

COMUNICATO STAMPA

GIORNATA MONDIALE DEL CANE, IL 26 AGOSTO SI CELEBRA IL MIGLIOR AMICO DELL'UOMO

Tra curiosità, nuove abitudini di viaggio e ospitalità pet-friendly, cresce il desiderio di condividere le vacanze con il proprio amico a quattro zampe



C'è chi parte con una valigia, chi con uno zaino e chi, ormai, aggiunge al bagaglio anche ciotola, guinzaglio e giochi preferiti. Perché quando il cane è parte della famiglia, anche la vacanza diventa un'esperienza da condividere. È questo lo spirito della Giornata Mondiale del Cane, che si celebra il 26 agosto, una ricorrenza nata per sensibilizzare sull'importanza del rapporto tra esseri umani e cani e per ricordare il ruolo che questi animali hanno conquistato nella nostra vita quotidiana. Una sensibilità che trova spazio anche nell'ospitalità di FH55 Hotels, che accoglie gli ospiti a quattro zampe nelle sue strutture pet-friendly, per permettere a tutta la famiglia di vivere il viaggio insieme, senza rinunciare alla compagnia del proprio amico più fedele.

Una ricorrenza nata per sensibilizzare sull'importanza del rapporto tra esseri umani e cani e per ricordare il ruolo che questi animali hanno conquistato nella nostra vita quotidiana. La Giornata Mondiale del Cane si celebra ogni anno il **26 agosto**, una data scelta per ricordare il ruolo speciale che questo animale ricopre nella vita dell'uomo e sensibilizzare sul suo benessere e sulla tutela dei suoi diritti. La ricorrenza è **stata istituita negli Stati Uniti nel 2004** dall'esperta di animali domestici **Colleen Paige**, che scelse il 26 agosto perché proprio quel giorno, quando aveva 10 anni, la sua famiglia adottò il suo primo cane, un Labrador di

nome Sheltie. Da allora la data è diventata un appuntamento internazionale dedicato a tutti i cani, sia quelli che vivono nelle nostre case sia quelli che ancora aspettano una famiglia.

E i numeri raccontano quanto questo legame sia diventato forte anche quando si viaggia. Secondo una ricerca JFC dedicata all'evoluzione sociale e all'incidenza dei pet sul turismo, nell'estate 2026 si stima saranno stati **4 milioni i nuclei familiari italiani** a trascorrere almeno una vacanza in compagnia del proprio animale, per oltre **73 milioni di presenze turistiche**. La permanenza media sarà di 12,1 notti e la spesa aggiuntiva destinata al pet raggiungerà in media 22,20 euro al giorno. Il valore complessivo del pet tourism italiano è stimato in **9,56 miliardi di euro**, con un potenziale che potrebbe arrivare a oltre 15,8 miliardi.

Un fenomeno che trova conferma anche nella vita di tutti i giorni. Gli ultimi dati Istat disponibili mostrano infatti che nel 2024 il **22,1% delle famiglie italiane vive con almeno un cane**, mentre complessivamente il **37,7% delle famiglie** ospita almeno un animale domestico. La presenza dei cani è inoltre cresciuta rispetto al 2006, quando riguardava il 20,7% delle famiglie.

La crescente attenzione verso il turismo pet-friendly racconta un cambiamento nelle abitudini degli italiani: non si tratta più semplicemente di trovare una struttura che “accetti” gli animali, ma di **scegliere luoghi nei quali anche il cane possa essere considerato parte dell'esperienza di viaggio**.

Una sensibilità che FH55 Hotels interpreta attraverso una selezione di strutture **pet-friendly**, pensate per permettere agli ospiti di vivere la propria vacanza senza dover rinunciare alla compagnia del proprio amico a quattro zampe. Dalle atmosfere di Firenze alla vicina Fiesole, fino al cuore di Roma, le strutture del gruppo offrono diverse possibilità per chi desidera esplorare alcune delle più belle città italiane insieme al proprio cane.

Il cane condivide la storia dell'uomo da migliaia di anni, ma alcune delle sue caratteristiche continuano ancora oggi a sorprendere. Il suo olfatto, per esempio, è straordinariamente più sviluppato di quello umano e permette di distinguere una quantità enorme di odori, tanto che per alcuni cani annusare equivale a una vera e propria forma di esplorazione del mondo. E poi c'è la coda, che non serve soltanto a esprimere felicità. **Il movimento, la posizione e la velocità possono comunicare stati d'animo differenti**, proprio come accade con le espressioni del volto e la postura.

E se è vero che ogni cane ha la propria personalità, esiste una cosa che sembra accomunarli tutti ossia la capacità di trasformare una semplice passeggiata in un'esperienza. **Un parco, una strada sconosciuta, una piazza affollata o un sentiero diventano occasioni per fermarsi, annusare, osservare e scoprire**. Un modo diverso, più lento e curioso, di vivere una destinazione. **Perché viaggiare con un cane significa anche cambiare prospettiva**: fermarsi più spesso, scegliere percorsi all'aria aperta, scoprire angoli meno conosciuti e, soprattutto, condividere ogni tappa con un compagno che non ha bisogno di conoscere la storia di un monumento per rendere speciale il viaggio.

La Giornata Mondiale del Cane diventa quindi l'occasione per celebrare non soltanto un animale, ma un rapporto fatto di complicità, fedeltà e quotidianità. Un legame che oggi entra sempre più naturalmente anche nel mondo dell'ospitalità e del turismo. Del resto, i dati Istat confermano che gli animali domestici sono ormai una presenza stabile nelle famiglie italiane: nel 2024 erano circa **25,5 milioni gli animali domestici** presenti nelle famiglie, mentre quasi quattro famiglie su dieci ne ospitavano almeno uno.

E così, il 26 agosto, la domanda non è più soltanto “Dove andiamo in vacanza?”, ma anche: **“Dove andiamo insieme?”**. Perché una destinazione può essere bellissima, ma lo è ancora di più quando la si può condividere con chi, appena sente pronunciare la parola “partiamo”, è già pronto davanti alla porta.

FH55 HOTELS

È un gruppo alberghiero fondato nel 1955 da Dino Innocenti, pioniere nel settore dell'hôtellerie, che inizia creando il **Grand Hotel Mediterraneo** di Firenze. La storia continua nel 1968 con la costruzione del **Grand Hotel Palatino** a Roma, a due passi dal Colosseo. Successivamente il gruppo prosegue la sua crescita con l'acquisto dell'**Hotel Calzaiuoli**, nel cuore di Firenze che apre nel 1982. Alla scomparsa del fondatore, gli eredi divenuti nel frattempo titolari delle strutture, continuano la politica di espansione e nel 1995 acquisiscono l'**Hotel Villa Fiesole**. FH55 HOTELS è oggi un gruppo alberghiero composto da quattro strutture, ognuna con una propria identità, ma accomunate da quei valori che la proprietà trasmette

quotidianamente a tutto lo staff e alla direzione degli alberghi. Nel 2025, FH55 HOTELS ha celebrato con orgoglio il suo 70° anno di attività, un traguardo straordinario che segna sette decenni di eccellenza nell'ospitalità italiana. Da una visione pionieristica a una realtà consolidata, il gruppo continua a distinguersi per innovazione, qualità e un'attenzione costante al benessere degli ospiti.

Il Gruppo FH55 Hotels, da sempre attento al sostegno dei più bisognosi, ha avviato una meravigliosa iniziativa di solidarietà in collaborazione con l'**Istituto delle Piccole Sorelle dei Poveri di Firenze**. Questo progetto è nato dal desiderio di ridurre gli sprechi alimentari, trasformando le eccedenze del buffet delle colazioni del Grand Hotel Mediterraneo in una preziosa risorsa per l'istituto, che ospita oltre **70 anziani, 10 suore e 20 dipendenti**. Prima di questa iniziativa, gli anziani avevano a disposizione pochissimo per la colazione, ma grazie all'impegno del Gruppo, ora possono godere quotidianamente di una colazione completa e abbondante. Il progetto, avviato nel novembre 2023, rappresenta solo l'ultima delle numerose attività benefiche che il gruppo porta avanti da anni, confermando il suo impegno concreto e costante nel fare la differenza per chi ha più bisogno.



Lungarno del Tempio 44, 50121 Firenze

+39 055 660241

+39 055 679560

www.fhotels55.com

sales@fhotels55.com

Travel Marketing 2
Public Relations & Press Office

Ufficio Stampa Travel Marketing 2, Roma

Alessandra Amati Cell. 335 8111049

www.travelmarketing2.com

E-mail alessandra.amati@travelmarketing2.com

info@travelmarketing2.com

Seguici su facebook 