

Il mercato Pet food + Pet care in Italia vale 5,3 miliardi di euro e registra un andamento positivo anche nel 2025: la nuova fotografia nel Rapporto Assalco-Zoomark 2026

- *I prodotti per l'alimentazione di cani e gatti raggiungono i 4,2 miliardi di euro, in crescita a valore (+2,7%) e a volume (+1,3%), mentre il pet care vale oltre 1 miliardo di euro.*
- *Il tasso medio di crescita (CAGR) degli alimenti per cani e gatti tra 2022 e 2025 è pari al +6,9%, due punti sopra il Largo Consumo Confezionato*
- *I prodotti per gatto si confermano il segmento principale: 56% del mercato e crescita del +4,3%*
- *Il 54,5% delle famiglie italiane vive con almeno un pet; la quota sale al 66,7% tra le famiglie con bambini*

14 maggio 2026 – La XIX edizione del Rapporto Assalco-Zoomark si presenta quest'anno con una importante novità: grazie a una **lettura omnicanale**¹ che amplia la copertura delle catene specializzate e del canale online, il **mercato complessivo pet food + pet care** in Italia viene rilevato complessivamente per la prima volta e registra un valore di **5,3 miliardi di euro nel 2025**, in crescita del **2,5%** rispetto al 2024.

L'annuale pubblicazione supportata da evidenze scientifiche, ricerche e contributi di esperti realizzata da ASSALCO, l'Associazione di settore, offre dunque quest'anno la **fotografia più accurata e aggiornata disponibile del mercato italiano** e delle sue principali dinamiche, insieme a una lettura del ruolo sempre più rilevante dei pet nelle famiglie e nella società.

Nel 2025 il comparto **Alimenti per cani e gatti**, principale segmento del mercato, è pari a **4,2 mld di euro** e rappresenta il **79% delle vendite complessive**, mentre il **pet care**, inteso come accessori, igiene e salute, lettiere e alimenti per piccoli animali, **vale 1,1 miliardi di euro**, pari al restante 21%.

In particolare, i prodotti per l'**alimentazione di cani e gatti** crescono del **+2,7% a valore** ed evidenziano **volumi** che raggiungono **811mila tonnellate (+1,3%)**, confermando la solidità del comparto.

Il trend di medio periodo resta favorevole: tra il 2022 e il 2025 il mercato registra un **tasso medio di crescita a valore (CAGR) del 6,9%**, due punti in più rispetto al Largo Consumo Confezionato (+4,9%), passando da 3,4 a 4,2 miliardi di euro.

Sul fronte dei **canali distributivi**, prosegue il rafforzamento delle Catene specializzate e dell'E-commerce. Le **vendite online** raggiungono **l'11,5% del mercato a valore**, sviluppando **483 milioni di euro di fatturato** e guadagnando 0,5 punti di quota, mentre le Catene specializzate insieme ai Petshop della GDO arrivano al 23,3% (+0,4 punti). Nel complesso il

¹ Totale Italia Omnichannel rilevato da Circana ricomprende: Iper+ Super+ Libero Servizio Piccolo 100/399mq+ Drugstores+ Discount+ Negozi tradizionali+ Canale Specializzato Petshop+ Canale E-Commerce



ASSALCO

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

canale Specializzato (Petshop indipendenti, Catene e Petshop GDO) **vale 1,7 miliardi di euro**, cresce del 3,6% rispetto al 2024 e rappresenta il **40,9% delle vendite totali**. Supermercati e Ipermercati flettono (-1%), confermando un progressivo spostamento degli acquisti fuori dal Grocery, che vale 2 miliardi di euro.

I proprietari sono sempre più attenti al benessere dei propri pet e ricercano prodotti capaci di rispondere a esigenze specifiche legate all'età, allo stile di vita, alla salute. Questa tendenza si traduce in un'offerta sempre più articolata, che mira a rispondere alla domanda crescente di prodotti con ingredienti funzionali, superfood e soluzioni pensate anche per bisogni mirati, come gli snack liquidi per gatti. Lo stesso orientamento si ritrova nel pet care, dove crescono in particolare le categorie legate all'igiene e alla salute. Nel complesso, il benessere animale si conferma una delle principali chiavi competitive del settore, orientando innovazione, assortimento e scelte di acquisto.

SEGMENTI PET FOOD: I PRODOTTI PER GATTO SI CONFERMANO I PIU' DINAMICI, CRESCE L'UMIDO TRA GLI ALIMENTI PER CANI

Con il **56% del valore** e **2.353 milioni di euro di fatturato** i **prodotti per gatto** restano il primo segmento del mercato, confermando una **crescita (+4,3%)**, trainata dall'umido (+4,7%) e dagli snack (+7,2%). I **prodotti per cane** si attestano a **1.848 milioni di euro, pari al 44% del mercato**, con una crescita più contenuta (+0,7%): l'umido registra il trend più positivo (+2%), mentre il secco rimane stabile pur confermandosi il segmento più rilevante per il cane.

Nel totale pet food omnicanale, **gli alimenti umidi si confermano il segmento principale**, con oltre **2 miliardi di euro** di vendite, una crescita del 4% e una quota del 48% a valore. Seguono gli **alimenti secchi a 1,8 miliardi di euro**, in aumento dell'1,3% a valore, e il 42,3% di quota. Gli **snack funzionali e fuoripasto valgono 409 milioni di euro** e, pur rappresentando il 9,7% del mercato, sono il segmento più dinamico, con una crescita del 2,8% a valore e dell'1,7% a volume, trainata dagli snack per gatto (+7,2% a valore e +9,8% a volume).

L'attenzione verso il benessere di cani e gatti si riflette anche nel crescente ricorso a snack e prodotti complementari. Secondo quanto rilevato dalla ricerca SWG per Assalco, gli snack sono ormai una consuetudine: li utilizza oltre il 75% dei proprietari di cani e il 70% dei proprietari di gatti, non solo come premio, ma anche come momento di relazione, gioco e cura. Parallelamente, circa la metà delle famiglie ricorre a prodotti "complementari" in compresse, polveri o paste per fornire specifiche integrazioni funzionali, mentre gli alimenti dietetici sono scelti da oltre il 40% dei proprietari di cani e da quasi 4 proprietari di gatti su 10 per supportare pet con specifiche esigenze nutrizionali.



ASSALCO

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

PET IN ITALIA: UNA PRESENZA DIFFUSA IN PIÙ DELLA METÀ DELLE FAMIGLIE

Il Rapporto Assalco – Zoomark di quest'anno restituisce una fotografia più puntuale della presenza dei pet nelle famiglie italiane, soprattutto per quanto riguarda le specie più numerose e più complesse da rilevare, come pesci e uccelli. Nell'attesa di un'anagrafe nazionale, la stima aggiornata degli **animali da compagnia in Italia è di 53,6 milioni** di esemplari. I pesci rappresentano la quota più consistente, 25,3 milioni di esemplari che vivono in circa 1,7 milioni di acquari; seguono **i gatti (11 milioni) e i cani (9,1 milioni)**, che insieme superano i 20 milioni. Più contenuti, ma comunque rilevanti, i numeri di uccelli (4,1 milioni), rettili e anfibi (2,7 milioni), e piccoli mammiferi (1,4 milioni).

L'indagine approfondisce anche la penetrazione dei pet nella società italiana: **il 54,5% delle famiglie vive con almeno un animale da compagnia**. La percentuale sale al **66,7% tra le famiglie con bambini** e resta superiore al 60% in quelle con figli oltre i 20 anni, indicando come i pet accompagnino la vita familiare e la presenza di figli, più che sostituirla.

Cani e gatti sono i pet più diffusi, rispettivamente nel 28,7% e nel 26,7% delle famiglie.

La proposta di **riduzione dell'IVA** sul pet food dal 22% al 10% raccoglie un alto consenso: è favorevole oltre l'80% dei proprietari e quasi il 65% dell'intero campione. Il sostegno resta significativo anche considerando i soli alimenti dietetici, con oltre il 60% dei proprietari e quasi il 53% degli italiani favorevoli alla riduzione dell'aliquota.

PET CARE: NUOVA LETTURA OMNICANALE PER UN COMPARTO DA 1,1 MILIARDI DI EURO

Per quanto riguarda il pet care, la nuova lettura omnicanale, che integra Grocery, Specializzato e Online, restituisce una fotografia più completa di categorie finora rilevate solo nel canale GDO (Iper, Super, Libero Servizio Piccolo). Il comparto **vale 1,1 miliardi di euro: accessori e prodotti per l'igiene di cani e gatti sfiorano i 655 milioni di euro (+1,9%)**, con performance particolarmente positive per l'igiene e la salute del gatto (+18%); **le lettieri confermano il trend favorevole degli ultimi anni, raggiungendo 328,2 milioni di euro (+2%)**; gli accessori per altri animali da compagnia salgono a 41,7 milioni di euro (+1,1%). Più contenuta la dinamica degli alimenti per altri animali, che si attestano a 63 milioni di euro (-1,8%).

Sul fronte distributivo, il canale specializzato si conferma decisivo per le categorie che richiedono maggiore profondità di assortimento e consulenza: qui passa il 62,4% delle vendite di accessori e igiene per cani e gatti e oltre tre quarti delle vendite di accessori per altri animali. Il Grocery resta particolarmente rilevante nelle lettieri per gatto, con il 46,9% delle vendite, mentre l'Online pesa soprattutto negli accessori, con quote intorno al 18%.



ASSALCO

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

Giorgio Massoni, Presidente di ASSALCO - *“Il mercato del pet food e pet care conferma anche nel 2025 la propria solidità, segnale importante in una fase in cui le famiglie restano attente alle proprie scelte di consumo. L'andamento positivo del mercato riflette la centralità crescente dei pet nella vita degli italiani e una domanda sempre più orientata a salute e benessere, a cui le imprese rispondono con innovazione, qualità e prodotti mirati” - afferma - “Alla luce di questa evoluzione, è importante riconoscere anche sul piano fiscale il valore essenziale di alimentazione e cure veterinarie: per questo ASSALCO, insieme a numerose altre Associazioni animaliste, dei consumatori e veterinarie, rinnova la richiesta di riduzione dell’IVA dal 22% al 10%, una misura di equità sociale coerente con il ruolo che i pet hanno nella vita di milioni di famiglie italiane.”*

Luisa Bersanetti, Exhibition Manager Zoomark - *“La nostra visione si è sempre nutrita di alleanze solide, ma la partnership di Zoomark con Assalco rappresenta un pilastro eccezionalmente vitale e sinergico. Parliamo dell’istituzione capace di dare voce e unità alle aziende del pet food e del pet care in Italia; un’istituzione con la quale, attraverso l’autorevole rapporto annuale Assalco-Zoomark, presentiamo ogni anno le chiavi di lettura del mercato. Collaborare con Assalco non è solo un accordo strategico, è un atto di profondo impegno verso l’intero settore: insieme non seguiamo semplicemente l’evoluzione del comparto, ma ne tracciamo, con dati e visione, il futuro.”*

ASSALCO - Associazione Nazionale tra le Imprese per l’Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia riunisce le principali aziende che operano in Italia nei settori pet food e pet care, rappresentando **circa l’85% del mercato nazionale** degli alimenti per animali da compagnia. A livello europeo, ASSALCO aderisce a FEDIAF, the European Pet Food Industry Federation.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio stampa ASSALCO

Mariella Piccinni

mariella.piccinni@heritage-house.eu - M. 338 6692966