey Nomisma ai proprietari di animali da compagnia, le categorie non-food su cui si concentra maggiormente la spesa sono **integratori e antiparassitari**, che assorbono poco meno di un quinto della spesa totale, **lettieri per gatti** (16%) e **accessori per la casa** (es. cucce, ciotole, cuscini e altri prodotti che garantiscano il comfort e il benessere degli animali), che rappresentano il 14% della spesa non-food delle famiglie per i propri animali.

I proprietari sono interessati a antiparassitari, lettieri ed accessori per la casa

Composizione % sul totale della spesa pet non-food 2023 (top 5 categorie di spesa)



Fonte: Survey Nomisma sui pet owners italiani

Fra le categorie di spesa non riportate figurano accessori per il trasporto, guinzaglieria e museruole, abbigliamento e apparecchiature elettroniche.

Per l'acquisto dei prodotti pet non-food, il **37%** dei proprietari italiani sceglie il **canale specializzato**, con una preferenza relativa per le catene di negozi per animali, e un altro **35%** indica come primo canale di acquisto **l'online**, rivolgendosi sia a siti generalisti, che a quelli specializzati.

¹⁰ Società indipendente che offre studi settoriali e territoriali, ricerche economiche, intelligence di mercato e servizi di consulenza. Per maggiori informazioni: www.nomisma.it

¹¹ interviste CAWI ad oltre 600 italiani

¹² survey CAWI e CATI a circa 120 negozi sul territorio nazionale

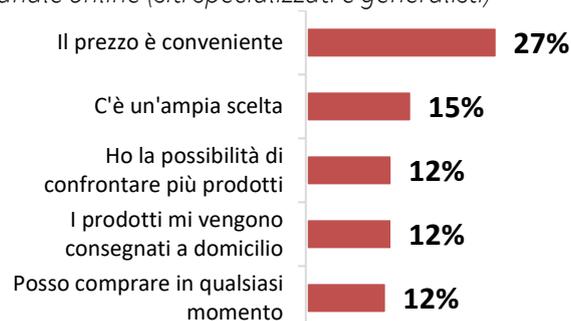
¹³ Fonte: Istat, spesa per consumi finali delle famiglie 2023

I punti di forza dei canali per gli acquisti pet non-food (top 5 in ordine di importanza)

Negozi specializzati



Canale online (siti specializzati e generalisti)



Fonte: Survey Nomisma sui pet owners italiani

Accanto a queste dinamiche, fra chi invece sceglie abitualmente insegne della GDO per gli acquisti pet non-food, oltre metà indica la convenienza economica e la praticità di poter integrare la spesa pet a quella per la propria famiglia come motivazioni trainanti.

A prescindere dal canale preferito per gli acquisti di accessori e altri prodotti non-food, i pet owners sono guidati nelle scelte di acquisto principalmente dal **fattore economico** (il 26% dei proprietari cerca principalmente prezzi bassi o presenza di sconti quando acquista prodotti non alimentari per il suo animale), importante anche la ricerca di prodotti che rispecchino il proprio **gusto** (20%), mentre la **fedeltà al brand** risulta il terzo fattore di scelta per il non-food: il 20% cerca prodotti con marca famosa o già testata.

Il punto di vista dei pet shops specializzati sul mondo non-food

La rilevazione svolta da Nomisma per Zoomark ha coinvolto sia negozi indipendenti che quelli appartenenti a catene, siano esse grandi gruppi nazionali e internazionali o collegate a gruppi della GDO. I pet shops tradizionali hanno mediamente superfici prossime ai 200 m², impiegando circa 2 addetti per punto vendita. In generale, emerge come quasi 3 negozi su 4 siano operativi da oltre 10 anni, a dimostrare il radicamento sul territorio e la forte relazione con la clientela.

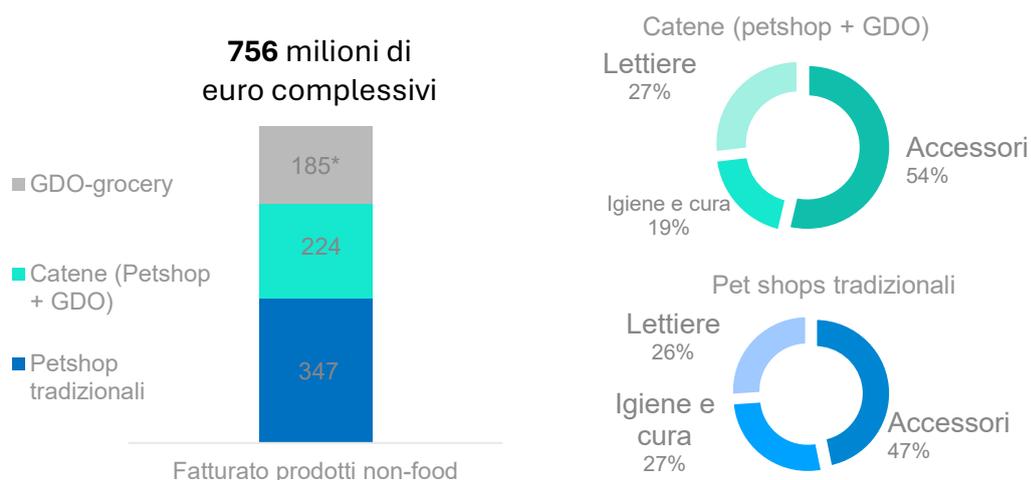
Il mercato non-food si stima valga 756 milioni di euro

Relativamente al **giro d'affari** imputabile al comparto **non-food** nei negozi della rete specializzata, nel 2023 esso ha superato i 570 milioni di euro, a cui si aggiungono poco meno di 200 milioni di euro derivanti dalla vendita di lettieri e accessori in GDO. Complessivamente, il pet non-food vale dunque **756 milioni**, il 17% del mercato pet totale.

Rispetto al fatturato generato dalle sub-componenti del mondo non-food, ci sono lievi differenze tra quanto rilevato presso le catene, che mostrano una maggiore incidenza del mondo accessori (54% del fatturato non-food) e lettieri (27%), rispetto agli store tradizionali, dove invece i prodotti dedicati all'igiene e alla cura dell'animale hanno un valore di vendita relativo più alto (27%), pur mantenendo l'accessoristica come riferimento in termini di fatturato non-food.

Mercato pet non-food in Italia (2023) e ripartizione vendite per tipologia di negozio e prodotto

*in GDO il valore è riferito solo a lettiere e accessori



Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Stime Nomisma su dati Istat, Rapporto Assalco-Zoomark 2024, Survey sui pet shops italiani

Analizzando le vendite non-food in base alla **specie animale**, il 57% delle vendite dei pet shops coinvolti nello studio è generato da prodotti dedicati al cane, seguiti da lettiere e prodotti per gatti (26%) e prodotti dedicati a pesci e tartarughe d'acqua (8% del totale).

Dal punto di vista dell'**assortimento**, i negozi specializzati offrono alla propria clientela tra le 1.800 e le 2.000 referenze non-food. Nel complesso, l'accessoristica cuba oltre il 70% dell'assortimento, gli articoli per igiene e cura pet costituiscono circa un quarto del totale degli articoli proposti, mentre è più limitato l'assortimento relativo alle lettiere per gatti.

Composizione dell'assortimento (% sul totale delle referenze non-food disponibili nei negozi pet specializzati)



Rapporto Assalco – Zoomark 2025: Fonte: Survey Nomisma sui pet shops italiani

Nella scelta dei prodotti da rendere disponibili alla clientela nel proprio negozio, traina il *Made in Italy*, indicato come primo **driver di scelta** dell'assortimento non-food da oltre un negoziante su quattro, seguito dal gusto personale dell'esercente (cruciale soprattutto per i piccoli negozi indipendenti), in una dinamica simile a quella evidenziata tra i proprietari di animali da compagnia. Il prezzo gioca un ruolo secondario nella selezione dell'assortimento, con meno di un negoziante su dieci ad indicarlo come prima motivazione di scelta.

I negozi della rete specializzata, oltre all'offerta di un'ampia gamma di prodotti food e non-food, spesso propongono alla clientela anche diversi **servizi aggiuntivi**, finalizzati a consolidare il legame con la clientela grazie a pagine social (attive nel 77% dei punti vendita coinvolti nello studio) e sito web (presente nel 60% dei casi), attraverso i quali quasi un terzo degli shop vende online, in certi casi raggiungendo il cliente a domicilio. Il 37% degli store, in particolare quelli più piccoli, in cui il legame con la clientela può essere più forte, propone servizi di toelettatura. Leggermente meno diffusi invece i corsi e gli eventi speciali organizzati dai negozi, seppure il 30% di questi preveda tra i servizi offerti consulenze nutrizionali e veterinarie, per monitorare e migliorare la salute degli animali da compagnia.

GLI ANIMALI DA COMPAGNIA COME FONTE DI BENESSERE: EVIDENZE ECONOMICHE E SOCIALI

Secondo una recente ricerca pubblicata il 31 marzo sulla rivista *Social Indicators Research*¹⁴, la **presenza di un animale da compagnia** può contribuire al benessere individuale in misura analoga a quella derivante da relazioni sociali strette, come il **matrimonio** o i contatti regolari con amici e familiari. Lo studio, condotto su un campione rappresentativo di 2.500 famiglie britanniche, ha stimato che il beneficio in termini di soddisfazione di vita associato alla convivenza con un cane o un gatto è equivalente, in valore economico, a un **significativo incremento annuo del reddito**.

Attraverso una metodologia statistica avanzata, nota come *instrumental variables approach*, i ricercatori della **University of Kent** e della **London School of Economics** hanno isolato l'effetto causale della presenza di un pet sulla soddisfazione di vita, superando il limite delle semplici correlazioni. I risultati suggeriscono che la relazione quotidiana con l'animale possa fornire un supporto emotivo comparabile a quello offerto dalle relazioni umane significative. Tali evidenze rafforzano l'idea che gli animali da compagnia non siano solo una componente affettiva, ma anche un fattore rilevante di benessere sociale e psicologico, ancora più rilevante per specifiche fasce d'età.

I pet: una presenza preziosa per i senior

La **Società Italiana di Gerontologia e Geriatria** (SIGG) in occasione del suo 69esimo Congresso nazionale ha affrontato gli effetti benefici della relazione con gli animali da compagnia per gli anziani. Con il supporto di veterinari, si è evidenziata l'azione benefica su ansia, depressione e demenza degli interventi assistiti con animali, ma anche come la semplice presenza di un animale d'affezione stimoli l'attività motoria, abbassi la pressione e rallenti il ritmo cardiaco e respiratorio, proteggendo da ictus e infarti.

Vivere con un animale da compagnia **riduce negli anziani il ricorso alle visite mediche del 15%** e offre **benefici alla salute al pari di un farmaco**, rappresentando contemporaneamente un antidoto alla solitudine. Si stima un **risparmio per il Servizio Sanitario Nazionale** quantificabile in circa **4 miliardi di euro** annui, derivante dalla ridotta necessità di interventi medici e dal minor impatto della spesa farmaceutica.

Un risparmio di 4 miliardi di euro per il Servizio Sanitario Nazionale

Il contributo dei pet alla salute mentale: le evidenze dell'Istituto Superiore di Sanità

Il Centro di riferimento per le scienze comportamentali e la salute mentale (SCIC) dell'Istituto Superiore di Sanità ha evidenziato il **ruolo rilevante degli animali da compagnia nell'ambito della salute mentale e del benessere psico-fisico**. Gli Interventi Assistiti con gli Animali (IAA) si configurano come strumenti di supporto in contesti clinici e assistenziali, trovando applicazione in diverse condizioni, tra cui disturbi dello spettro autistico, psicosi (anche agli esordi), disturbi neuromotori come la malattia di Parkinson, nonché nel supporto a soggetti vulnerabili, quali anziani in strutture residenziali e minori vittime di abuso o bullismo.

Il Centro SCIC, che nel 2015 ha partecipato alla redazione delle Linee guida nazionali per gli IAA – documento di riferimento che definisce gli standard formativi e operativi per una corretta e uniforme applicazione su scala nazionale – ha contribuito anche all'elaborazione di protocolli specifici per l'utilizzo degli IAA in diversi contesti.

¹⁴ Gmeiner, M.W., Gschwandtner, A. The Value of Pets: The Quantifiable Impact of Pets on Life Satisfaction. *Soc Indic Res* (2025). <https://doi.org/10.1007/s11205-025-03574-1>

ANIMALI DA COMPAGNIA IN UFFICIO: UNA TENDENZA IN CRESCITA ANCHE IN ITALIA

Negli ultimi anni, il tema della pet inclusion negli ambienti di lavoro ha suscitato un interesse crescente, in linea con una maggiore attenzione al benessere psicofisico dei lavoratori e alla centralità del legame uomo-animale, al punto di istituire una giornata dedicata, il “Take your dog to work-day”.

In Italia già da parecchi anni alcune aziende pioniere hanno permesso ai propri dipendenti di essere accompagnati frequentemente in ufficio dai rispettivi pet, avendo stabilito regole a tutela dei diritti di tutti i colleghi. Si registrano segnali concreti di apertura in tal senso nel settore privato, pubblico ed istituzionale.

Un caso emblematico è rappresentato dal **Senato della Repubblica**, che ha recentemente autorizzato – con modalità regolamentate – l’accesso degli animali da compagnia nei propri uffici, su iniziativa di alcuni senatori sensibili al tema del benessere animale e della conciliazione vita-lavoro, come la Senatrice Biancofiore. Si tratta di un segnale simbolicamente rilevante, che apre la strada a un possibile cambiamento culturale.

Un altro esempio significativo proviene dalla **Regione Sicilia**, dove è stata introdotta per i dipendenti dell’assessorato del Territorio e ambiente una disposizione che consente di portare i propri cani sul luogo di lavoro, nel rispetto di criteri precisi a tutela sia degli animali sia della collettività lavorativa. L’iniziativa, che tiene in considerazione anche il decoro dei luoghi e il rispetto del lavoro degli altri dipendenti, rende quella siciliana una delle prime amministrazioni regionali a consentire al personale di godere della compagnia dei propri animali da affezione durante il lavoro.

Ma non solo uffici pubblici: anche alcune istituzioni universitarie hanno scelto di adottare politiche pet-friendly, permettendo al personale di accedere ai luoghi di lavoro accompagnati dai propri animali da compagnia, in particolare cani e gatti.

Tra i primi atenei a introdurre formalmente questo tipo di policy figura **l’Università di Verona**, che dal 2020 consente ai propri dipendenti di portare con sé animali da compagnia negli uffici, previa autorizzazione e nel rispetto di un regolamento interno. Più recentemente, anche **l’Università di Trento** ha avviato una fase sperimentale per consentire l’accesso di cani e gatti agli uffici del personale, subordinato al rispetto di criteri igienico-sanitari e organizzativi, con esclusione delle aree didattiche, comuni e laboratoriali.

Iniziative analoghe sono state intraprese anche dall’**Università di Milano-Bicocca**, che nel 2024 ha approvato un regolamento per l’ammissione controllata di pet negli ambienti lavorativi interni.

Il mondo
accademico pet
friendly

Queste esperienze riflettono un’evoluzione della sensibilità sociale verso la presenza degli animali nella vita quotidiana, e confermano come la **pet-friendliness possa rappresentare un valore aggiunto**, non solo per i lavoratori pet owner, ma per l’intero clima organizzativo. Diversi studi condotti in ambito internazionale indicano infatti che **la presenza di animali sul posto di lavoro può contribuire a ridurre lo stress, migliorare la produttività e rafforzare le relazioni interpersonali**.

Sebbene restino da affrontare aspetti normativi e gestionali non secondari – dalla sicurezza alla compatibilità con eventuali allergie o fobie – il percorso intrapreso da alcune istituzioni italiane rappresenta un primo passo concreto verso una nuova concezione dello spazio lavorativo, più empatica e attenta ai bisogni delle persone e degli animali da compagnia.

ANIMALI D'ASSISTENZA: A TUTELA DEL TERRITORIO E DELLA SALUTE PUBBLICA

L'impiego di animali appositamente addestrati in attività di pubblico interesse rappresenta un ambito in continua espansione, che coniuga competenze etologiche con innovazione operativa al **servizio della collettività**. Le esperienze sul campo confermano il ruolo strategico di questi animali nel rafforzamento dei sistemi di prevenzione e controllo.

Cani sentinella contro la Xylella

Uno dei casi più significativi riguarda l'utilizzo di cani addestrati per l'**identificazione precoce della Xylella**, il batterio fitopatogeno che ha colpito in modo devastante gli uliveti del Sud Italia.

Sei cani da fiuto vengono impiegati per intercettare piante infette prima della manifestazione dei sintomi, migliorando l'efficacia delle misure fitosanitarie. Il progetto dei cani anti-Xylella è stato promosso e finanziato da Coldiretti e Unaprol, con la collaborazione dell'Ente nazionale cinofilia italiana e del Cnr.

Arson dog: cani specializzati nella ricerca di sostanze acceleranti

A seguito di opportuna sperimentazione, dal novembre 2022 è operativa la prima unità cinofila arson dog in Italia, costituita da cani specializzati nella **ricerca degli acceleranti di fiamma sugli incendi**. Il primo binomio è composto da Aika, un pastore belga malinois, e dal suo conduttore Giovanni Cirivello, istruttore cinofilo in servizio presso il comando dei Vigili del fuoco di Palermo. Nel 2025, anche Max, un pastore belga di quattro anni che proviene dal nucleo della regione Sicilia, è intervenuto in occasione di incendi potenzialmente dolosi in tutta Italia.

Contrasto alla peste suina africana

Nel quadro delle azioni di contenimento della peste suina africana (PSA), sono attivi progetti che prevedono l'impiego di cani in grado di **intercettare carcasse di cinghiali infetti**, contribuendo alla rapida bonifica delle aree contaminate. A partire dal 2019, ENCI¹⁵, con il patrocinio di ISPRA¹⁶, LEGAMBIENTE, SIEF¹⁷ e il Dip. di Medicina Veterinaria dell'Università Federico II di Napoli, ha realizzato un progetto pilota finalizzato alla formazione di binomi conduttore-cane idonei al rilevamento delle carcasse da utilizzarsi in operazioni di monitoraggio.

“Tartadogs”: cani a tutela della biodiversità marina

I “Tartadogs” sono cani addestrati per **intercettare nidi di tartarughe marine** Caretta caretta lungo le spiagge. L'iniziativa si colloca nel progetto Life Turtlenest di Legambiente e permette di identificare precocemente i siti di nidificazione, garantendone la protezione durante l'intero periodo di incubazione, fino alla schiusa e alla corsa verso il mare dei piccoli.

Cani da orso per un intervento dissuasivo

Sono 6 gli esemplari del Nucleo cinofilo del Corpo forestale trentino ad essere addestrati per rilevare la presenza di orsi, segnalare la loro vicinanza e scoraggiarli con specifici interventi di dissuasione dall'avvicinarsi alle abitazioni, alle attività agricole o ai luoghi frequentati da persone.

Cani antimina e bonifiche umanitarie

L'Unione Europea ha sostenuto l'impiego in Ucraina di cani antimina come strumenti essenziali nelle **operazioni di bonifica post-bellica**. I primi esemplari addestrati sono stati impiegati in zone ad alto rischio per rilevare ordigni esplosivi nascosti nel terreno.

¹⁵ Ente Nazionale Cinofilia Italiana

¹⁶ Istituto Superiore per la Protezione e Ricerca Ambientale

¹⁷ Società Italiana di Ecopatologia della Fauna

Cani per la lotta al traffico di droghe sintetiche

Negli Stati Uniti, in risposta all'epidemia da fentanil, sono stati addestrati cani in grado di fiutare quantità minime della sostanza oltre che di marijuana, cocaina, eroina, metanfetamina ed ecstasy. L'impiego di questi animali avviene in aeroporti e frontiere terrestri, rappresentando un tassello fondamentale nella **lotta al traffico di sostanze stupefacenti**.

I cani d'assistenza

Sono cani che **assistono persone con disabilità fisiche, cognitive o mentali**, svolgendo alcune funzioni che l'individuo con disabilità non può eseguire autonomamente. Sono inclusi i cani guida per non vedenti, i cani per sordi, i cani d'assistenza alla mobilità, quelli d'assistenza per disturbi da stress post-traumatico, per l'autismo e i disturbi dello sviluppo e i cani da allerta/risposta medica (come per il diabete o l'epilessia).

Nella Legge di Bilancio 2025 è stato inserito il loro riconoscimento, garantendo così il loro accesso ai mezzi di trasporto e nei luoghi aperti al pubblico, anche in considerazione dell'importante e costante supporto che forniscono nella vita della persona con disabilità. Si attende l'estensione del riconoscimento ai cani da interventi assistiti e ai cani da lavoro.

L'EVOLUZIONE DELLA NORMATIVA ITALIANA ED EUROPEA A TUTELA DEGLI ANIMALI DA COMPAGNIA

Nel corso degli ultimi anni, sia a livello europeo che nazionale, sono state introdotte novità istituzionali, procedurali e diversi provvedimenti normativi volti a rafforzare la tutela degli animali da compagnia, con particolare attenzione alla prevenzione del randagismo, al contrasto del maltrattamento e alla sicurezza pubblica.

Un Commissario europeo per la salute e il benessere animale: una svolta storica per l'Unione

Per la prima volta nella storia dell'Unione Europea, la Commissione ha nominato un Commissario con una delega esplicita alla salute e al benessere animale, l'ungherese Olivér Várhelyi.

La decisione rappresenta un passaggio simbolico e sostanziale nella direzione di una **maggiore attenzione istituzionale verso il benessere degli animali**, tema da anni al centro del dibattito europeo.

Riforma dei reati contro gli animali: una nuova impostazione giuridica e sanzionatoria

In Italia, nel 2024, ha compiuto un importante passo avanti il disegno di legge a firma degli Onorevoli Brambilla, Rizzetto, Bergamini, Dalla Chiesa, De Monte, Evi, Gallo, Longi e Sacconi Jotti per una riforma organica dei **reati contro gli animali**, approvato in prima lettura dalla Camera dei Deputati e attualmente all'esame del Senato. Il disegno di legge propone una revisione complessiva del Titolo IX-bis del Libro II del Codice penale, ispirata al riconoscimento dell'animale quale essere senziente, **meritevole di tutela in quanto tale** e non più solo in funzione del rapporto che lo lega all'uomo.

Nuovo Codice della strada: tolleranza zero per l'abbandono degli animali

Anche con l'entrata in vigore il 14 dicembre 2024 delle modifiche al Codice della strada italiano, il legislatore ha voluto dare un segnale forte sul fronte della **sicurezza stradale** e della **tutela degli animali**. Tra le misure introdotte, particolare rilievo assume l'inasprimento delle pene per l'abbandono degli animali da compagnia o che abbiano acquisito abitudini della cattività. In aggiunta a quanto già

Ritiro della patente
per chi abbandona
gli animali in strada

previsto dall'articolo 727 del Codice penale il nuovo testo dispone l'aumento di un terzo della pena se il fatto è commesso su strada o nelle relative pertinenze. Inoltre, qualora l'abbandono dell'animale determini un incidente stradale con esiti lesivi o

letali per le persone, si applicano le pene previste per i reati di lesioni personali stradali e omicidio stradale. Alla pena principale si aggiungono le sanzioni accessorie previste dalla normativa vigente per gli stessi reati, tra cui la sospensione della patente da sei mesi a un anno o la sua revoca.

Accesso alle spiagge per i pet: nuovo criterio nelle gare per le concessioni demaniali

Tra le novità introdotte dal decreto "Salva Infrazioni" figura invece l'**esplicito riconoscimento dell'accessibilità alle aree demaniali marittime, lacuali e fluviali per gli animali da compagnia**. Il provvedimento recepisce le indicazioni della Commissione Europea superando la procedura d'infrazione avviata in materia di concessioni demaniali a uso turistico-ricreativo.

Accesso nelle strutture sanitarie: l'esempio toscano

Con l'obiettivo di promuovere il benessere psico-fisico dei pazienti, la Regione Toscana ha adottato un provvedimento innovativo che **consente l'ingresso degli animali da affezione** – cani, gatti e altri, se regolarmente iscritti all'anagrafe – **nelle strutture sanitarie pubbliche**, nelle cliniche convenzionate e nelle Residenze sanitarie assistenziali (Rsa).

Un contributo per le cure veterinarie: il bonus "animali domestici" entra in vigore

Dopo mesi di attesa, è stato approvato in Conferenza Stato-Regioni il provvedimento che rende operativo

il **bonus “animali domestici”**, previsto dalla Legge di Bilancio 2024 ma rimasto finora inapplicato per mancanza di accordo tra Governo centrale e Regioni. La misura, finanziata con un fondo complessivo di 750 mila euro distribuito in tre anni (2024-2026), è destinata a sostenere una fascia ristretta di cittadini nelle spese per farmaci e visite veterinarie. L'importo del contributo e le modalità di richiesta saranno definiti da ciascuna Regione, a cui spetta la gestione operativa della misura.

Permane la necessità di un'opportuna **riduzione dell'aliquota IVA su pet food e cure veterinarie**, poiché viene attualmente applicata un'aliquota del 22%, la stessa che viene attribuita a prodotti e servizi non essenziali. Associazioni di consumatori e animaliste, rappresentanti del mondo veterinario e industriale richiedono da tempo la riduzione dell'aliquota dal 22% al 10%, una scelta che sarebbe in linea con la normativa europea, che include i prodotti alimentari per animali tra quelli ai quali è possibile applicare le aliquote agevolate. Tale riduzione supporterebbe nel contrasto al fenomeno degli abbandoni e delle cessioni, un comportamento deprecabile, ma che talvolta è mosso anche da motivazioni economiche.

Riduzione dell'IVA sul pet food e sulle cure vet dal 22% al 10%

Anche in questa Legislatura si segnalano ulteriori iniziative per modificare il Testo Unico dell'IVA e portare in fascia agevolata le prestazioni veterinarie e gli alimenti per animali da compagnia. L'On. Tassinari ha presentato una proposta di legge, co-firmata dall'On. Dalla Chiesa, sostenuta dal Presidente di Assopets Maturi.

Nuovo codice ATECO per i servizi di toelettatura: riconoscimento formale di un settore in crescita

A decorrere dal 1° aprile 2025 i servizi di **toelettatura** per animali da compagnia saranno identificati dal **nuovo codice ATECO 96.99.12**, introdotto nell'ambito della revisione della classificazione delle attività economiche operata dall'Istat.

La sicurezza degli accessori per animali da compagnia nella nuova normativa unionale

La sicurezza dei prodotti è regolata e garantita da normative specifiche per singoli settori (come ad esempio macchine, giocattoli, attrezzature a pressione...) e, in mancanza di normative specifiche, fino al 13 dicembre 2024, era regolata esclusivamente dal Codice del Consumo.

La diffusione dei prodotti digitali e la crescita dell'e-commerce hanno però richiesto maggiore attenzione verso i consumatori e una armonizzazione che evitasse le incertezze e le disparità dovute all'applicazione di normative diverse fra gli Stati membri.

Il Legislatore europeo ha sviluppato quindi un **quadro di regole e disposizioni volte a disciplinare la fabbricazione e la commercializzazione di prodotti sul mercato per garantirne un uso sicuro e tutelare utilizzatori e consumatori** pubblicando il Reg. UE 2023/988, in applicazione dal 13 dicembre 2024. Il Regolamento si applica a tutti i prodotti di consumo, nuovi, usati, ricondizionati o riparati, venduti sia online che offline, che non godano di specifiche normative ad essi dedicate in merito alla sicurezza; in assenza, dunque, di disposizioni che regolino gli aspetti di sicurezza, il Regolamento 988 “integra” tale mancanza come norma orizzontale.

È questo il caso degli **accessori per pet**; si tratta infatti di un settore che non è specificatamente disciplinato e che quindi rientra a tutti gli effetti nel campo di applicazione del regolamento 988. A tali prodotti si applicano le novità apportate dal regolamento, che prevede, ad esempio, l'estensione della responsabilità a tutti gli operatori economici della filiera, compresi marketplace e piattaforme digitali. Il Regolamento prevede inoltre l'introduzione di parametri e criteri aggiornati per la valutazione della sicurezza, tra i quali ad esempio l'etichettatura di istruzioni e avvertenze. Per i prodotti importati il Regolamento impone la presenza obbligatoria nell'UE di un operatore economico responsabile, e, dal punto di vista delle Autorità, il rafforzamento della sorveglianza del mercato e del sistema di allerta rapida (Safety Gate).

La normativa sulla sicurezza dei prodotti si applica anche all'accessoristica

Antitrust: attenzionati e-commerce per la vendita di pet food e prodotti veterinari

Nell'ottica di tutelare gli acquirenti di prodotti destinati agli animali da compagnia, l'Autorità Garante per il Mercato e la Concorrenza ha **attenzionato società attive nella vendita online di pet food, farmaci veterinari e parafarmaci**.

IL GREEN DEAL

Anche il settore del pet food e del pet care si sta confrontando con il Green deal europeo e tutte le nuove normative in vigore o in via di definizione.

Si fa riferimento in particolare al **Regolamento UE 2025/40, su imballaggi e rifiuti da imballaggio (PPWR)**, pubblicato a gennaio 2025, che stabilisce graduali ma stringenti obiettivi di sostenibilità ambientale ed etichettatura degli imballaggi, al fine di consentirne l'immissione sul mercato. Il nuovo Regolamento prevede criteri per la responsabilità estesa del produttore, per la prevenzione dei rifiuti da imballaggio, come la riduzione degli imballaggi superflui, nonché per la raccolta, il trattamento e il riciclaggio.

Sostenibilità degli imballaggi

Tra i nuovi obblighi, dal 1° gennaio 2030 non saranno più immessi sul mercato imballaggi non riciclabili e, per gli imballaggi in plastica, saranno rispettate percentuali di contenuto di materiale riciclato che aumenteranno dal 2040.

Il Regolamento PPWR vieta inoltre claim che mettono in evidenza caratteristiche degli imballaggi già previste obbligatoriamente dal Regolamento stesso.

A proposito di claim e comunicazioni di marketing, a settembre 2026, entrerà in applicazione la c.d. **Direttiva Greenwashing**, la Direttiva UE 2024/825, relativa alla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde e al miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione.

Ancora in attesa di approvazione definitiva è invece la c.d. **Direttiva Green Claims**, la proposta di direttiva del Parlamento e del Consiglio europeo sulla comunicazione delle asserzioni ambientali esplicite. Anche in questo caso l'obiettivo della direttiva è quello di garantire la corretta informazione del consumatore in merito alla sostenibilità dei prodotti e contrastare il proliferare di iniziative private di etichettatura ambientale. A tale scopo gli Stati membri sono chiamati ad assicurare, attraverso un sistema di pre-autorizzazione dei claim, che questi siano affidabili, trasparenti e regolarmente revisionati.

Indicazioni di sostenibilità in etichetta chiare e avvalorate

Per quanto riguarda specificatamente i prodotti pet food, il **metodo di calcolo ufficialmente riconosciuto dalla Commissione Europea per giustificare i claim sull'impatto ambientale degli alimenti per cane e gatto (PEFCR Pet Food)** è stato recentemente aggiornato.

La PEFCR Pet Food, acronimo di **Regole di Categoria per il Calcolo dell'Impronta Ambientale dei Prodotti Pet Food per Cani e Gatti**, è il metodo ufficiale per le comunicazioni sulle performances ambientali dei prodotti nel mercato unico.

Gli Stati membri e il settore privato sono invitati ad utilizzare il metodo PEF, che è un metodo di LCA (life cycle assessment), sviluppato per misurare l'impatto ambientale dei prodotti **attraverso la valutazione dell'intero ciclo di vita**, ovvero dall'origine delle materie prime allo scarto finale dell'imballaggio.

Infine, si può ricordare anche il **Regolamento EUDR di contrasto alla deforestazione**, Reg. UE 2023/1115, che stabilisce norme stringenti relative all'immissione e alla messa a disposizione sul mercato dell'Unione e all'esportazione dall'Unione dei prodotti ricadenti nei codici doganali derivati da bovini, cacao, caffè, palma da olio, gomma, soia e legno (elencati nell'Allegato I del Regolamento).

Gli operatori europei, inclusi operatori del pet food e del pet care, che per primi immetteranno sul mercato o esporteranno dall'Europa prodotti ricadenti nell'elenco riportato dal Regolamento EUDR dovranno dimostrare che questi prodotti sono a deforestazione zero, sono stati prodotti nel rispetto della legislazione del paese di produzione e che sono stati oggetto di una dichiarazione di dovuta diligenza.

AREA SALUTE

IL PET FOOD: UNO STRUMENTO SICURO CHE GARANTISCE UN'ALIMENTAZIONE CALIBRATA

Il ruolo del pet food nella longevità degli animali da compagnia

I dati provenienti dal Giappone confermano una tendenza sempre più evidente a livello globale: la **qualità della vita degli animali da compagnia è in costante miglioramento**, anche **grazie al contributo determinante dell'alimentazione**. Un esempio significativo arriva dall'indagine¹⁸ condotta dalla Japan Pet Food Association (JPFA), secondo cui la durata media della vita dei cani di proprietà è aumentata di quasi un anno nell'ultimo decennio, passando da 13,87 anni nel 2010 a 14,62 anni nel 2023.

Questo progresso è attribuibile ad una maggiore attenzione dei proprietari alla salute dei propri animali

Il pet food contribuisce all'aumento della vita media dei pet

d'affezione, a un accesso più diffuso alle cure veterinarie e ai continui sviluppi nel settore del pet food, che ha saputo evolversi verso soluzioni nutrizionali sempre più mirate, bilanciate e rispondenti alle specifiche esigenze di ogni fase della vita dell'animale da compagnia.

La sicurezza del pet food: un impegno condiviso fra operatori e veterinari ufficiali

La sicurezza e la qualità degli alimenti per animali da compagnia derivano dall'importante sistema dei controlli presso gli impianti produttivi e sui prodotti, nonché lungo tutta la filiera del pet food.

I produttori attuano giornalmente **piani di controllo basati sull'analisi del rischio** ed approvati dalle autorità sanitarie competenti. A tale attività si aggiungono le regolari ispezioni dei veterinari ufficiali del Servizio Sanitario Nazionale.

Il Piano Nazionale Alimentazione Animale

Il Ministero della Salute predispone il **Piano Nazionale di controllo ufficiale sull'Alimentazione degli Animali** (PNAA) allo scopo di programmare e coordinare su tutto il territorio nazionale un sistema ufficiale di accertamenti lungo l'intera filiera dei mangimi e garantire 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 la filiera, dalla produzione delle materie prime fino alla distribuzione.

Pet food conforme nel 99% dei casi

I risultati riportati nell'ultimo rapporto annuale disponibile sui controlli, relativi all'anno 2023, ultimo anno di applicazione del PNAA 2021-2023, conferma l'ottimo grado di conformità della filiera pet food. In

Risultati 2023: 99% del pet food è conforme

particolare, il 98% pet food finito e materie prime destinate al pet food è risultato **conforme alle normative vigenti**. Restringendo l'analisi al **solo pet food**, la percentuale si innalza al **99%**.

Non sono state riscontrate non conformità in prodotti pet food nell'ambito dei controlli all'importazione.

L'impegno dell'Industria del pet food: l'aggiornamento delle Linee Guida Nutrizionali

Nel corso del 2024, l'industria europea del pet food ha aggiornato le principali Linee Guida Nutrizionali per l'alimentazione di cani, gatti e conigli da compagnia. Il lavoro, coordinato da FEDIAF – EuropeanPetFood, costituisce un riferimento essenziale per la formulazione di alimenti sicuri, equilibrati e conformi alle normative europee. Le Linee Guida sono sottoposte a una **rigorosa revisione** da parte del Nutrition Working Group di FEDIAF e dello Scientific Advisory Board, un comitato scientifico composto da scienziati nutrizionisti indipendenti provenienti da numerose Università europee.

¹⁸ [Dog lifespan in Japan up by 0.75 years since 2010 - The Mainichi](#)

L'EVOLUZIONE DEI SERVIZI PER LA SALUTE DEGLI ANIMALI DA COMPAGNIA¹⁹

I Medici Veterinari e le strutture veterinarie oggi

In Italia, al 31 dicembre 2024 risultano iscritti all'Albo dei Medici Veterinari Italiani **35.484 professionisti**, di cui 18.133 sono donne e 17.351 sono uomini (fonte Fnovi). Risultano essere Veterinari "attivi" 25.380 Veterinari (fonte: Enpav). Di questi, 4.499 sono Medici Veterinari Ufficiali (SSN) secondo le ultime statistiche del personale sanitario pubblicate dal Ministero della Salute; 1.662 sono Veterinari ACN della specialistica (convenzionati con i SSR). I liberi professionisti che esercitano nella clinica e nella medicina di animali da compagnia, equidi e animali produttori di alimenti sono la porzione prevalente della popolazione veterinaria attiva con circa 17.000 professionisti in attività. Le strutture veterinarie per animali da compagnia, sul territorio nazionale, sono 8.647, fra cliniche, ambulatori/studi, ospedali e laboratori veterinari.

Riforma dell'accesso al corso di laurea in Medicina Veterinaria

Un'importante riforma è stata approntata alle modalità di accesso al corso di laurea magistrale in Medicina Veterinaria. La riforma, che si applica anche ai corsi di Medicina e Chirurgia e di Odontoiatria e che si intende far entrare in vigore già dall'anno accademico 2025-2026, prevede una **revisione strutturale dell'attuale sistema di selezione**, con l'obiettivo di rendere il percorso di ingresso più orientato al merito, alla formazione e al fabbisogno del Servizio Sanitario Nazionale (SSN).

La riforma non abolisce il numero programmato, ma supera il test di ammissione pre-immatricolazione. L'iscrizione sarà libera per il primo semestre, comune ai corsi di Medicina, Odontoiatria e Medicina Veterinaria. L'accesso al secondo semestre sarà consentito esclusivamente a coloro che avranno conseguito tutti i CFU previsti, sulla base di una graduatoria di merito nazionale.

In caso di mancata ammissione, gli studenti potranno proseguire il proprio percorso in altri corsi di area biomedica, sanitaria, farmaceutica o veterinaria, con il riconoscimento dei CFU acquisiti. A tal fine, è previsto un sistema di doppia iscrizione gratuita, limitatamente al primo semestre.

Semestre unico per
gli studenti di
Veterinaria, Medicina
e Odontoiatria

Istituita la Giornata Nazionale per la Prevenzione Veterinaria

Per promuovere una maggiore consapevolezza del valore della prevenzione in ambito veterinario e del contributo della medicina veterinaria alla tutela della salute pubblica, animale e ambientale, secondo i principi dell'approccio One Health è stata istituita nel marzo 2025 la **Giornata Nazionale per la Prevenzione Veterinaria**. Sarà celebrata annualmente il 25 gennaio, data che coincide con la fondazione della World Organisation for Animal Health (WOAH, già OIE).

¹⁹ Testo a cura di ANMVI – Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani

LA NUTRIZIONE DEI PET COME DIMENSIONE DEL BENESSERE GIURIDICAMENTE RICONOSCIUTA²⁰

L'attuale legislatura europea, come la precedente, sta portando avanti una proposta di Regolamento formulata nel 2023 dalla Commissione Europea. (Proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo al benessere di cani e gatti e alla loro tracciabilità - COM (2023) 769 final)

Questa proposta, la prima in assoluto per il diritto europeo, introduce principi legislativi di salute e benessere dei cani e dei gatti, che trovano punti di contatto con il Manifesto della FEDIAF EuropeanPetFood, che nel 2024 ha chiesto ai decisori politici di proteggere il benessere nutrizionale dei 340 milioni di animali da compagnia in Europa.

Il testo della Commissione (COM (2023) 769 final) ha il pregio di **contemplare esplicitamente anche le esigenze degli animali in termini di nutrizione**. Al concetto dei "cinque domini" (*nutrizione*, ambiente fisico, salute, interazioni comportamentali e stato mentale) viene infatti riconosciuta una valenza scientifica comprovata dalla Commissione, per descrivere le diverse dimensioni del benessere degli animali. Si introduce il principio secondo il quale "cani e gatti ricevono acqua e mangimi di qualità e in quantità tali da garantire loro una corretta nutrizione e idratazione". Il campo di applicazione di questa proposta, benché orientato principalmente alle attività commerciali, non trascura di indicare principi di corretto mantenimento nutrizionale anche per i cani e i gatti ospitati nei rifugi e conviventi nelle famiglie, in chiave responsabilizzante per i proprietari. La Commissione ENVI, in fase di proposta emendativa, ha ulteriormente stressato il concetto di "dietary needs", come parametro di detenzione degli animali da compagnia.

Cani e gatti devono ricevere alimenti in linea con le loro esigenze nutrizionali

Per l'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (ANMVI) – che già nel 2023 sosteneva la proposta della Commissione- si tratterebbe di segnare una pietra miliare nella legislazione per la tracciabilità e la salute dei cani e dei gatti. La Commissione – che nell'attività legislativa è assistita dal Comitato permanente per le piante, gli animali, gli alimenti e i mangimi (ex articolo 58, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 178/2002)- richiede che ai cani e ai gatti siano somministrati non solo "*mangimi privi di sostanze che possano causare sofferenze*", ma anche "*mangimi che consentano di garantire il buon funzionamento del sistema gastrointestinale*" e "*mangimi in quantità e di qualità sufficienti a soddisfare le esigenze fisiologiche, nutrizionali e metaboliche (...) nell'ambito di una dieta adattata all'età, alla razza, alla categoria, al livello di attività e allo stato di salute di cani e gatti*". Tutto ciò richiede adeguate conoscenze professionali per i Medici Veterinari che si rapportano con allevatori, operatori commerciali, proprietari.

Dalle improvvisazioni alle tossinfezioni alimentari

Mentre il pet food industriale presenta una conformità pressoché assoluta ai criteri di sicurezza alimentare prescritti dalla legislazione europea e nazionale, **l'improvvisazione alimentare** – residuo di una inadeguata pet ownership- **rappresenta un forte rischio per i pet** e indirettamente per la salute umana. Infatti, la somministrazione di pasti crudi (raw food, raw meat) associata a comportamenti casalinghi di diete "fai da te", o il ricorso agli avanzi domestici e/o a scarti derivati da attività rurali, è da sempre un elemento di preoccupazione per i Medici Veterinari.

Anche l'Organizzazione Mondiale della Sanità Animale (World Organisation for Animal Health -WOAH) mette in guardia dall'assunzione di alimenti privi di garanzie non tracciati, non sottoposti a trattamenti che li rendano sicuri per il consumo umano e animale, e non controllati dalle autorità sanitarie. Il cibo non sicuro può infatti contenere batteri, virus, parassiti o sostanze chimiche nocive. Complessivamente, la WOAHA stima che esso sia la causa di oltre 200 malattie, fra cui malattie trasmissibili all'uomo.

Per garantire cani e gatti contro il rischio di contrarre tossinfezioni alimentari, la raccomandazione è di alimentarli solo con alimenti sicuri e igienicamente garantiti. **Da bandire** anche le **formulazioni improvvisate** che, tanto quanto gli **scarti alimentari** (di cucina o di attività rurali) posso seriamente

²⁰ Testo a cura di ANMVI – Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani

compromettere i principi di benessere nutrizionale dei cani e dei gatti, ma anche la salute unica One Health, come si dirà nel capitolo seguente.

La sostenibilità della filiera industriale

Non si evidenzia mai a sufficienza che la filiera alimentare del pet food industriale si connota come un esempio significativo di “economia circolare”. Alla compliance sul packaging sostenibile e riciclabile, va

Pet food: sostenibile per sua stessa natura unita la **consapevolezza che la produzione industriale di alimenti per animali da compagnia utilizza e assorbe sottoprodotti della catena alimentare**

destinata all'uomo. Vengono quindi utilizzati nel circuito alimentare del pet food sottoprodotti già ammessi alla filiera alimentare umana per il loro grado di sicurezza e igiene, ma non impiegati per mutate abitudini alimentari sulle tavole italiane (ad esempio cuore e polmoni) o commerciali.

Risvolti sociali ed economici

E' stato istituito il primo Fondo spese veterinarie, recentemente iscritto nel Bilancio del Ministero della Salute. Si tratta di interventi innovativi che hanno il pregio di avere aperto un varco nel discorso economico e di spesa familiare. Ad avviso di ANMVI, la leva fiscale resta la più efficace, benché la più complessa. Tre gli interventi auspicati: 1) **ridurre l'aliquota IVA sul pet food e sulle prestazioni veterinarie** portandola in fascia agevolata; 2) **aumentare le detrazioni fiscali** per le spese veterinarie; 3) **rendere detraibili le spese per la stipula di polizze veterinarie** in favore di animali da compagnia. Un ordine del giorno (n. 9/2112-bis-A/53) a cura dell'On. Caretta e On. Ciaburro approvato dal Parlamento e accolto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze durante la Legge di Bilancio 2025 impegna il Governo: a "*valutare l'opportunità di novellare il regime impositivo IVA*" sia con riguardo alle prestazioni veterinarie che sul pet food.

Valenza del pet nella giurisprudenza

La considerazione affettiva e sociale dei pet si rispecchia nella giurisprudenza. Sempre più frequentemente, i Giudici dirimono cause per la perdita dell'animale da compagnia concludendo con il riconoscimento del danno non patrimoniale, più semplicemente indicato come danno morale. La perdita dell'animale da compagnia, negli adulti come nei minori, si connota sempre più spesso come un danno riconducibile a un diritto, *il diritto al mantenimento del rapporto con il proprio animale da affezione tra il novero dei diritti inviolabili della persona* (Tribunale di Torino, sentenza pubblicata il 15 gennaio 2025). E ancora: la perdita del l'animale d'affezione possa determinare la lesione di un interesse della persona alla conservazione della propria sfera relazionale-affettiva, costituzionalmente tutelata attraverso l'articolo 2 della Costituzione, in quanto il rapporto tra padrone e detto animale costituisce occasione di completamento e sviluppo della personalità individuale: (Tribunale di Prato, sentenza 51, sezione Civile del 25 gennaio 2025).

Ne consegue che il Medico Veterinario è sempre più garante di una relazione con il pet, non solo dal punto di vista squisitamente medico-sanitario) ma anche dal punto di vista della qualità del benessere reciproco pet-proprietario/famiglia proprietaria.

IL POSSESSO RESPONSABILE NEL 2025²¹

Benché l'Italia sia un Paese pet friendly- che apre l'accesso di molteplici luoghi pubblici a cani e gatti- la convivenza sociale con gli animali da compagnia presenta ancora **margini di miglioramento**. Il possesso responsabile, individuale e sociale, di cani e gatti impone di aggiornare la **riflessione sulla cosiddetta pet ownership** e su forme di educazione alla corretta convivenza collettiva con gli animali da compagnia. L'attività di educazione scolastica condotta da oltre un decennio dai Medici Veterinari dell'ANMVI è un esempio di sensibilizzazione proattiva ad un corretto approccio all'alterità animale. La diffusione dei pet e dei cani in particolare impone un ripensamento sul cosiddetto "patentino" un percorso di educazione al possesso responsabile per i proprietari e per i potenziali proprietari, attraverso visite veterinarie preadozione che orientino il futuro proprietario nella scelta del cane, del gatto o di altri animali da compagnia.

Una rivisitazione dei percorsi di educazione potrebbe incidere sulla prevenzione dell'aggressività canina incontrollata, un fenomeno che non va imputato al cane, bensì all'assenza di efficaci misure di prevenzione e di responsabilizzazione dei proprietari/detentori. Citando la Cassazione: «La pericolosità dell'animale non si presume, ma si desume da una serie di condizioni che li rendono pericolosi se non custoditi» la colpa in vigilando del proprietario del cane è stata correttamente identificata come violazione di una regola cautelare legata non tanto alla razza del cane quanto a mancanze cautelari del suo proprietario. (Corte di cassazione, Sezione quarta, sentenza n. 9620 del 10 marzo 2025). L'avvio del SINAC (Sistema Identificazione Nazionale Animali da Compagnia) in via di implementazione da parte del Ministero della Salute consentirà- grazie alla cooperazione delle regioni e ai dati alimentati dai medici veterinari- di quantificare e di qualificare gli episodi di aggressività canina (morsicatura, eventi gravi/fatali) consentendo interventi regolatori mirati e statisticamente suffragati.

Patentino:
aggiornamento
necessario

Cani e bambini: una convivenza da tutelare attraverso consapevolezza, educazione e prevenzione

La Società Italiana di Pediatria (SIP) e l'ANMVI hanno sottoscritto un appello congiunto per richiamare l'attenzione sull'importanza del possesso responsabile dei cani in presenza di minori. La collaborazione tra medici pediatri e veterinari nasce alla luce di recenti casi di cronaca con episodi di aggressione nei confronti di bambini, spesso in ambito domestico e in assenza di supervisione adulta, che impone un ripensamento delle attuali politiche di prevenzione e formazione.

²¹ Testo a cura di ANMVI – Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani

