



Comportamenti d'acquisto: quali sono le abitudini dei dog e cat owner?

Negli ultimi anni è mutato profondamente l'approccio alla spesa da parte dei proprietari di cani e gatti. Le differenze tra le due categorie sono diverse, dalla frequenza all'acquisto, alla scelta di prodotti food super o iper premium, alla ricerca e alla disponibilità alla spesa per accessori e snack. Ecco come evolvono i due segmenti e quali sono i trend emergenti.

di Francesco **Graffagnino**

LA PAROLA
AIPETSHOP5 voci a
confronto
MICHELE MONTEFORTE
ceo di Hobbyzoo

GIAN LUCA FERRARI
proprietario di Fe.Mir.Zoo

GIANNI CASADEI
ceo di Robinson

MIKAELA LOAIZA
store manager
di Animal One

**GIANDOMENICO
DE PALMA**
responsabile marketing
di Joe Zampetti


Frequenza d'acquisto, disponibilità di spesa, richiesta di prodotti specifici preferenze sempre più particolari per accessori e snack sono alcune delle caratteristiche che differenziano, e in alcuni casi accomunano, i comportamenti d'acquisto dei dog e cat owner.

Il mercato che ruota intorno ai due animali d'affezione è in continua crescita. Si stima che quasi metà delle famiglie italiane possieda un cane o un gatto, con molti nuclei familiari che ospitano entrambi. Il giro d'affari è cresciuto a doppia cifra negli ultimi anni raggiungendo gli oltre tre miliardi di euro nel 2023.

Ma cosa cerca un dog owner quando entra in un pet shop? Quali prodotti seleziona, cosa chiede al personale e quali aspettative ha? E come differiscono le scelte rispetto ai proprietari di gatti?

Osservando la composizione dello scaffale e il profitto generato dalle due diverse categorie si nota come sia il segmento gatto, in particolare degli alimenti umidi, a trainare le vendite. Un trend consolidato ormai negli anni e confermato dal retail che ha osservato nell'ultimo periodo un incremento della domanda di food per i gatti sempre più specifico e funzionale. Anche sul lato accessorio e snack stanno emergendo novità e comportamenti d'acquisto interessanti. In questa categoria i dog owner, in particolare dei soggetti di taglia medio grande, risultano essere i consumatori più alto spendenti. Ma anche nel segmento gatto emergono trend interessanti, oltre a una crescita della richiesta di masticativi e piccoli giochi, sono sempre più richiesti prodotti tech, come dispenser automatici, telecamere ma soprattutto lettieri autopulenti.

QUALI PRODOTTI /

Quali sono dunque le principali differenze nei comportamenti d'acquisto? Per il cibo dedicato ai cani, gli alimenti monoproteici sono i più richiesti, anche grazie ai consigli

IL CONFRONTO

**CAT
OWNER**

- **Maggiore frequenza d'acquisto**
- **Cresce la domanda di food funzionale e dietetico**
- **Ricerca di prodotti tech, come lettieri autopulenti**
- **Minore fedeltà al brand**


**DOG
OWNER**

- **Minore frequenza d'acquisto. Nel food, tendenza a comprare formati scorta**
- **Selezione di prodotti super o iper premium per l'alimentazione**
- **Alta disponibilità di spesa per gli accessori, ma dilazionata nel tempo**
- **Fedeltà al brand**



dei veterinari, che spesso suggeriscono questo tipo di diete al fine di ridurre le intolleranze. I claim nutrizionali più cercati sono quelli legati alla presenza di cereali, low e grain free, e i prodotti naturali. Un altro aspetto rilevante è la frequenza d'acquisto: per i dog owner è generalmente bassa, i proprietari di cani di taglia medio-grande tendono a fare scorte per circa 20 giorni o un mese. Gli snack e i premiati, invece, registrano una rotazione più alta. Per quanto riguarda la disponibilità di spesa, i dog owner nonostante i rincari dei prezzi continuano a scegliere cibi di fascia alta. Infine, sempre nella categoria dog, si registra una maggiore disponibilità a investire per tutti i prodotti legati alla salute. «I dog owner sono maggiormente propensi a investire per i propri pet sia nell'acquisto di prodotti farmaceutici di libera vendita, gli antiparassitari, come in visite dal veterinario», racconta Edoardo Colombo, customer value manager companion animals di MSD Animal Health Italia.

Più articolato è il discorso per i felini. Il primo dato di discontinuità rispetto ai cani, oltre ovviamente alla predilezione dell'umido rispetto alla crocchetta, è la frequenza d'acquisto: il cat owner si rifornisce di cibo più volte a settimana e generalmente fa scorte settimanali. I felini cambiano gusti velocemente e quindi è necessario selezionare di volta in volta referenze differenti cambiando proteine da un pasto all'altro, continuando così a stuzzicare il palato del felino.

Negli ultimi anni è aumentata la richiesta da parte dei proprietari di gatti di mangimi più elaborati e texture variabili. Un altro

1. Quali sono le principali differenze nelle abitudini di acquisto tra i cat e dog owner?



Michele Monteforte (Hobbyzoo): «L'acquisto per il gatto è sicuramente più variegato: si passa dai prodotti più economici a quelli di fascia alta. Per il cane, invece, la scelta si concentra maggiormente su referenze superpremium o iperpremium. Anche la frequenza d'acquisto varia: i proprietari dei gatti sono più frequenti e tornano in negozio quasi quotidianamente, mentre i proprietari dei cani tendono a fare recarsi in negozio meno spesso».



Gian Luca Ferrari (Fe.Mir.Zoo): «Chi possiede un cane tende a fare scorte più consistenti, mentre i proprietari di gatti acquistano con maggiore frequenza. Un cat owner si rifornisce anche più volte a settimana, facendo scorte per un periodo che varia dai 5 ai 7 giorni».



Gianni Casadei (Robinson): «Il proprietario del cane che acquista prodotti di fascia alta non ha una frequenza d'acquisto molto elevata, a differenza del cat owner che viene più spesso in negozio. Sulla ampiezza dell'assortimento per il gatto c'è ancora molto da fare, il mercato non è ancora a mio avviso pronto a soddisfare le esigenze di questo animale».



Mikaela Loaiza (Animal One): «Più grande è il cane, più frequentemente i proprietari tornano per rifornirsi, poiché il consumo di cibo in chili è più elevato. I padroni di gatti, invece, tendono a fare piccoli acquisti più frequentemente, recandosi più spesso in negozio. Le differenze che notiamo riguardano non solo la frequenza d'acquisto, ma anche i tipi di prodotti richiesti. Per i gatti, la maggior parte della spesa è destinata ad alimenti umidi, perché sono più esigenti nei gusti: i proprietari cercano varietà di ricette e consistenze. Molti acquistano anche lettiera».



Giandomenico De Palma (Joe Zampetti): «I proprietari di gatti acquistano con frequenza quasi giornaliera, specialmente food umido e per il cibo secco tendono a mantenere sempre lo stesso gusto per evitare che l'animale rifiuti il cambiamento. Al contrario, i proprietari di cani preferiscono acquisti mensili di croccantini secchi e, se necessario, aggiungono l'umido. Tuttavia, fanno acquisti giornalieri per snack e premi. I proprietari di gatti, soprattutto se acquistano grandi quantità, preferiscono prodotti premium, in offerta o più economici; i proprietari di cani puntano più spesso a prodotti superpremium, con un interesse verso formule specifiche come grain-free o monoproteici».

2. Come sta cambiando il carrello dei prodotti per cani e gatti?



Michele Monteforte (Hobbyzoo): «La situazione del mercato per i cani è più stabile: i mangimi iperpremium restano popolari, anche se ultimamente non sono state lanciate grandi novità. Al contrario, per i gatti si assiste a un continuo ampliamento delle gamme di alimenti umidi».



Gian Luca Ferrari (Fe.Mir.Zoo): «Abbiamo più clienti tra i proprietari dei cani. Tuttavia vediamo che entrambe le categorie crescono a valore in maniera abbastanza equivalente».



Gianni Casadei (Robinson): «La crescita a valore si manifesta soprattutto nel segmento dei prodotti per gatti, a condizione che i retailer siano in grado di offrire soluzioni più complete. La tendenza a spendere per il proprio animale domestico è in crescita, ma non sempre viene soddisfatta dalla varietà di offerta disponibile. Manca una gamma diversificata, sia in termini di tipologia di prodotto sia di fascia di prezzo, che possa incentivare maggiormente l'acquisto».



Mikaela Loaiza (Animal One): «Per il cane c'è più varietà per l'accessorio e molte più novità. Nell'alimentazione invece cresce di più il gatto, soprattutto negli alimenti umidi dove sono disponibili molte più referenze».



Giandomenico De Palma (Joe Zampetti): «Negli ultimi anni, le vendite di prodotti per gatti sono cresciute maggiormente rispetto a quelle per cani. Questo incremento è dovuto in parte al fatto che i proprietari di gatti prediligono fare acquisti in negozio, apprezzando la varietà del cibo e l'opportunità di variare i menù settimanalmente, mentre i prodotti per cani sono più facilmente acquistabili online. Abbiamo notato una crescita più forte nel segmento gatto dato anche dalla maggiore differenziazione del food e soprattutto delle lettiera di alta qualità».



Un aspetto rilevante è la frequenza d'acquisto: per i dog owner è generalmente bassa, i proprietari di cani di taglia medio-grande tendono a fare scorte per circa 20 giorni o un mese. Gli snack e i premietti, invece, registrano una rotazione più alta

aspetto rilevante è la crescente richiesta di prodotti funzionali e dietetici, come le referenze urinary, renal, per il gatto sterilizzato, sedentario o anche contro i boli di pelo, rispondendo così a una domanda di articoli specifici e personalizzati per il pet. Per quanto riguarda invece gli accessori cresce la disponibilità dei proprietari di felini ad acquistare articoli per la casa che presentano un punto prezzo anche molto elevato, come spiega Marco Olivieri, account manager di Trixie: «Nell'ultimo periodo è in crescita la richiesta di tiragraffi e lettiere automatiche, ovvero accessori che facilitano la convivenza con i felini. In generale per questo tipo di prodotti i proprietari di gatti sono disposti a investire».

CHI CRESCE DI PIÙ /

Mantenere un cane di taglia medio grande è ovviamente più costoso, sia per i volumi di cibo consumati che per gli accessori: impermeabili, attrezzature outdoor, giochi, guinzaglieria, trasportini, tutto è più grande e si consuma più rapidamente. Paragonando invece le spese di mantenimento di un cane di taglia medio piccola e quelle di un gatto il costo di mantenimento del felino tende a essere superiore.

I motivi sono diversi ma risiedono principalmente nella formulazione delle ricette spesso più ricche in carni nelle ricette. Inoltre, va considerata la lettiera, che spesso viene sostituita prima di esaurire la sua capacità di assorbimento. Sommando anche



LA PAROLA ALL'INDUSTRIA

"NELL'AREA FOOD, NOTEVOLE SVILUPPO DEI COMPLEMENTI E TRATTAMENTI PER GATTI"



Cosimo Laserra, sales director di Mars South Europe

«Una delle principali differenze nelle abitudini di acquisto tra i proprietari di cani e quelli di gatti riguarda le specifiche esigenze nutrizionali e le preferenze legate alla composizione del pet food. I gatti hanno, ad esempio, un tasso di conversione calorica superiore rispetto ai cani – si parla di circa il 78% per i felini contro il 58% per i cani. Inoltre, i cat owner tendono ad acquistare maggiormente prodotti umidi rispetto a quelli secchi, sia perché i gatti generalmente preferiscono la consistenza e il gusto dei cibi umidi sia perché questi offrono un'ulteriore fonte di idratazione, fondamentale per la loro salute. Attualmente, il segmento del cat food sta registrando migliori performance di vendita rispetto a quello del dog food. Un'altra area in notevole sviluppo è quella dei complementi e trattamenti per gatti. Sebbene questo segmento sia ancora di dimensioni ridotte in confronto ad altri più consolidati, da anni registra un tasso di crescita superiore rispetto ad altri comparti, segnalando quindi un interesse crescente da parte dei cat owner per soluzioni alimentari specifiche e personalizzate».

"CRESCE LA VENDITA DI TIRAGRAFFI E LETTIERE AUTOMATICHE"



Marco Olivieri, account manager di Trixie

«Al momento, nel nostro catalogo, abbiamo una gamma di prodotti molto più ampia per i cani, che richiedono una serie di articoli specifici come guinzagli, trasportini, giochi e altro ancora. Tuttavia i retailer ci riferiscono come i proprietari di gatti scelgono sempre più spesso il negozio specializzato, alla ricerca di una maggiore varietà di alimenti per i loro animali. Questo trend genera benefici anche per i produttori di accessori. Nell'ultimo periodo è in crescita la richiesta di tiragraffi e lettiere automatiche, ovvero accessori che facilitano la convivenza con i felini. In generale per questo tipo di prodotti i proprietari di gatti sono disposti a investire. La tendenza attuale premia sia la funzionalità, come nel caso delle lettiere automatiche, sia l'estetica, come accade per i tiragraffi, ormai scelti anche come elementi d'arredo nelle abitazioni».

"SEMPRE PIÙ ATTENZIONE ALLA SALUTE DEGLI ANIMALI"



Edoardo Colombo, customer value manager companion animals di MSD Animal Health Italia

«Indubbiamente il mercato del cane è il più grande, non solo in Italia, ma è impossibile sottovalutare anche il mercato del gatto. I dog owner sono maggiormente propensi a investire per i propri pet, sia nell'acquisto di prodotti farmaceutici di libera vendita (antiparassitari), come in visite dal veterinario. Al contrario i gatti vedono da sempre una minore medicalizzazione. In generale c'è sempre più attenzione alla salute degli animali e questo è ottimo anche in ottica One Health. Sappiamo infatti che la nostra salute è interconnessa a quella degli animali e che quindi proteggere i nostri pet, ormai parte integrante della famiglia, aiuta anche noi».



Mantenere un cane di taglia medio grande è ovviamente più costoso, sia per i volumi di cibo consumati che per gli accessori: impermeabili, attrezzature outdoor, giochi, guinzaglieria, trasportini, tutto è più grande e si consuma più rapidamente. Paragonando invece le spese di mantenimento di un cane di taglia medio piccola e quelle di un gatto il costo di mantenimento del felino tende a essere superiore

antiparassitari, deodoranti per lettiera e tiragraffi, il mantenimento di un gatto può costare fino al 30% in più rispetto a quello di un cane di taglia medio piccola.

Ma c'è un altro fattore che sta aiutando la crescita di questo segmento. Sono sempre di più le famiglie e single che scelgono i felini come pet, specialmente in aree urbane, perché sono percepiti come meno impegnativi. Questo rappresenta un'opportunità sia per l'industria sia per i retailer, che ampliando e diversificando l'offerta, possono attrarre e fidelizzare la clientela. Questo trend positivo per i prodotti dedicati ai gatti è confermato anche a monte della filiera, come afferma Cosimo Laserra, sales director di Mars South Europe: «I proprietari di gatti mostrano una crescente attenzione alla varietà e alla ricerca di prodotti innovativi e specifici, con una sensibilità sempre maggiore verso le esigenze dell'animale e un desiderio di personalizzazione, che si riflette anche nell'alimentazione. Il segmento del cat food sta registrando performance di vendita migliori rispetto a quello del dog food, trainato dalla forte domanda di alimenti umidi, che continua ad aumentare sia nel canale specializzato che nella grande distribuzione».

Anche sul fronte delle vendite online si registrano delle differenze importanti tra i due settori. Il valore del carrello dei dog owner rimane ancora più alto rispetto a quello per il gatto. Ma i proprietari dei feli-

3. Si spende di più per i cani o per i gatti?



Michele Monteforte (Hobbyzoo): «Il proprietario dei cani chiaramente spende di più negli accessori, mentre per il gatto, nel no food, il prodotto più acquistato sono le lettiere. Considerando invece il food, i cat owner dovendo spendere di più in prodotti umidi in lattina, sostengono una spesa maggiore in rapporto valore/kg».



Gian Luca Ferrari (Fe Mir Zoo): «Se consideriamo lo scontrino medio, quello per i cani è chiaramente più alto rispetto ai gatti, anche se questa differenza viene in parte compensata dalla maggiore frequenza d'acquisto dei prodotti per i gatti».



Gianni Casadei (Robinson): «Oggi il proprietario del cane è più disponibile alla spesa perché riesce a trovare quello che cerca. Di recente nei nostri punti vendita abbiamo ampliato l'offerta dei prodotti di fascia alta del mercato del gatto e stiamo avendo delle grandi soddisfazioni».



Mikaela Loaiza (Animal One): «Il proprietario del cane presta molta attenzione alla qualità dell'alimentazione. Di solito, preferisce evitare prodotti da supermercato e opta per un cibo di qualità superiore. Per i gatti, la spesa maggiore proviene dagli umidi».



Giandomenico De Palma (Joe Zampetti): «I proprietari di gatti risultano essere i più altospendenti, in particolare quando si tratta di alimenti umidi e accessori. Chi possiede più animali, spesso acquista grandi quantità di cibo e vari accessori. Tra le differenze, i proprietari di cani spendono di più in snack e premiati, mentre i proprietari di gatti investono principalmente in cibo umido e prodotti medicali».

4. Ci sono categorie di prodotto che sono più popolari tra i proprietari di cani rispetto a quelli di gatti?



Michele Monteforte (Hobbyzoo): «Per i cani prevale la richiesta di prodotti monoproteici, mangimi, snack funzionali e di diete specifiche. Nel caso dei gatti, invece, la categoria dominante è senza dubbio l'umido, con i prodotti naturali di origine thailandese tra i più venduti».



Gian Luca Ferrari (Fe.Mir.Zoo): «Nel settore alimentare, il monoproteico è diventato un punto di riferimento, anche grazie alle raccomandazioni dei veterinari. Per i gatti, notiamo un crescente interesse per i prodotti funzionali, tra cui quelli specifici per la gestione dei boli di pelo, per i gatti sterilizzati o per quelli che vivono esclusivamente in casa».



Gianni Casadei (Robinson): Il monoproteico e il grain free sono le referenze di pet food più scelte dai proprietari dei cani. Mentre il cat owner è più sensibile all'appetibilità e alla consistenza dei cibi».



Mikaela Loaiza (Animal One): «Per i cani stanno crescendo i prodotti umidi di qualità human grade. Per i gatti, invece, c'è una forte domanda di prodotti funzionali e alimenti specifici veterinari, come quelli per il supporto renale o urinario. Anche le consistenze sono importanti: i proprietari di gatti cercano sfilaccetti e una maggiore varietà di gusti, non solo paté. Per quanto riguarda il no food, i proprietari di cani sono più propensi a investire nel settore dell'abbigliamento, mentre per i gatti il mercato delle lettiere, in particolare quelle vegetali e biodegradabili, è in forte espansione».



Giandomenico De Palma (Joe Zampetti): «Gli snack, i premiati e i giochi sono molto più richiesti per i cani. Nel food, i prodotti medicali e i monoproteici senza tracce di pollo sono molto popolari per entrambe le categorie, seguiti dai grain-free, anche se molti proprietari non conoscono pienamente le differenze e i benefici di un'alimentazione monoproteica, mentre i proprietari di gatti prediligono lettiere di alta qualità, cibi premium e snack naturali».

Quali prodotti acquistano i dog e i cat owner online?

I proprietari di cani acquistano con maggiore frequenza con un carrello medio più alto. Dall'altra parte, i proprietari di gatti sono disposti a pagare di più soprattutto per articoli, in particolare modo food, specifici per la salute. Parla Benedetto Ranieri, e-commerce manager di Bauzaar.



«Dal punto di vista dell'e-commerce, i proprietari di cani acquistano con maggiore frequenza rispetto ai proprietari di gatti, principalmente cibo, con un carrello medio più

alto. I proprietari di gatti invece sono più orientati verso la varietà e l'attenzione al prezzo. Negli ultimi anni, abbiamo visto una crescita della domanda di prodotti che rispondono a esigenze specifiche, con sempre più consumatori che cercano formule per allergie o problemi di salute. Le pagine prodotto con descrizioni dettagliate e contenuti informativi aumentano significativamente il tasso di conversione, soprattutto tra chi acquista cibo di fascia alta.

Online, le vendite a valore dei prodotti per cani mostrano un peso maggiore sui ricavi anche per la propensione dei clienti a comporre carrelli di valore maggiore



data anche la maggiore propensione ad acquistare cibo superpremium. Gli acquirenti dei prodotti per gatti mostrano una maggiore attenzione all'offerta e una più spiccata propensione a rivolgersi al canale non specializzato. Al tempo stesso però i cat owner, invece, sono disposti a

pagare di più soprattutto per articoli specifici per la salute. In un contesto di e-commerce, diventa importante migliorare la gamma di alimenti funzionali e diete, e avere una politica di prezzo particolarmente attenta allo scenario competitivo».

ni dimostrano una maggiore attenzione all'offerta dei prodotti per la salute, come spiega Benedetto Ranieri, e-commerce manager di Bauzaar: «I cat owner sono disposti a pagare di più soprattutto per articoli specifici per la salute. In un contesto di e-commerce, diventa importante migliorare la gamma di alimenti funzionali e diete, e avere una politica di prezzo particolarmente attenta allo scenario competitivo».

FEDELITÀ /

Sul fronte della fedeltà al brand, i dog owner risultano più abitudinari nella scelta dei prodotti alimentari. Tuttavia, alcuni proprietari cambiano marca a seconda dell'età del cane, scegliendo un brand specifico per i cuccioli per poi cambiarlo con il passare degli anni. I proprietari di gatti invece risultano generalmente poco legati alla marca, dovendo cambiare più frequentemente l'alimentazione. Anche in questo caso però ultimamente stanno emergendo nuove tendenze. Infatti grazie all'ampliamento delle gamme da parte dei produttori con diverse varianti di gusto e texture e possibilità anche di mix feeding, anche molti i proprietari di gatto stanno rafforzando il rapporto con un unico brand di riferimento.

5. Chi manifesta il più alto livello di fedeltà alla marca, il cat owner o il dog owner?



Michele Monteforte (Hobbyzoo): «Il proprietario del cane è generalmente meno incline a cambiare prodotto, mentre quello del gatto, sapendo che il proprio animale si stanca facilmente di determinate ricette, è più propenso a variare».



Gian Luca Ferrari (Fe.Mir.Zoo): «Sia per il cane che per il gatto, notiamo una forte fedeltà alla marca. Nei cani è particolarmente comune, poiché è importante mantenere una dieta costante. Noi suggeriamo comunque di variare la fonte proteica. Anche per i gatti, i proprietari tendono a rimanere fedeli a un marchio, cambiando però occasionalmente la tipologia di proteina».



Gianni Casadei (Robinson): «Quando si tratta di scegliere prodotti di fascia alta i dog owner rimangono sempre fedeli allo stesso brand. Per il gatto si cerca di variare la dieta e spesso anche marca per cercare di soddisfare le esigenze dell'animale».



Mikaela Loaiza (Animal One): «I proprietari dei cani mostrano una maggiore fedeltà al marchio rispetto a quelli dei gatti, anche perché hanno gusti più difficili. Tuttavia, in base alle diverse fasi di crescita, i dog owner tendono a cambiare marca: alcuni brand sono preferiti per l'alimentazione del cucciolo, mentre altri risultano più adatti per le fasi adulte o senior».



Giandomenico De Palma (Joe Zampetti): «I proprietari di cani mostrano generalmente una maggiore fedeltà alla marca, specialmente su cibo premium e accessori, mentre i proprietari di gatti tendono a cambiare marca più spesso, soprattutto per quanto riguarda il cibo umido spinti dalle offerte».