

# Vivmax Magazine

TUTTO PER I PROFESSIONISTI DEL PET

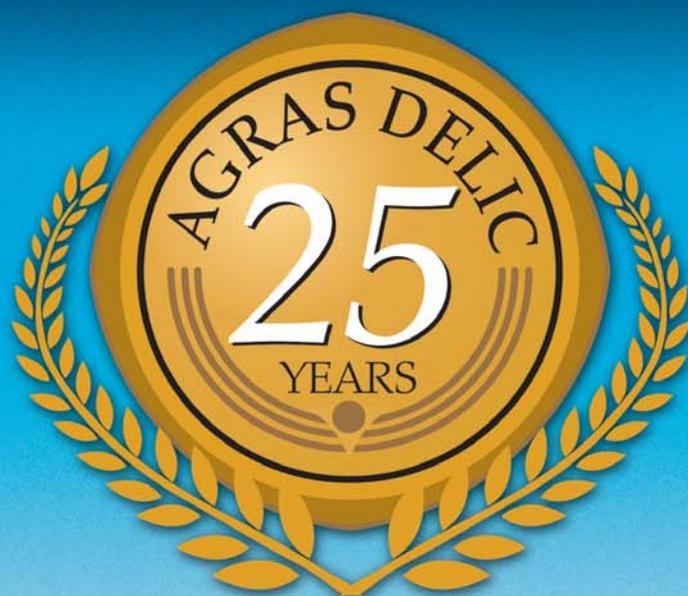


AGRAS  
DELIC





# AGRAS DELIC I NOSTRI PRIMI 25 ANNI



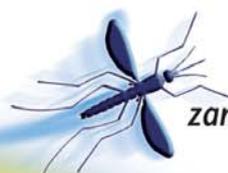
AGRAS  
DELIC



Contro pulci, zecche e zanzare

# IO SCELGO ADVANTIX®

perché riduce anche il rischio  
di malattie come la Leishmaniosi



zanzare e flebotomi

**EFFETTO REPELLENTE**

pulci



zecche



Advantix **non solo** è efficace contro pulci, zecche e zanzare ma, grazie all'**effetto repellente** contro zecche, zanzare e flebotomi, **riduce anche il rischio di Leishmaniosi** e di altre malattie trasmesse da questi parassiti. Inoltre è efficace anche contro le **larve di pulci** nell'ambiente circostante il cane trattato.



Adatto anche per cagne in gravidanza e allattamento. Non utilizzare in cuccioli di età inferiore alle 7 settimane e in animali con peso inferiore a quello indicato per ogni confezione.



spot-on per cani

*con effetto repellente*



Bayer



**NON USARE SUI GATTI.** Advantix® non sostituisce il trattamento preventivo della filariosi. Il trattamento va ripetuto, a seconda dei parassiti, ogni 2-3-4 settimane. È un medicinale veterinario: chiedi consiglio al tuo veterinario. Leggere attentamente le avvertenze nel foglio illustrativo. Tenere fuori dalla portata dei bambini ed usare particolare attenzione finché il sito di applicazione non sia asciutto. L'uso scorretto può essere nocivo. Aut. Pub. n. 06/VET/2010.



**IN REGALO**  
la Scalibor® Map\*  
con le zone a rischio  
**LEISHMANIOSI**  
e la application free  
per il tuo iPhone!

**SCALIBOR® sostiene  
la prevenzione  
contro la LEISHMANIOSI  
nei canili in zone endemiche.**

**2 Taglie**



## Niente paura, niente puntura!

**SCALIBOR®**, un collare che allontana i pappataci. Lo sapevi che durante la bella stagione il tuo cane può essere punto dai pappataci? **SCALIBOR®** repelle i pappataci, i pericolosi insetti che con la loro puntura possono trasmettere una malattia grave: la leishmaniosi.

Proteggi il tuo cane con **SCALIBOR®**, il collare che allontana i pappataci e aiuta a ridurre il rischio di contrarre la leishmaniosi.

Chiedi al tuo Veterinario o al tuo Pet-shop di fiducia la **SCALIBOR® Map** con le zone a rischio leishmaniosi.

**SCALIBOR®** può essere utilizzato anche su cagne in gravidanza e in allattamento. Non utilizzare nei cuccioli di età inferiore a 7 settimane. Il bagno non pregiudica l'efficacia del collare.

[www.scalibor.it](http://www.scalibor.it)

**SCALIBOR®**, 5 mesi di protezione dai pappataci.



Protegge dai flebotomi



Protegge dalle zecche



Protegge dalle zanzare



**NON USARE NEI GATTI**

**Scalibor®**

Protector Band

# *l'editoriale*

## EDITORIAL

Grazie. Prima di tutto grazie. Grazie alle aziende, ai petshop, agli inserzionisti, ai veterinari, ai lettori tutti. Grazie agli autori, ai giornalisti, ai collaboratori. Grazie a chi ha voluto darci fiducia, a chi crede in noi, a chi vede in questo primo numero di *Vimax Magazine* un vecchio amico che ritorna dopo una pausa forzata, senza che questa ne abbia intaccato la forza, il vigore, la solidità e l'affidabilità.

Nuovo, ma forte di una tradizione ultraventennale, *Vimax Magazine* si presenta ai lettori con il piglio ottimista e risoluto di un'araba fenice capace di risorgere dalle proprie ceneri. Sì, il debutto sul mercato di *Vimax Magazine* rappresenta proprio questo: l'esordio di una testata chiamata "per vocazione" a ricevere il testimone da una rivista storica, con la quale, nostro malgrado, abbiamo dovuto interrompere la collaborazione.

Una rinascita che sembrava impossibile. In un momento di crisi globale come quello che purtroppo stiamo vivendo tutti, pareva davvero un'impresa senza speranza quella di realizzare in tempi da record un prodotto editoriale del calibro di *Vimax Magazine*. Ma la "squadra" Vimax, un'équipe di giornalisti, redattori, grafici e collaboratori che da oltre due decenni si impegna per dar vita ogni mese a una rivista specializzata e di alta qualità destinata a rispondere in modo ottimale alle esigenze di informazione del complesso e poliedrico universo pet, ce l'ha fatta. La tradizione continua. Come e meglio di prima.

Cosa vuole dare ai suoi lettori *Vimax Magazine* lo scoprirete sfogliando le pagine del giornale: troverete contenuti che vi sono familiari, firme che avete imparato a stimare, argomenti, discussioni e aggiornamenti che, ci auguriamo, stimoleranno la vostra voglia di crescere professionalmente. Insomma: continueremo a essere un punto di riferimento sicuro e affidabile per tutti i lettori.

Ai lettori, però, qualcosa vogliamo chiederlo: dialogate con noi, scriveteci, fateci conoscere le vostre opinioni, i vostri commenti e, soprattutto, non risparmiateci le vostre critiche. Perché solo così potremo migliorare e offrirvi una rivista sempre più ricca, attuale e completa. Non ci dimenticheremo mai di dirvi GRAZIE!

La redazione

*Thank you. First of all thank you. Thanks to the companies, retailers, advertisers, vets and all the readers. Thanks to the authors, journalists, partners. Thanks to all who trust us and believe in us, to all who consider this first issue of Vimax Magazine an old friend that comes back after a forced sick leave which, nevertheless, has not undermined its strength, vigour, solidity, reliability.*

*New but supported by more than twenty years of experience, Vimax Magazine presents itself with the optimistic and resolved attitude of the phoenix, able to rise from its ashes. Yes, since this is what Vimax Magazine's debut means: it is the birth of a trade magazine called to receive the baton from a historic publication swept away by the editorial crisis.*

*A rebirth that seemed impossible. In such hard times for the global economy, being able to ensure a sound editorial product like Vimax Magazine in record time seemed really an impossible mission. But we did it. The Vimax team is a group of journalists, authors, graphic designers and partners that have been working together for more than two decades to produce a high quality trade magazine every month to perfectly meet the demands for information coming from the many-sided and eclectic pet supply universe. The tradition goes on. Just like and even better than earlier.*

*What Vimax Magazine offers its readers - you can unveil it by turning over the pages: you will find familiar contents, journalist names you have learnt to appreciate in time, topics, discussions and updates that, we hope, will be a stir to boost your business activity. In short: we will go on to be a strong and reliable point of reference for you readers.*

*We nevertheless wish to ask you something: dialogue with us, write us, let us know your opinions, your comments and, above all, do not spare us your critics. Since only in this way we will be able to improve and offer you an increasingly richer, more relevant and complete publication. And we will never stop saying THANK YOU!*

*The editorial team*

Altissima Qualità Italiana

# LECHAT<sup>®</sup>

## NATURAL *Timbalè*<sup>®</sup>

Lechat Natural è la nuova linea Superpremium studiata da Monge per i consumatori più moderni, che cercano il meglio per il loro gatto. Ricette ed esperienza italiana per una qualità senza paragoni e appetibilità straordinaria.



NOVITÀ



**Monge**

Più avanti nel Pet food

VISITA IL NUOVO SITO [www.monge.it](http://www.monge.it)

# il sommario

Vimax Magazine  
anno I  
settembre 2011

## in copertina

12 Ecco perché ti puoi fidare (*Agras Delic*)

## l'editoriale

2 Grazie. Prima di tutto grazie.

## i cani e i gatti

- 30 Benessere in primo piano (*Wonderfood*)
- 42 Gioco senza limiti (*Ferplast*)
- 44 Cappottini da sogno (*Farm Company*)
- 46 Pulizia senza acqua (*Bayer Animal Health*)
- 48 Belli con l'anima (*Croci*)
- 52 Come natura comanda (*Disegna Group*)
- 54 Monoproteico è meglio (*Unipro*)
- 56 Bello e pulito (*Pampered*)
- 58 Quando micio ha l'influenza (*Chifa*)



- 60 Golosi Food Generation (*Zoodiaco*)
- 62 Monitoraggio capillare (*Intervet Italia*)
- 64 Passano gli anni (*Royal Canin Italia*)
- 66 Uniti per l'Europa (*Camon / United Pets*)
- 68 Concetto ad hoc (*Vitakraft Italia*)
- 70 Iv San Bernard Diffusion (*Iv San Bernard Diffusion*)
- 72 Sotto i riflettori (*ISB Group*)
- 76 Con il piede giusto (*ISB Group*)
- 78 Il meglio per loro (*Hill's Pet Nutrition Italia*)
- 82 Importazione di qualità (*Franc. Isa Pet Gruppo Soria*)
- 84 All'ultima moda (*Trixie Italia*)
- 86 Una cellula, tanti guai di *P. Sparaciarì*
- 88 Qualità e convenienza (*Zoo Planet*)
- 90 Vitakraft in tv con i Bau Boys (*Vitakraft Italia*)
- 92 Il levriero afgano (*Italsystem*)
- 84 La banda del buco di *P. Sparaciarì*

## acquari & co.

98 Il consiglio giusto di *V. Zupo*



# 5 SENSIBILITÀ, 5 SOLUZIONI STRAORDINARIE

**Eukanuba**

**100%  
HIGH  
QUALITY  
NUTRITION**



**Pelle  
Sensibile**

**Cani in Sovrappeso,  
Sterilizzati**

**Digestione  
Difficile**

**Articolazioni  
Delicate**

**Senior 9+**



Servizio Clienti Numero Verde 800 555040 - [www.eukanuba.it](http://www.eukanuba.it)



- 102 Di tutti i colori *di M.L. Mancini*
- 106 L'arredo prende vita (*Askoll Uno*)

## i pennuti

- 114 Occhio al pavone *di A. Tonelli*
- 116 Simpatici assioli *di G. Ravazzi*



### settembre - le rubriche

- |     |                        |
|-----|------------------------|
| 8   | Le notizie brevi       |
| 28  | I mercati              |
| 80  | Le ultimissime         |
| 120 | La domanda e l'offerta |
| 122 | Gli appuntamenti       |
| 123 | I contatti             |
| 128 | Gli inserzionisti      |

## gli altri animali

- 108 Otto generi, tante specie *di M. Raldi*
- 111 Alleviamo il coniglio volpe *di L. Luchetta*
- 112 La salute inizia a tavola *di C. Papeschi*

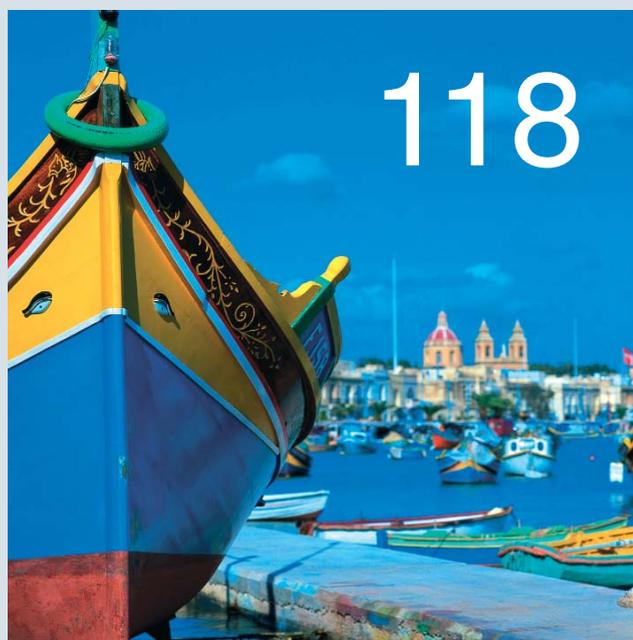


## mondo fiere

- 18 Promosso a pieni voti *di M. Moretti*
- 24 Appuntamento a Iberzoo (*Iberzoo 2011*)
- 26 Opportunità per tutti (*Pet Biz 2011*)
- 34 Dal serio al faceto *di C. Papeschi*

## in viaggio

- 118 Alla scoperta di Malta *di S. Sebastiani*





# TRAINER<sup>®</sup>

DOG & CAT WELLNESS

## Alimentali con i colori del benessere!

Linea di **alimenti funzionali** integrati con **sostanze nutraceutiche** di origine naturale, presenti in frutta e verdura.

Insieme a uno stile di vita salutare permetteranno al tuo amico di entrare nella **zona di benessere!**

Senza coloranti, conservanti o appetizzanti artificiali.

Nei negozi specializzati.



**gli amici degli amici<sup>®</sup>**  
non sperimentano sugli animali



 DIVENTA FAN DELLA NOSTRA  
PAGINA DI FACEBOOK, CERCA  
TRAINER NOVAFOODS

[www.novafoods.it](http://www.novafoods.it)

# le notizie brevi



## web - VETPEDIA, IL SAPERE VETERINARIO CONDIVISO

Da maggio è online Vetpedia, l'enciclopedia di medicina veterinaria ideata e realizzata da ANMVI (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani) con la direzione e la gestione organizzativa di EV (Edizioni Veterinarie).

Ispirata alla logica di Wikipedia, quindi basata sul sapere condiviso, Vetpedia è uno strumento unico nel suo genere: una raccolta di voci dedicate al cane e al gatto, aperta alla fruizione e al contributo dei medici veterinari, sui quali opera la supervisione di un comitato scientifico.

Vetpedia è destinata ai soli veterinari, che possono registrarsi gratuitamente per consultarla o per contribuire ad ampliarla, inserendo nuove voci o arricchendo quelle esistenti. L'enciclopedia sarà tradotta in inglese, aprendo così il progetto a contributi internazionali. Royal Canin è una delle aziende che sostengono economicamente il progetto.



## web - PET PROTAGONISTI DEI REALITY

Com'è una famiglia a prova di pet? Si può scoprire su Petpassion.tv, il grande social network dedicato agli animali da compagnia, creato da Purina e da The BlogTV, che oggi presenta tanti nuovi contenuti: *Una famiglia a prova di pet*, il primo reality dedicato agli amici a quattro zampe, *Cat House*, realizzato con la collaborazione di diversi studi di architettura, e *Cani da Top 10*, con la partecipazione degli allevatori del Breeder Club ProPlan.

Telecamere puntate sui cani e gatti che abitano le case degli italiani, per il primo reality che vede protagonisti proprio gli animali da compagnia: *Una famiglia a prova di pet* è il titolo della webserie in onda con appuntamenti settimanali nella sezione dedicata a Friskies. In *Cat House*, invece, la web serie in onda sul canale Gourmet, un pool di esperti spiega come arredare un appartamento a misura di gatto, in modo da coniugare stile e glamour con le necessità di spazio del pet. Infine, gli allevatori del prestigioso Breeder Club ProPlan e la webserie *Cani da Top 10* permettono di scoprire i segreti delle razze canine più belle. E per un tuffo nel mondo dei fumetti d'autore arriva *Mondo Pet*, sul canale Purina ONE, la prima web serie firmata dalla web star Eriacian, che con il suo tratto inconfondibile dà vita a originali storie i cui indiscussi protagonisti sono proprio i pet. Questi nuovi contenuti, insieme a tutti i servizi della piattaforma, sono fruibili anche grazie all'applicazione per iPhone di PetPassion. Info: [www.petpassion.tv](http://www.petpassion.tv) o numero verde Purina per Voi 800-525505.



## Italia - VIP IN CORSA ALL'ADVANTIX RUNNING

Anche Manuela Arcuri e il suo Romeo hanno preso parte all'Advantix Running 2011, l'originale corsa non competitiva ideata da Bayer per i cani e i loro fedeli proprietari, che si è tenuta al Parco Sempione di Milano.

L'attrice, insieme al suo chihuahua, è stata testimonial dell'evento insieme a Daniele Chiefa, campione italiano di sleddog, e Lucilla Andreucci, una delle migliori maratonete azzurre degli ultimi anni. "È con grande piacere che oggi sono qui con il mio Romeo", ha dichiarato la Arcuri. "Noi due ci ritagliamo spesso momenti di divertimento immersi nella natura, e diventa ancora più bello se lo facciamo per sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza di prendersi cura della salute e del benessere dei propri fedeli amici a quattro zampe."

Cinque chilometri di percorsi, circa 400 partecipanti, 1600 "zampe",

20 volontari della Lega del Cane, 12 premi assegnati. Grazie alle numerosissime iscrizioni, è stato possibile raccogliere 2.200 euro, a cui Bayer ne ha aggiunti altri 1.000, interamente donati alla Lega Nazionale per la Difesa del Cane sezione di Milano.



## associazioni - NORBERT HOLTENRICH NUOVO PRESIDENTE ZZF

A larga maggioranza, i delegati della ZZF, l'associazione che riunisce gli operatori tedeschi dell'industria pet, hanno eletto Norbert Holthenrich nuovo presidente nel corso nell'assemblea che si è svolta a Dresda lo scorso maggio. Holthenrich è stato tesoriere dell'associazione ed è membro della ZZF da dodici anni.

All'incontro annuale dei soci ha annunciato i suoi obiettivi, fra cui il principale sarà il rafforzamento della cooperazione con altre associazioni e con il mondo industriale e politico.

Con il neopresidente sono stati eletti anche i membri del consiglio direttivo: Hans-Jochen Bün-ger, Ralf Grützner, Ute Klein e Bernd Silbermann.



## associazioni - OFI AWARD ALLA UBM ASIA

La Ornamental Fish International (OFI) ha deciso di premiare la UBM Asia Trade Fairs con l'OFI Award 2011. Agli organizzatori di Aquarama va questo importante riconoscimento, per il valore della fiera che si tiene ogni

due anni a Singapore, capitale mondiale dell'acquacoltura.

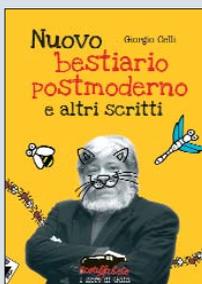
Nel corso degli anni Aquarama ha dato un importante contributo al settore promuovendo incontri, seminari, concorsi, visite ad aziende, con il coinvolgimento di tutte le parti interessate. Come AVA, che ha contribuito in modo sostanziale al successo della dodicesima edizione. All'apertura ufficiale della manifestazione, il 26 maggio scorso, il presidente OFI Gerald Bassleer ha consegnato l'OFI Award 2011 a Chris Eve, vicepresidente della UBM Asia.



## associazioni - UN NOME PER TUTTO

Ad Aquarama 2011, OFI ha lanciato ufficialmente il sesto libro della collana che si propone di definire gli standard dell'acquariofilia. Il volume, come il precedente, stabilisce la corretta terminologia scientifica per tutte le specie animali trattate dall'industria, in modo da uniformare i nomi attribuiti dalla legislazione sanitaria e dai diversi listini delle aziende che operano nel settore.

In 128 pagine, gli autori Alex Ploeg e Gayatri Lilley raccolgono i nomi scientifici di oltre 4000 pesci, crostacei e molluschi, oltre a coralli duri e molli, anemoni di mare, stelle marine e altre specie. Sono anche affrontati i temi della raccolta sostenibile di organismi marini per il commercio acquariofilo e delle applicazioni web per la creazione di certificati sanitari dell'UE.



## in - libreria API, CANI, GATTI, FORMICHE.

**E UOMINI** Nuovo bestiario postmoderno e altri scritti: è il titolo del nuovo libro di Giorgio Celli - scomparso lo scorso 11 giugno, all'età di 76 anni - pubblicato da Stampa Alternativa nella collana "Ecoalfabeto - I libri di Gaia". Anche in questo volume il noto studioso e scienziato, etologo, entomologo e divulgatore scientifico tra i più conosciuti in Italia, coordinatore di diversi gruppi di ricerca per ridurre

i danni ambientali, ci offre la sua visione divertita e disincantata sul mondo degli animali che vivono nelle nostre case: cani, gatti, pesci, uccellini, ma anche insetti, dalle formiche alle api. Spesso

# Sandokan®

Amico mio

## Shampoo

con Aloe vera  
e Amminoacidi della seta



Azione  
Lucidante



Con Balsamo  
Azione Igienizzante

## Repellenti ed Insetticida

con Aloe vera



Mousse  
Azione Lenitiva



Spray  
Azione Protettiva  
e Lenitiva



Anti-Acaro e  
Insetticida

## Disabituantanti



Per ambienti  
esterni



Per ambienti  
interni

## Pulizia ed Igiene



Azione  
immediata



Azione  
Antibatterica e  
Funghicida



ci prendiamo cura  
dei vostri animali

I Prodotti **Sandokan**  
Amico mio sono distribuiti da:

**Macropet**

Macropet S.r.l.  
Via Rive delle Seriole, 4 - 47893 Borgo Maggiore (RSM)  
Tel. 0549 907399 - Fax 0549 906626  
www.macropet.com

non si sa come "trattarli", molti ne hanno addirittura paura, e questo succede perché non si ha dimestichezza con l'"altro". Con Celli si impara a conoscerli divertendosi. Raccontando del cane simulatore, del gatto allo specchio, dell'ape farmacista, della formica robot, del piccione mistico, l'autore ci accompagna in un mondo a noi vicinissimo ma non sempre altrettanto noto. Il suo sguardo mancherà a tutti noi.



**Italia - A GENOVA RIVOLUZIONE NEL RAPPORTO UOMO-ANIMALE** È entrato in vigore a Genova il nuovo Regolamento Comunale sulla Tutela degli Animali che detta precise norme di comportamento per un corretto ed equilibrato rapporto pet-uomo sul territorio. "Del resto, i 50.000 cani, i

60.000 gatti e tutti gli altri animali che convivono nelle famiglie genovesi (una famiglia su due possiede almeno un pet) sono cittadini a tutti gli effetti", ha dichiarato l'assessore ai parchi e al benessere animale, Pinuccia Montanari. È prevista, per esempio, la tutela dei gatti liberi (con il riconoscimento del ruolo di gattare e gattari attraverso un patentino e un corso, il divieto di ostacolare la corretta gestione delle colonie e il censimento dei gatti liberi), ed è vietato tenere animali permanentemente su balconi e terrazze senza possibilità di accesso in casa, così come l'uso di collari elettrici e collari a strozzo con le punte interne per i cani, l'accattonaggio con cuccioli e animali in stato di sofferenza e la vendita di animali ai minori di 18 anni, perché l'acquisto e la conseguente gestione di un essere vivente deve essere una decisione matura, non frutto di un gesto momentaneo.

"Diceva Gandhi che il grado di civiltà di un popolo si misura anche da come esso tratta i suoi bambini e i suoi animali. Con l'approvazione di questo regolamento, è stato fatto un passo avanti nel progresso morale della città di Genova", ha concluso l'assessore.



**Italia - GIARDINO E AGILITY** Con una sessione speciale di agility dog, anche gli appassionati cinofili potranno avere il loro spazio alla Due Giorni per l'Autunno, la settima edizione della mostra mercato di piante insolite e specialità in programma sabato 22 e

domenica 23 ottobre, dalle 9.30 alle 18, al Parco del Castello di Masino a Caravino (TO). La manifestazione offrirà a tutti gli esperti, o ai semplici appassionati di giardinaggio, l'opportunità unica di ritrovarsi con oltre 130 tra i migliori vivaisti italiani ed europei, presenti con le loro collezioni di punta e con interessanti novità. Lo straordinario spettacolo di colori e sapori autunnali è organizzato dal FAI - Fondo Ambiente Italiano sotto l'accurata regia dell'architetto Paolo Pejrone, fondatore e presidente dell'Accademia Piemontese del Giardino.

Royal Canin, per la prima volta insieme al FAI nella Due Giorni per l'Autunno, organizzerà una speciale sessione di agility dog - lo sport dove il conduttore affronta, insieme al proprio cane, un percorso a ostacoli nel minor tempo possibile - oltre a una serie di esibizioni sempre legate al rapporto cane-proprietario, come quelle di obedience e flyball, alle quali si aggiungeranno altre attività ludiche.



**Italia - A COLPI DI FORBICE** Domenica 2 ottobre Palermo ospita l'ottantaduesimo stage dimostrativo APT, che permetterà di specializzarsi nell'arte della toelettatura con Roberto Salvatori, tre volte campione italiano e più volte affermato vincitore in competizioni europee, fra cui il Milan-groom, il Ciseaux d'Or e il German Grooming, oltre ad avere partecipato alla Mondiale nella categoria STRIPPING, ottenendo un lusinghiero quinto posto. Salvatori toeletterà uno schnauzer gigante e proporrà vari tipi di toeletta su un barbone. La seconda parte del programma è affidata a Simona Pezzati, figlia del compian-

to Enrico, che proporrà una toelettatura commerciale ed espositiva su un west highland white terrier. Toccherà poi a Giampiero Vasta, che toeletterà un bichon a poil frisé.

L'appuntamento è presso l'Hotel Magaggiari di Cinisi (PA). Lo stage è aperto a tutti, soci e non soci, ed è gratuito. Associandosi si potrà ricevere il tariffario 2011 il materiale destinato ai soci: codice, adesivo, blocchi per appuntamenti e altro, nonché il nuovo e utilissimo cd *Appunti di cinofilia*. Info: Simona Pezzati tel. 091343900, Giampiero Vasta tel. 3929169224, APT tel. 0521942668.



**web - GATTI ONLINE SUL SITO DEL MINISTERO** Le vacanze estive di quest'anno sono state più sicure grazie all'Anagrafe Nazionale Felina, che da ora è parte integrante del "sistema delle anagrafi", online anche sul sito del Ministero della Salute dedica-

to all'Anagrafe degli Animali d'Affezione, il registro nazionale dei cani, gatti e furetti identificati con microchip in Italia.

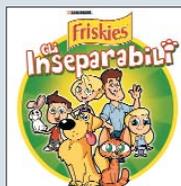
L'Anagrafe Nazionale Felina, creata da ANMMVI (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani) e da Frontline Combo Education Program, è una banca dati privata sulla quale i medici veterinari liberi professionisti possono registrare i gatti per scelta volontaria del proprietario. "Fondamentale", ha dichiarato Marco Melosi, vicepresidente ANMMVI, "è il riconoscimento del Ministero della Salute della sua utilità e della sua importanza, al punto - in caso di smarrimento dell'animale - di suggerire di effettuare la ricerca del microchip del gatto disperso anche su questa banca dati, oltre che su quella statale, alimentata dalle singole anagrafi territoriali, entrambi funzionanti nel rispetto della tutela della privacy del cittadino." La consultazione della banca dati è libera, gratuita e sempre disponibile su [www.anagrafenazionalefelina.it](http://www.anagrafenazionalefelina.it).



**Italia - MISSIONE EDUCAZIONE** È arrivato un nuovo cucciolo in casa? Per educarlo al meglio, Royal Canin lancia per i clienti del petshop il concorso Missione Educazione, che mette in palio un corso a domicilio di cinque lezioni

tenute da formatori cinofili qualificati del CSEN (Centro Sportivo Educativo Nazionale) riconosciuto dal CONI. Con questa iniziativa Royal Canin desidera porsi ancora di più al fianco dei proprietari per sostenerli nella costruzione di una relazione duratura di amore e fiducia con il nuovo amico a quattro zampe.

Acquistando uno dei prodotti in promozione dedicati all'alimentazione specifica per il cucciolo, il negoziante darà al cliente un kit contenente: la lettera con il codice per l'iscrizione al concorso, la guida *L'educazione del cucciolo*, il dvd *Il cucciolo, costruire il suo futuro*, due confezioni da 50 g di *EDUC Royal Canin*, il supplemento nutrizionale a basso contenuto calorico e ad elevata appetibilità, e un buono sconto per il riacquisto del prodotto junior più adatto al cucciolo. Fino al 30 novembre il concorso Missione Educazione mette in palio 15 corsi di educazione di base.



**web - UNA FAMIGLIA INSEPARABILE** C'è tempo fino a novembre per divertirsi con il gioco "Crea la tua famiglia di inseparabili", ideato da Friskies, il brand premium di Purina: viaggiando con la fantasia sarà infatti possibile creare una famiglia-cartone animato, nella quale il protagonista sarà proprio l'amico pet.

Chiunque abbia cani, gatti, uccellini, pesci o piccoli roditori potrà insomma divertirsi a realizzare online la propria famiglia di "inseparabili". Il coinvolgente gioco pensato da Friskies permette a ognuno di usare l'immaginazione per dimostrare quanto è "inseparabile" dal proprio amico a quattro zampe. Basta andare sul sito [www.inseparabili.friskies.it](http://www.inseparabili.friskies.it) per comporre e personalizzare la propria famiglia, creare una cartolina e condividerla con chi si vuole: quattro semplici mosse per trasformare tutti in un vero cartoon. Info: [www.inseparabili.friskies.it](http://www.inseparabili.friskies.it) oppure numero verde Purina per Voi 800-525505.

# Fiproline®

SOLUZIONE SPOT-ON

## PROTEGGERLI CONVIENE. E A PULCI E ZECCHE CONVIENE SPARIRE.

Zecca,  
noi pulci  
lasciamo perdere.  
Questo Fiproline  
e' insopportabile!

A me lo  
dici pulce?  
Per eliminarci  
ora possono scegliere  
una comoda soluzione.



Fiproline  
soluzione  
spot-on  
per cani  
a base  
di Fipronil.  
Uso topico.

Fiproline  
soluzione  
spot-on  
per gatti  
a base  
di Fipronil.  
Uso topico.

Dall'esperienza Formevet una soluzione spot-on contro pulci e zecche, disponibile in una gamma ampia e completa per soddisfare tutte le esigenze di trattamento di cani e gatti, con confezioni spot-on da 2 e da 4 pipette. Chiedi consiglio al tuo veterinario - E' un medicinale veterinario vendibile senza obbligo di ricetta medico-veterinaria - Prima dell'uso leggere attentamente le avvertenze riportate sul foglietto illustrativo - Tenere fuori dalla portata dei bambini ed usare particolare attenzione finché il sito di applicazione non sia asciutto - L'uso scorretto può essere nocivo - Aut. Min. n° 33 del 28/04/2011

Rappresentante in Italia: Formevet S.r.l. - Via Correggio, 19 - 20149 - Milano - tel 02.4345891 - fax 02.43458922  
e-mail:vetline@formevet.it - www.formevet.com



Buoni coi buoni,  
cattivi coi cattivi.

# ECCO PERCHÉ TI PUOI FIDARE

Da 25 anni Schesir e Stuzzy di Agras Delic rappresentano un'esclusiva di qualità nei petshop

**AGRAS  
DELIC**

AGRAS DELIC SPA  
via San Vincenzo 4, 16121 Genova  
tel. 010588586, fax 010588914  
www.agras-delic.it  
contact@agras-delic.com

ERA il 17 giugno 1986 quando Agras Delic iniziava il suo cammino nel mondo del pet food. L'esperienza internazionale del Gruppo Agras, attivo sin dal 1946 nell'importazione di materie prime alimentari, è stata messa al servizio del pet food per proporre alimenti innovativi e di alta qualità. È stata lanciata per prima la linea *Stuzzy*, seguita nel 1999 da un pro-

dotta fortemente innovativo, *Schesir*, ambedue distribuiti in esclusiva nei negozi specializzati. Da allora, Agras Delic è sempre stata sinonimo di innovazione e qualità. Infatti, non solo è stata la prima azienda a portare sui nostri mercati prodotti umidi monodose contenenti unicamente ingredienti della stessa qualità utilizzata per il consumo umano, naturali al 100%, ma ha fatto spesso anche da "apripista" nello sviluppo di nuovi formati caratterizzati da elevati traguardi di servizio per il

consumatore. Altissimi livelli di qualità

sono garantiti dalla scelta di stabilimenti di produzione che vantano i più alti standard di qualità, sicurezza e igiene e che, conformandosi agli standard HACCP e GMP, adottano sistemi di gestione certificati ISO 9001 e processi produttivi certificati BRC.

UN'AZIENDA ETICA. Agras Delic ha come mission il benessere dei pet, ma è anche consapevole che, per assicurarlo, non si può trascurare nessun elemento del contesto in cui vivono gli animali e con cui si relazionano: il benessere di cani e gatti, insomma, è strettamente correlato con quello dei loro padroni e di tutti gli esseri umani per estensione, nonché con la salubrità dell'ambiente.



Per rispondere a questo obiettivo, l'azienda non si è impegnata solo a dare il proprio contributo economico, sociale e culturale nella comunità in cui opera, ma anche a lavorare come una "green company" e a proteggere l'ambiente per le future generazioni. Questo impegno si sostanzia, per esempio, nel supportare cause socialmente utili, come il finanziamento di una ricerca sull'efficacia della pet therapy nella cura dei bambini autistici, o il sostegno a Make-A-Wish®, da anni impegnata a favore dei piccoli malati per la realizzazione dei loro desideri e per restituire loro quei preziosi momenti di spensierata felicità utili ad affrontare al meglio le terapie.

Per quanto riguarda l'aspetto ecologico, invece, gli imballaggi in carta e cartone possono essere introdotti nel circuito del riciclo e sono chlorine free. Non solo: anche gli altri imballaggi (alluminio ecc.) sono riciclabili.



DA SINISTRA: FABRIZIO SPAGGIARI (AREA MANAGER ITALIA), PIERFRANCESCO CAZZOLA (AREA MANAGER ITALIA) E ANDREA PULVIRENTI (AREA MANAGER ITALIA/KEY ACCOUNT)

FROM LEFT: FABRIZIO SPAGGIARI (AREA MANAGER ITALY), PIERFRANCESCO CAZZOLA (AREA MANAGER ITALY) AND ANDREA PULVIRENTI (AREA MANAGER ITALY/KEY ACCOUNT)



DA SINISTRA: STEFANO MUSELLA (DIRETTORE GENERALE), GIORGIO ROMANENGO (PRESIDENTE) E PIETRO MOLTENI (AMMINISTRATORE DELEGATO)

FROM LEFT: STEFANO MUSELLA (GENERAL DIRECTOR), GIORGIO ROMANENGO (PRESIDENT) AND PIETRO MOLTENI (MANAGING DIRECTOR)



DA SINISTRA: ALESSANDRO MUSELLA (EXPORT MANAGER) E ANDREA TERRILE (EXPORT MANAGER)

FROM LEFT: ALESSANDRO MUSELLA (EXPORT MANAGER) AND ANDREA TERRILE (EXPORT MANAGER)

In coerenza con questa filosofia, *Schesir* è anche un prodotto etico: la carne di pollo proviene da allevamenti hormone free e il pesce è pescato in mare aperto con modalità che prevedono il rispetto dell'ambiente e la salvaguardia dei delfini. Tutto questo è evidenziato con appositi loghi sugli imballaggi.

PARTNER, NON SEMPLICI CLIENTI. Fin dall'inizio, Agras Delic ha impostato la sua attività commerciale riservando particolare attenzione al canale specializzato, considerando i clienti come veri e propri partner. L'azienda, infatti, è consapevole che, nell'era della grande distribuzione, il negoziante specializzato continua a svolgere un ruolo non di mero venditore, ma di consulente a tutti gli effetti: il consumatore finale sa che può rivolgersi a lui con fiducia per i più svariati consigli sui propri pet.

Per questo Agras Delic si è sempre impegnata a fornire non solo prodotti di ottima qualità, ma anche tutti gli strumenti necessari ad affiancare e agevolare il lavoro dei propri partner, dalla già citata capacità innovativa a una logistica efficiente, dalle in-store promotion alla comunicazione sui media, che ha goduto di investimenti sempre più consistenti anno dopo anno.

Nel tempo, infatti, l'azienda ha continuato a proporre le più sfiziose novità che il mercato mondiale potesse offrire nell'ambito dei prodotti di alta qualità, ha studiato i

## DOGS & CATS

### THAT IS WHY YOU CAN TRUST IT

*Schesir* and *Stuzzy* by Agras Delic have been offering exclusive quality for 25 years

It was 17<sup>th</sup> July 1986, when Agras Delic entered the pet food sector. Gruppo Agras is active since 1946 in producing food raw ingredients: the company used its experience to produce innovatory and high-quality pet food.

*Stuzzy* line was launched in 1999, followed by an innovatory product, *Schesir*: both lines were distributed in specialized shops only. Since then, Agras Delic has always meant innovation and quality in the market of pet food.

The company was the first to launch single-serve moist food containing 100% natural and quality ingredients used for human consumption: moreover, the company has been a pioneer in developing new packaging featuring elevated service for customers.

The elevated quality is guaranteed by the choice of productive plants featuring the highest quality, safety and hygiene standard. They comply with HACCP and GMP standard, using ISO 9001 certified managing systems and BRC certified production processes.

**AN ETHICAL COMPANY.** Agras Delic's mission is the pet's well-being, which is strictly connected with their owners' well being as well as all human beings and environment.

In order to meet these requirements, the company offers its economic, social and cultural support in the area, but it also operates as a "green company" and protects the environment for future generation.

For example, the company has financed a research on the effectiveness of pet therapy for autistic children. Mover, it has been supporting Make-A-Wish®, which aims at fulfilling the wish of ill children in order to help them face treatments.

The company uses paper and cardboard packaging, which are chlorine free and can be recycled. Moreover, other types of packaging (aluminium etc.) can be recycled too.

Following this philosophy, *Schesir* is an ethical product: chicken meat comes from hormone-free farming, while fish is fished in open sea

### PILLOLE DI STORIA

GIUGNO 1986 Nasce *Stuzzy*: 5 prodotti in lattina da 185 g a base di pesce (tonno, pesce misto, sgombrò, sardine e gamberi, sardine e salmone).

DICEMBRE 1988 Nasce la linea di vaschette *Mister Stuzzy*, paté speciali con un'alta percentuale di vera carne in pezzi.

NOVEMBRE 1990 Nasce *Stuzzy Gold*, in lattine da 85 g, contenente paté e dadini in salsa e caratterizzato dall'alto contenuto di carne e pesce.

SETTEMBRE 1997 Nasce *Stuzzy Vita* in lattine da 85 g, linea dietetica approvata dall'Associazione Veterinari Canadesi.

GIUGNO 1999 Nasce *Schesir*, la prima linea 100% naturale per la quale vengono utilizzate materie prime della stessa qualità utilizzata per il consumo umano, presentata in filettini tagliati a mano, la cui qualità è subito visibile all'apertura della scatoletta.

APRILE 2002 Nasce *Schesir Soft Jelly*, la prima linea 100% naturale nel formato busta.

GENNAIO 2006 Nasce *Stuzzy Dog New Zealand & Australia*, linea di prodotti contenenti un'unica fonte di proteina animale, e quindi un'alta percentuale di un solo tipo di carne, proveniente da animali allevati nei verdi pascoli di Nuova Zelanda o Australia.

APRILE 2006 Nasce *Schesir Cat* in multipack, la prima linea di lattine da 50 g, con 6 pezzi in un'unica confezione di vendita.

MAGGIO 2007 Nasce *Schesir Cat Dry*, linea di alimenti secchi superpremium.

GIUGNO 2008 Nasce *Stuzzy Dog New Zealand & Australia Dry*, linea di alimenti secchi contenenti un'unica fonte di proteina animale; ogni referenza contiene un solo tipo di carne disidratata di origine neozelandese o australiana.

DICEMBRE 2008 Nasce *Schesir Fruit*, la prima linea di umido a base di tonno o pollo con aggiunta di veri pezzi di frutta.

MAGGIO 2009 Nasce *Schesir Dog* in multipack, linea naturale per cani in lattine da 85 g.

MAGGIO 2010 Nasce *Schesir Soup Dog*, la prima linea di zuppe naturali per cani in lattina.

GENNAIO 2011 Nasce *Stuzzy Cat* in buste da 100 g, linea superpremium per gatti.

MAGGIO 2011 Nasce *Schesir Cat* in busta trasparente da 70 g, grazie alla quale il prodotto 100% naturale è visibile dall'esterno.

### BRIEF HISTORY

JUNE 1986 *Stuzzy* is born. Five products in 185g cans, made with fish (tuna, fish mix, mackerel, sardine and shrimps; sardine and salmon).

DECEMBER 1988 *Mister Stuzzy* line is born: special pate in trays featuring elevated percentages of meat bits.

NOVEMBER 1990 *Stuzzy Gold*, 85g cans with pate and morsels with sauce featuring elevated percentage of fish and meat.

SEPTEMBER 1997 *Stuzzy Vita* is born: 85g cans, diet line approved by the Canadian Veterinarian Association.

JUNE 1999 *Schesir*, the new 100% natural line. The ingredients used are the same dedicated to human consumption: the quality of hand-filleted meat is clearly visible.

APRIL 2002 *Schesir Soft Jelly* is the first 100% natural line in bags.

JANUARY 2006 *Stuzzy Dog New Zealand & Australia*: these products contain a single source of animal proteins, and elevated percentages of a single type of meat from animals farmed in New Zealand and Australia green pastures.

APRIL 2006 *Schesir Cat* in multipack. It is the line of 50g cans, with 6 cans in a single package.

MAY 2007 *Schesir Cat Dry*, the line of super premium dry food.

JUNE 2008 *Stuzzy Dog New Zealand & Australia Dry* is the line of dry food featuring a single source of animal proteins. Each product contains only one type of dehydrated meat from New Zealand or Australia.

DECEMBER 2008 *Schesir Fruit* is the first line of moist food with tuna or fish and fruit bits.

MAY 2009 *Schesir Dog* in multipack is the natural line for dogs available in 85g cans.

MAY 2010 *Schesir Soup Dog*, the first line of natural soups in cans for dogs.

JANUARY 2011 *Stuzzy Cat*, available in 100g bags. It is the super premium line for cats.

MAY 2011 *Schesir Cat*, available in 70g transparent bags. The 100% natural product is visible from outside.

packaging e i formati più adatti ad accontentare le richieste dei clienti più esigenti, ha incrementato costantemente le referenze all'interno delle diverse gamme di prodotto. E, a tutto questo, ha affiancato azioni promozionali mirate, materiali informativi, espositori funzionali e originali e quant'altro potesse aiutare il negoziante a svolgere al meglio la sua attività.

**SCHESIR: UN PREZIOSO ALLEATO.** La distribuzione di Schesir nel canale specializzato comincia nel 1999 e, con essa, viene creato un segmento di mercato totalmente nuovo, quello del "naturale", che per molti negozi è presto diventato il più importante. Alla base delle ricette di Schesir, infatti, ci sono solo tonno pescato in mare aperto e carne proveniente da allevamenti controllati e hormone free. Ingredienti, quindi, naturali al 100%, della stessa qualità utilizzata per il consumo umano, ricchi di proteine ad alto valore biologico.

respecting the environment and dolphin. Special pictures on the packaging guarantee these principles.

**PARTNERS, NOT SIMPLY CUSTOMERS.** Since the beginning, Agras Delic commercial activity has been particularly dedicated to the specialized channel: customers are real partners. The company is well aware that, in the era of large scale retail trade, specialized shops are not only retailers but real advisers: final customers trust retailers, because they provide many tips on their pets.

This is why Agras Delic offers quality products as well as the necessary tools to support the work of its partners: from innovation to an effective logistics, from in-store promotions to media communications, with growing investments.

The company has been offering the tastiest and newest high-quality products available on the market; it has been studying the best packaging to meet the needs of demanding customers; it constantly increased the number of products for the different ranges...besides, the company has also offered special promotions, information materials, functional and original display and all the necessary tools to support retailers at best.

**SCHESIR: A PRECIOUS ALLY.** Schesir entered the specialized channel in 1999, creating the segment of natural food: it became soon the most important segment for several retailers.

Schesir recipes contain tuna fished in open sea and hormone-free meat from controlled farms. They are 100% natural ingredients, the same used for human consumption: they feature an elevated biological value and they are rich in proteins.



I procedimenti di lavorazione, dall'accurata pulitura alla cottura a vapore fino alla filettatura realizzata a mano, escludono del tutto la chimica, garantendo l'integrità dei nutrienti, un'alta digeribilità e una straordinaria appetibilità.

Solo la migliore qualità, insomma, entra nelle scatolette *Schesir*: sono alimenti privi di conservanti e coloranti chimici, prodotti usando le migliori parti della carne e del pesce, trattate unicamente con procedimenti naturali, come farebbe il proprietario dell'animale a casa propria. Un'eccellenza che è stata premiata sempre più anche all'estero, tanto che oggi *Schesir* è diventata una marca internazionale distribuita in 37 Paesi.

**SODDISFATTI ANCHE I PIÙ ESIGENTI.** Sotto l'etichetta *Schesir*, Agras Delic offre oggi ben 82 referenze di alimenti umidi, tutte accomunate dalla qualità degli ingredienti. Queste referenze sono raggruppate in linee di prodotto, che si differenziano l'una dall'altra per un singolo elemento distintivo: il brodo di cottura, la gelatina morbida, l'acqua di cottura (la cosiddetta linea "al naturale"), l'aggiunta di vitamine, l'aggiunta di vera frutta (la linea *Fruit* è l'ultima nata), la cottura sotto forma di zuppa (altra recente novità). Alcune solo per cani, altre solo per gatti. Questa segmentazione è stata operata con un duplice scopo: il primo è quello di permettere al consumatore finale una reale possibilità di scelta rispetto alle esigenze del suo cane o del suo gatto, l'altro è quello di facilitare il difficile compito del negoziante di soddisfare le esigenze di tutti i clienti umani e animali, anche i più sofisticati.

**STUZZY CAT GOLD.** *Stuzzy Gold* è una linea composta da 15 paté e 2 dadini di carne e pesce di alta qualità e digeribilità, provenienti dal Canada. Sono alimenti completi e bilanciati, preparati seguendo le norme AAFCO (Association of American Feed Control Officials). Completano la gamma 4 prodotti a base di pesce provenienti dalla Thailandia. Tra i gusti più "sfiziosi": tonno con calamari e gamberi, prosciutto, sogliola, merluzzo sogliola e gamberi, dadini al tacchino, trota. Nella gamma sono presenti anche 2 ricette speciali per gattini.

**MISTER STUZZY CAT E DOG.** I prodotti *Mister Stuzzy* si presentano in comode vaschette e contengono alte percentuali di carne. Nella formulazione di questi paté vengono aggiunti veri pezzi di carne, per renderli ancora più appetitosi.

La linea *Mister Stuzzy Cat* è composta da 10 gusti proposti in vaschette da 100 g. Sono presenti anche ricette speciali per gattini e gatti sterilizzati.

La linea *Mister Stuzzy Dog* è composta da 10 gusti, offerti in pratiche vaschette da 150 g, e 4 gusti confezionati in vaschette da 300 g. Tra i gusti "speciali" spiccano trota, salmone, cinghiale, anatra, prosciutto.

From cleaning to steam-cooking and filleting, processing excludes chemistry: nutritional elements are preserved, the product is extremely attractive and digestible.

*Schesir* features only the best quality: food free from chemical preservatives and colouring agents, containing the best part of meat and fish, which are naturally treated just like at home. This excellence has been awarded even abroad: today, *Schesir* is an international brand distributed in 37 countries.

**100% SATISFACTION.** Under *Schesir* brand, Agras Delic offers 82 moist product featuring high-quality ingredients. These products are divided into different lines featuring a single distinctive factor: broth, soft jelly, cooking water (natural line), vitamin supplement, real fruit supplement (*Fruit* line is the latest one), soup cooking (another news), lines for cats or for dogs only.

This distinction has two goals: to guarantee a broad choice according to the pets' needs, and to help retailers satisfy even the most demanding customers.

**STUZZY CAT GOLD.** *Stuzzy Gold* line includes 15 pates and 2 morsels featuring high-quality and digestible fish and meat from Canada. They are complete and balanced products, which comply AAFCO regulations (Association of American Feed Control Officials). The range is completed by four fish product from Thailand. Among the tastiest products there are: tuna with squids and shrimps; ham; sole; cod with sole and shrimps; morsels with turkey; trout. The range also includes two special recipes for kittens.

**MISTER STUZZY CAT AND DOG.** *Mister Stuzzy* products are available in handy trays: they contain an elevated percentage of meat. These pates contain real bits of meat, for an increased attractiveness.

*Mister Stuzzy Cat* line includes 10 formulas, available in 100g trays. There are special recipes for kittens and neutered cats.

*Mister Stuzzy Dog* line includes 10 formulas, available in 150g trays, and 4 formulas, available in 300g trays. Among special recipes there are: trout; salmon; boar; duck; ham.





STUZZY CAT IN BUSTA. Pensata per il gatto, la linea Stuzzy propone 8 nuove gustose ricette prive di coloranti e conservanti; teneri bocconcini di carne cotti al vapore per renderli leggeri e appetitosi.

Arricchite con taurina e vitamina E per sostenere la corretta funzionalità del cuore (heart support) e delle difese immunitarie (immune system), le ricette contengono inulina, utile a favorire l'assorbimento dei nutrienti (cell protection), e biotina, che favorisce la morbidezza e la lucidità del pelo e contribuisce a mantenere la salute della cute (skin care).



STUZZY DOG NEW ZEALAND & AUSTRALIA. La linea Stuzzy Dog New Zealand & Australia vanta già nel nome l'origine del prodotto: si tratta infatti di alimenti umidi e crocchette, adatti a qualunque razza, unici e innovativi, provenienti dalla Nuova Zelanda e dall'Australia, zone rinomate in tutto il mondo per la qualità delle carni, dove il bestiame è allevato tutto l'anno al pascolo grazie al clima temperato che mantiene le praterie sempre verdi. Inoltre, gli stringenti e rigorosi

standard d'igiene e l'attenzione alla salute del bestiame garantiscono un prodotto finito senza uguali. Gli alimenti Stuzzy Dog New Zealand & Australia contengono altissime percentuali di carne pregiata (dall'80% al 96%) di un'unica fonte animale. La sicurezza della carne contenuta in ogni ricetta consente l'utilizzo di questi prodotti anche con i soggetti che soffrono di intolleran-

ze o allergie alimentari a una o più proteine e, quindi, costretti a regimi alimentari "ristretti": è possibile infatti scegliere la ricetta con la carne più adatta al proprio cane.

Tutta la linea è realizzata senza conservanti aggiunti, per la sua composizione è facilmente digeribile grazie alla formula ipoallergenica e, quindi, è particolarmente indicata per i cani sensibili.

Una corretta alimentazione, è bene ricordarlo, aiuta inoltre a mantenere folto e lucido il pelo del cane.

Tra le 16 ricette di Stuzzy Dog New Zealand & Australia c'è sicuramente quella che incontra il gusto di ciascuno, anche dei cani più esigenti e delicati. Nel formato da 400 g si può scegliere tra: manzo e patate, agnello e riso, cervo, pollo, manzo e trippa, agnello e trippa, vitello e riso, vitello e pasta, cinghiale, bufalo, baramundi, capra e la referenza Puppy. Nel formato da 700 g, invece, la scelta spazia tra: agnello, manzo e riso, pollo e patate. Per i cuccioli, inoltre, c'è la speciale formula *Puppy agnello e riso*, nel formato da 400 g, adatta ai piccoli di tutte le razze.

La linea Stuzzy Dog New Zealand & Australia propone anche due nuove e prelibate ricette "dry" ipoallergeniche, a elevata digeribilità e ricche di principi nutritivi essenziali per la salute. La prima è a base di carne disidratata di agnello, la



seconda a base di carne disidratata di cervo, particolarmente digeribili oltre che anallergiche, provenienti da animali allevati negli ampi e verdi pascoli della Nuova Zelanda o dell'Australia. La formula è integrata con mais e orzo, ottime fonti energetiche ipoallergeniche. L'associazione con la proteina di patata, di origine vegetale a elevato valore biologico, fornisce elementi essenziali per la buona salute del cane, riducendo l'insorgere di intolleranze alimentari. I frutto-oligosaccaridi, la polpa di cicoria e il lievito di birra con cui è integrato l'alimento svolgono un'azione prebiotica che aiuta il riequilibrio delle normali funzioni digestive intestinali, facilitando l'assorbimento delle sostanze nutritive.

Completano la formula cinque preziosi elementi: tarassaco, rosa canina, uva ursina, ribes nigrum e cardo mariano. L'apporto superiore di acidi grassi polinsaturi (omega 3 e omega 6) e bioflavonoidi presenti nel ribes nero e nella rosa canina promuove un'azione antinfiammatoria e anti allergica stimolando in modo naturale le difese immunitarie del cane, che associata all'azione disintossicante e tonica del tarassaco, dell'uva ursina e del cardo mariano lo aiuta a godere di uno stato di generale benessere.

**STUZZY VITA FELINE DIET.** *Stuzzy Vita Feline Diet* è una linea di alimenti dietetici completi dedicata a tutti i gatti che presentano quadri patologici (insufficienza renale cronica, recidive da calcolosi di struvite, ipersensibilità alimentare, obesità), per i quali l'alimentazione può essere un valido supporto per il benessere.

Materie prime selezionate, ingredienti di prima scelta e ricette bilanciate a seconda delle particolari esigenze dietetiche rendono i prodotti della gamma unici per qualità e appetibilità, mentre il pratico formato monodose da 85 g garantisce un prodotto di qualità e sempre fresco: il meglio, insomma, per un'alimentazione dietetica corretta senza rinunciare al gusto. La linea *Stuzzy Vita Feline Diet* risponde ai requisiti stabiliti dalla AAFCO.

*Stuzzy Vita Feline Low Magnesium* è un alimento dietetico completo per la riduzione delle recidive di calcoli di struvite (FUS), che possiede proprietà acidificanti dell'urina e una moderata concentrazione di magnesio.

*Stuzzy Vita Sensitive Protein* è un alimento dietetico completo per la riduzione delle intolleranze a ingredienti e sostanze nutritive e per il supporto della funzione dermica in caso di dermatosi ed eccessiva perdita di pelo: possiede fonti selezionate di proteine e un'elevata concentrazione di acidi grassi essenziali.

*Stuzzy Vita Feline Low Calorie* è un alimento dietetico completo per i gatti con qualche chilo in più, a basso valore calorico e indicato per la riduzione dell'eccesso di peso corporeo.

*Stuzzy Vita Feline Low Protein* è un alimento dietetico completo con una bassa concentrazione di fosforo e un ridotto tenore di proteine, ma di elevata qualità. (J.B.) ●

**STUZZY CAT IN BAGS.** *Stuzzy* line for cats offers eight new recipes without colouring or preserving agents: soft morsels of steam-cooked meat, for a light and tasty product.

The recipes are supplemented with taurin and vitamin E to support heart and immune system. They contain inuline, to improve the absorption of nutritional elements (cell protection) and biotin, for a soft and shiny fur and a healthy skin (skin care).

**STUZZY DOG NEW ZEALAND & AUSTRALIA.** The line *Stuzzy Dog New Zealand & Australia* already unveils the product's origin: unique and innovatory moist food and kibbles, suited for any breeds, coming from New Zealand and Australia. These countries are world-famous for the quality of meat: cattle are pastured all the year, thanks to temperate weather that preserves prairies green. Moreover, the strict hygiene standard and the attention to the health of cattle guarantee an unrivalled finished product.

*Stuzzy Dog New Zealand & Australia* products contain elevated percentages of fine meat (80% to 98%) from a single animal source. The meat use is extremely safe, and it is suited for pets suffering from food intolerance or allergy to one or more proteins, who are forced to follow strict diet: it is possible to chose the recipe with the best meat for the pet.

The line does not contain added preservatives, and thanks to hypo-allergenic formula it is extremely digestible and suited for sensitive dogs.

A correct diet will help dogs preserve their fur thick and shiny. Among the 16 recipes of *Stuzzy Dog New Zealand & Australia* owners will find the perfect product for their dog, even for the most delicate and demanding pets.

400g packages includes the following recipes: beef and potatoes; lamb and rice; venison; chicken; beef and tripe; veal and rice; veal and pasta; boar; buffalo; barramundi; goat and *Puppy*. 700g packages include: lamb; beef and rice; chicken and potatoes. For puppies there is the special formula *Puppy Lamb and Rice*, available in 400g packages, suited for all breeds.

*Stuzzy Dog New Zealand & Australia* line also includes two new tasty dry recipes: they are hypo-allergenic, extremely digestible and rich in nutritional principles necessary to preserve the dog healthy. The first recipe contains dehydrated lamb meat, while the second recipe contains dehydrated venison meat: the meat comes from animals farmed in the broad pastures in New Zealand or Australia.

The formula is supplemented with maize and barley, which are hypo-allergenic sources. They are combined with potato proteins, featuring an elevated biological value: they provide essential elements for the dogs health, reducing the risk of food intolerance. Fructo oligosaccharides, chicory pulp and yeasts have a prebiotic action that supports the normal intestinal digestive function, improving the absorption of nutritional substances.

The formula is completed by five precious elements: dandelion; wild rose; bearberry; blackcurrant and milk thistle. The superior intake of polyunsaturated fatty acids (omega 3 and 6) and bioflavonoids from blackcurrant and wild rose have an anti-inflammatory and non allergenic action: they naturally stimulate the dog's natural defences. Combined with the detoxicating and invigorating action of dandelion, bearberry and milk thistle, these elements support the general well-being of dogs.

**STUZZY VITA FELINE DIET.** *Stuzzy Vita Feline Diet* is a line of complete diet food dedicated to cats suffering from specific ailments (chronic renal insufficiency, relapse from struvite calculi, food hypersensitivity, obesity), which require a special nutrition for their well-being.

Selected and first-choice raw ingredients and balanced recipes according to the special needs of cats: *Stuzzy Vita* products feature a unique quality and attractiveness. The handy single-serve 85g package guarantees a quality and fresh product: it is the best food for a tasty diet. *Stuzzy Vita Feline Diet* products comply with AAFCO standards.

*Stuzzy Vita Feline Low Magnesium* is the complete diet food to reduce relapse from struvite calculi (FUS). The product features urine's acidifying properties and average quantities of magnesium.

*Stuzzy Vita Sensitive Protein* is the complete diet food to reduce intolerances to ingredients and nutritional substances. This product is also useful in case of dermatosis and excessive fur loss: it contains selected sources of proteins and an elevated concentration of essential fatty acids.

*Stuzzy Vita Feline Low Calorie* is the complete diet food for overweight cats: it features a low-calorie intake and it is useful to lose weight.

*Stuzzy Vita Feline Low Protein* is the complete diet food containing low percentages of phosphorus and proteins, which feature an elevated quality.



di Marina Moretti

# PROMOSSO A PIENI VOTI

I commenti sono concordi, Zoomark International 2011 ha soddisfatto pienamente le aspettative: esperienza più che positiva, tanti nuovi contatti, vasto giro d'affari



**ZOOMARK 2011**  
INTERNATIONAL

PIESSE SRL  
Segreteria Organizzativa / Organising Secretariat  
via Monte Rosa 11, 20149 Milano, Italia  
tel. (+39)0243911502, fax (+39)02436763  
piesse@zoomark.it

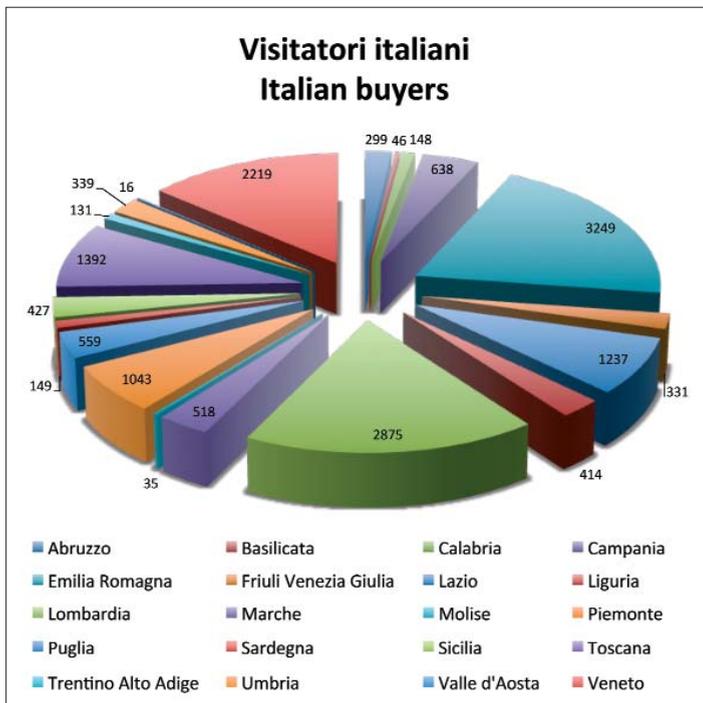
Promozione e Vendita / Promotion and Sale  
via Rezzonico 23, 22100 Como, Italia  
tel. (+39)031301059, fax (+39)031301418  
vimax@zoomark.it, www.zoomark.it

I DATI finali, con 21.460 visitatori, confermano la sensazione di soddisfazione che si percepiva alla chiusura del salone che per quattro giorni, dal 12 al 15 maggio, ha visto i principali *decision makers* del settore radunati nei padiglioni di BolognaFiere, dove erano presenti 636 espositori provenienti da 37 Paesi a rappresentare le eccellenze della produzione mondiale

in una gamma merceologica che spazia dagli alimenti agli accessori ai servizi.

DA 72 PAESI DEL MONDO. I numeri parlano chiaro e confermano l'incremento di visitatori esteri (precisamente 5.395 da oltre 70 Paesi del mondo) con una crescita del 15%, mentre i buyer italiani hanno superato la soglia delle 16 mila presenze, attestandosi esattamente a quota 16.065. Per quanto riguarda questi ultimi, la maggiore affluenza è stata registrata da Emilia Romagna (3.249), Lombardia (2.875) e Veneto (2.219); seguono Toscana (1.392) e Lazio (1.237).

I numeri evidenziano la forte attrazione che Zoomark International esercita sugli operatori stranieri, oltre 5 mila in arrivo da ben 72



## INTERNATIONAL EXHIBITIONS

### A COMPLETE SUCCESS

Everyone agrees: Zoomark International 2011 has fully met the expectations thanks to a positive experience, several new contacts and a broad turnover

The final datum of 21,460 visitors confirms the satisfaction at the close of the exhibition. For four days, from 12<sup>th</sup> to 15<sup>th</sup> May, the main decision makers of the sector gathered in BolognaFiere halls, where 616 exhibitors from 37 countries represented the best world production of the pet sector, from food to accessories and services.

**FROM 72 COUNTRIES ALL OVER THE WORLD.** Figures assess an increase in foreign visitors (5,395 from over 70 countries in the world) and a growth of 15%, while Italian buyers reached 16,065.

Most of the Italian buyers came from Emilia Romagna (3,249), Lombardy (2,875) and Veneto (2,219), followed by Tuscany (1,392) and Latium (1,237).

Figures show the strong attraction of Zoomark International on foreign buyers (over 5,000 from 72 countries), which underlines the exhibition's international importance. The main increase concerned foreign visitors from Eastern Europe and Mediterranean area: Bulgaria, Latvia, Poland, Romania, Russia, Serbia, Slovenia, Turkey, Ukraine, Hungary and Greece, Malta, Spain, North Africa and Middle East, besides a strong growth from Asia. Zoomark International 2011 hosted for the first time visitors from new markets: Albania, Angola, Réunion, Seychelles, South Korea, Syria. At the top of traditional markets there were Spain, France, Germany and Great Britain, and United States from overseas.

**ACCORDING TO EXHIBITORS.** Exhibiting companies are very satisfied of Zoomark International 2011. According to the survey carried out by organizers, 98% of exhibitors are willing to participate in Zoomark International 2011. Everyone agrees that the exhibition has fully met expectations: 86% is satisfied or very satisfied for the contact with potential Italian and foreign customers. According to 90%, contacts from the exhibition confirmed the expectations, while for 19% of Italian and 55% of foreign exhibitors it exceeded expectations. In general, over 95% of Italian and foreign exhibitors are completely satisfied with Zoomark International 2011, and 68% of them expresses a good or excellent opinion.

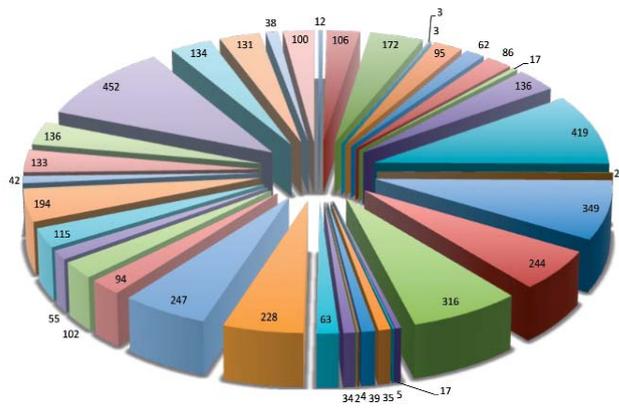
The main reason for the participation in Zoomark International was to look for new customers and to launch new products. 93% of Italian and 86% of foreign exhibitors say that the exhibition is important or extremely important for their own marketing activities. That is why they paid special attention to the image of their stand, also offering new services and sales incentives.

**ACCORDING TO VISITORS.** For the first time, a survey among visitors was carried out. The survey analysed their visiting behaviour according to sectors of interests, expectations and level of satisfaction, comparing the opinion of those who visited Zoomark for the first time to those who had already been at Zoomark International in the past years.

Here are the results. The main reasons to visit Zoomark International are to discover the market news (73%) and to look for new suppliers (69%).

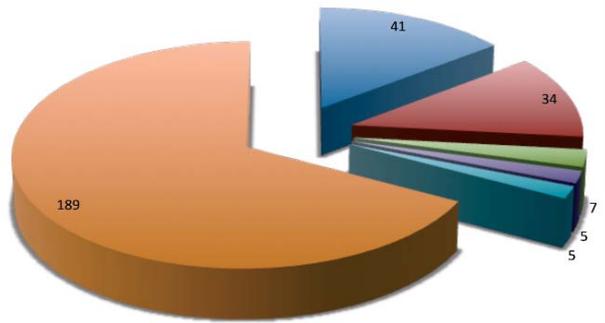
The time foreign buyer spend at the exhibition (8 out of 10 stay for more than one day) clearly indicates the quality of their participation: accurate and thorough. Their professionalism is very elevated: over 50% of import/export companies and 28% of wholesalers. Most of the 5,395 foreign visitors have an elevated position: 48% is owner or president, 36% is director or manager. 60% has direct authority to decide, while 30% can influence the company's decisions.

**Visitatori stranieri - Europa  
Foreign buyers - Europe**



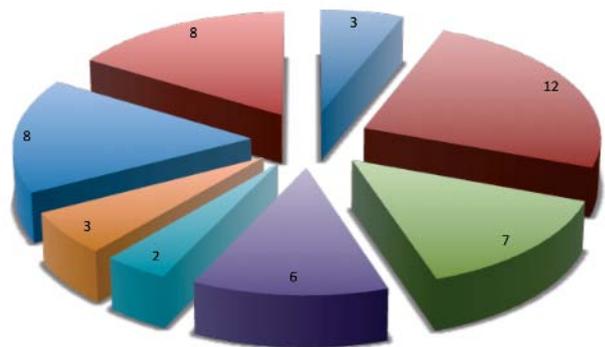
- Albania/Albania
- Belgio/Belgium
- Bosnia Erzegovina/Bosnia and Herzegovina
- Croazia/Croatia
- Estonia/Estonia
- Francia/France
- Germania/Germany
- Grecia/Greece
- Islanda/Iceland
- Lituania/Lithuania
- Macedonia/Macedonia
- Norvegia/Norway
- Polonia/Poland
- Repubblica Ceca/Czech Republic
- Romania/Romania
- Serbia/Serbia
- Slovenia/Slovenia
- Svezia/Sweden
- Ucraina/Ukraine
- Austria/Austria
- Bielorussia/Belarus
- Bulgaria/Bulgaria
- Danimarca/Denmark
- Finlandia/Finland
- Georgia/Georgia
- Gran Bretagna/Great Britain
- Irlanda/Ireland
- Lettonia/Latvia
- Lussemburgo/Luxembourg
- Malta/Malta
- Olanda/Holland
- Russia/Russia
- Portogallo/Portugal
- Repubblica di San Marino/Rep of San Marino
- Russia/Russia
- Slovacchia/Slovakia
- Spagna/Spain
- Svizzera/Switzerland
- Ungheria/Hungary

**Visitatori stranieri - America  
Foreign buyers - America**



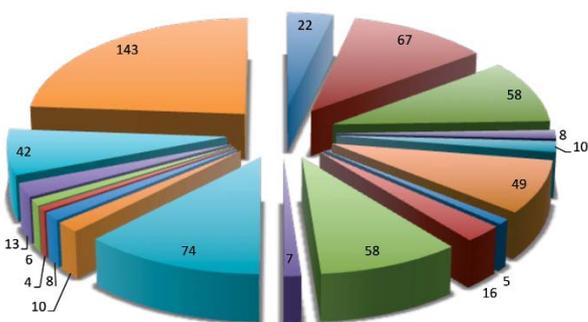
- Brasile/Brazil
- Canada/Canada
- Georgia Australe/South Georgia
- Messico/Mexico
- Panama/Panama
- Stati Uniti/United States

**Visitatori stranieri - Africa  
Foreign buyers - Africa**



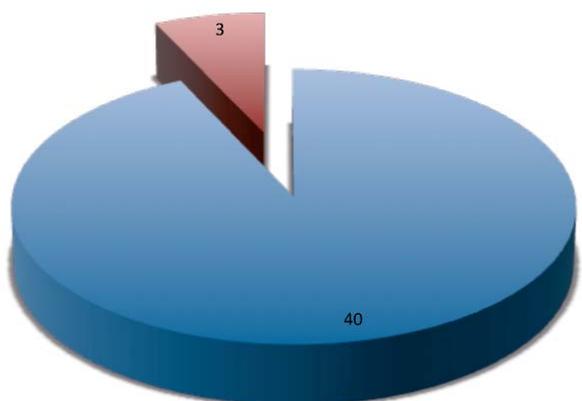
- Algeria/Algeria
- Egitto/Egypt
- Isole Seychelles/Seychelles
- Sud Africa/South Africa
- Angola/Angola
- Isola della Riunione/Reunion Island
- Marocco/Morocco
- Tunisia/Tunisia

**Visitatori stranieri - Asia  
Foreign buyers - Asia**



- Arabia Saudita/Saudi Arabia
- Cipro/Cyprus
- Emirati Arabi Uniti/United Arab Emirates
- Giordania/Jordan
- India/India
- Israele/Israel
- Malesia/Malaysia
- Siria/Syria
- Taiwan/Taiwan
- Cina/China
- Corea del Sud/South Korea
- Giappone/Japan
- Hong Kong/Hong Kong
- Iran/Iran
- Libano/Lebanon
- Singapore/Singapore
- Tailandia/Thailand
- Turchia/Turkey

**Visitatori stranieri - Oceania  
Foreign buyers - Oceania**



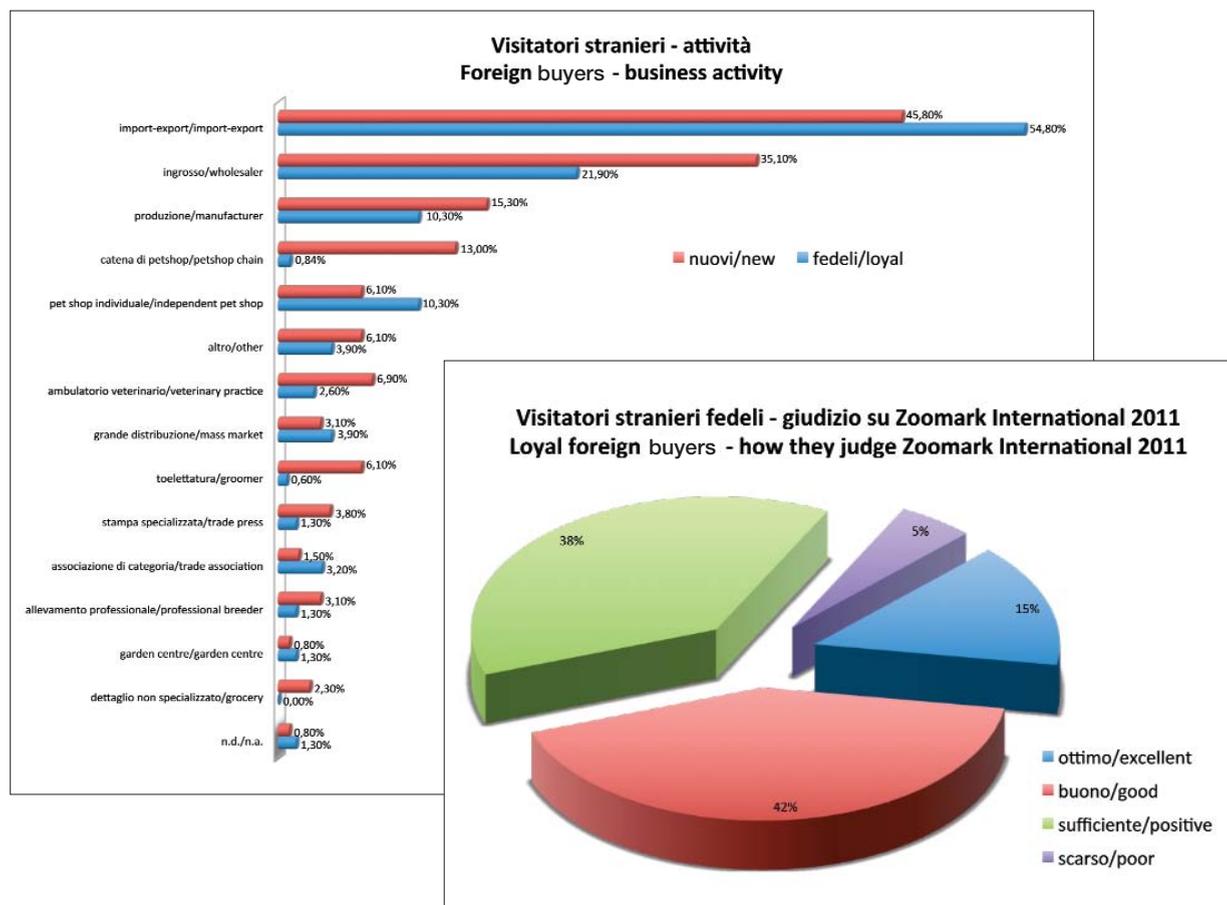
- Australia/Australia
- Nuova Zelanda/New Zealand

LA VOCE DI CHI C'ERA. Zoomark International ha dato incarico a una società indipendente di rilevazioni statistiche e marketing di realizzare un sondaggio su un campione rappresentativo di visitatori stranieri per definirne il profilo professionale, analizzarne il comportamento di visita, misurarne la soddisfazione. L'indagine qualitativa è stata realizzata tramite un questionario strutturato, distinguendo le risposte di visitatori alla prima edizione e "fedeli".

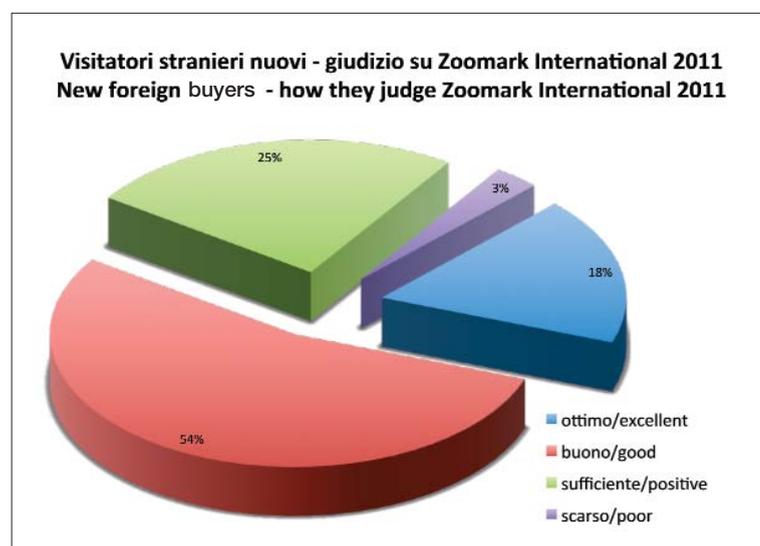
Il primo dato che colpisce è l'elevata valenza professionale delle aziende partecipanti: in media il 50% dei visitatori rappresenta attività di import-export, mentre il 28% la distribuzione all'ingrosso. In prevalenza si tratta di aziende di ampie dimensioni (un terzo degli intervistati, il 33%, appartiene ad aziende che hanno tra i 20 e i 99 addetti, il 20% 100 e oltre addetti).

Gli operatori intervistati dichiarano inoltre di occupare posizioni di vertice: il 48% è titolare/presidente, il 36% è direttore/responsabile; due su tre (il 66%) ha potere decisionale diretto mentre il 30% influenza le decisioni aziendali.

Alla domanda sulla valutazione complessiva della visita al salone, il 96% degli operatori stranieri intervistati dà un giudizio positivo, con il 65% che esprime un apprezzamento da buono a ottimo.



THE VOICE OF WHO WAS THERE. Zoomark International asked an independent society of marketing and statistical surveys to carry out a poll on a representative sample of foreign visitors to analyse their professional profile, visiting behaviour and to assess their satisfaction. The quality research has been carried out through a questionnaire, separating the answers of new visitors from those of "loyal" visitors.

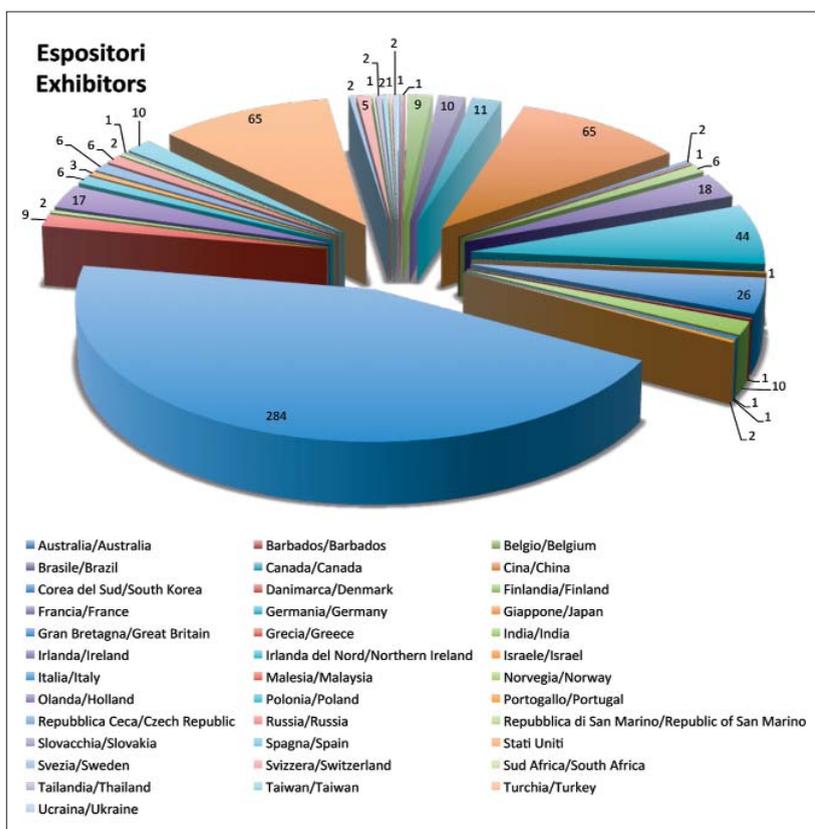


The most impressive figure is the elevated professional level of companies: 50% were import/export companies and 28% were wholesalers. Most of them were large companies (33% of the people interviewed came from companies with 20-99 employees, while 20% came from companies with over 100 employees).

Most of the visitors interviewed declared an elevated position: 48% is owner or president, 36% is director or manager; two out of three (60%) have direct authority to decide, while 30% can influence the company's decisions. 96% of foreign visitors interviewed expressed a positive opinion on the exhibition, and 65% of them expressed a good to excellent opinion.

Paesi, a sottolineare la forte vocazione internazionale della manifestazione. I maggiori incrementi riguardano l'Europa dell'Est e l'area del Mediterraneo, in particolare Bulgaria, Lettonia, Polonia, Romania, Russia, Serbia, Slovenia, Turchia, Ucraina, Ungheria, e poi Grecia, Malta, Spagna, Nord Africa e Medio Oriente, oltre a una marcata crescita dell'Asia. L'edizione 2011 ha inoltre registrato la presenza, per la prima volta in assoluto, di visitatori da nuovi mercati quali Albania, Angola, Isola della Riunione, Seychelles, Corea del Sud, Siria. Per i mercati tradizionali, ai primi posti Spagna, Francia, Germania e Gran Bretagna, e da oltreoceano gli Stati Uniti.

LA PAROLA AGLI ESPOSITORI. I giudizi delle aziende espositrici promuovono a pieni voti Zoomark International 2011. Più nello specifico – secondo i risultati del sondaggio eseguito dagli organizzatori – il 98% dichiara fin d'ora di avere intenzione di partecipare anche nel 2013.

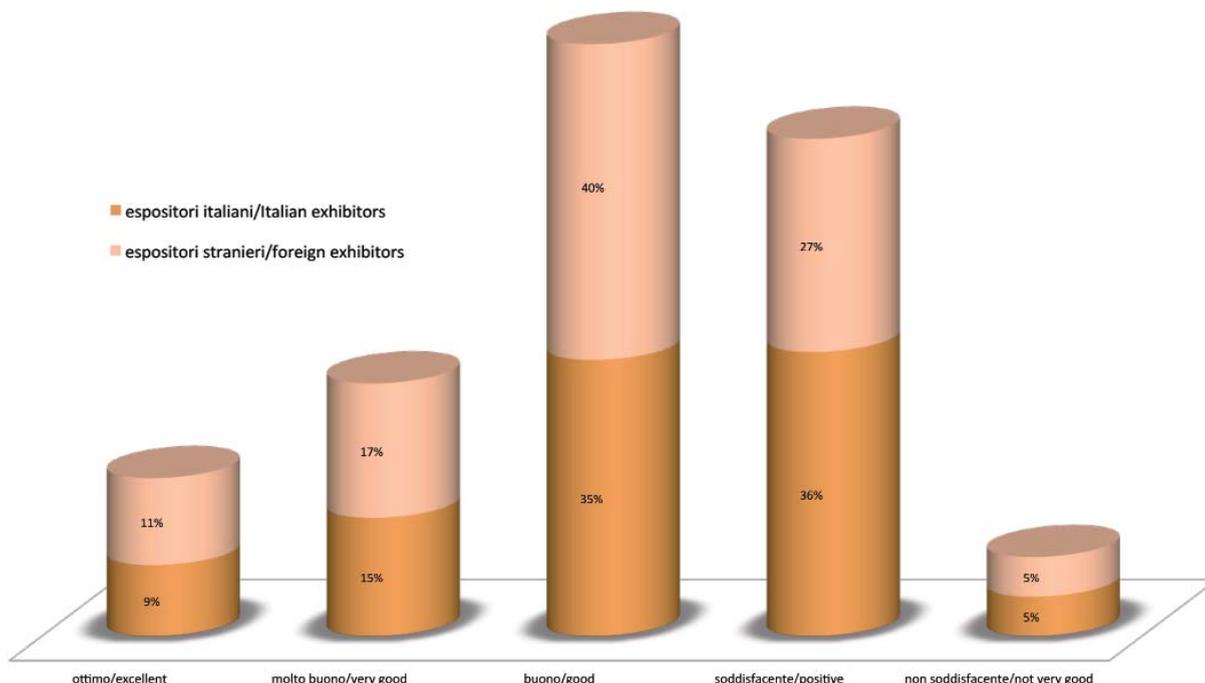


– il 98% dichiara fin d'ora di avere intenzione di partecipare anche nel 2013.

Giudizi concordi su un salone che ha risposto brillantemente alle aspettative: l'86% si dichiara soddisfatto o molto soddisfatto per i contatti stabiliti con potenziali clienti italiani e stranieri. Per circa il 90% i contatti in fiera hanno confermato le aspettative e addirittura il 19% degli italiani e il 55% degli stranieri hanno espresso un giudizio superiore o molto superiore alle aspettative. Più in generale, il 95% degli espositori italiani e stranieri promuove a pieni voti l'edizione 2011, con ben il 64% che dà un punteggio da buono a ottimo.

Il motivo principale della partecipazione alla fiera è stato cercare nuovi clienti e lanciare nuovi prodotti. Infatti, il 93% degli italiani e l'86% degli stranieri dichiara che la manifestazione svolge un ruolo importante o molto importante nelle proprie attività di marketing. E lo si è potuto notare anche dall'impegno con cui gli espositori si sono presentati, curando in modo particolare l'immagine del proprio stand e proponendo nuovi servizi e incentivi per le vendite.

**Gli espositori giudicano i risultati di Zoomark International 2011**  
The exhibitors judge the results of Zoomark International 2011





Most of Italian visitors were retailers or operators from specialized supermarkets (41%), followed by wholesalers and distributors (13%), grooming (10%), producers (10%). 40% is owner or general director, while 20% is manager or director.

**THE VOICE OF THE MARKET.** Zoomark International 2011 completed the exhibition with high-level conferences: the event is an international point of reference for the trends that improve the bond between man and pets.

“The positive figures of Zoomark International 2011 clearly show that the market for pet products and supplies expects a positive future. Assalco-Zoomark 2011 Report also confirms this trend: the sector is healthy and conscious of its role and value. The exhibition is an increasingly international event, the real voice of the market, the essential stage to launch innovation and creative trends”, says Adolfo Somigliana, managing director at Piesse srl, organizing secretariat of the exhibition.

“The opinions of exhibitors and visitors underline the strong international attraction of Zoomark International: for all companies, foreign companies in particular, the exhibition is the perfect stage to promote the business on foreign markets, and to establish new contacts”, says Marco Momoli, exhibition director at BolognaFiere. The exhibition ended with a broad success: the 15<sup>th</sup> Zoomark International will be held at BolognaFiere from 9<sup>th</sup> to 12<sup>th</sup> May 2013.

**LA PAROLA AI VISITATORI.** Per la prima volta è stato dato incarico a una società di rilevazione statistica indipendente di realizzare un sondaggio tra i visitatori per definirne il profilo attraverso l'analisi del comportamento di visita a partire da settori d'interesse, aspettative e grado di soddisfazione, ponendo anche a confronto i giudizi di chi era alla prima esperienza

con quanti avevano già visitato Zoomark International nelle precedenti edizioni.

Ecco i risultati. L'obiettivo primario che spinge a visitare il salone è la voglia di conoscere le novità del mercato (73%), seguito dalla ricerca di nuovi fornitori (69%).

Il tempo dedicato alla manifestazione dai buyer stranieri (8 su 10 si fermano più di una giornata) conferma la qualità della loro partecipazione, che appare accurata e approfondita. Anche la professionalità si rileva particolarmente elevata, con oltre il 50% delle aziende dedite all'import/export e il 28% all'ingrosso. Dei 5.395 visitatori stranieri si contano prevalentemente operatori che occupano posizioni di vertice: il 48% è titolare o presidente, il 36% direttore o responsabile; il 60% ha potere decisionale diretto, il 30% influenza le decisioni aziendali.

Nell'analisi degli italiani, invece, la percentuale maggiore corrisponde a operatori di negozi, catene e supermercati specializzati (41%), seguiti da grossisti e distributori (13%), toelettature (10%) e produttori (10%); il 40% dei visitatori è titolare o amministratore mentre il 20% è direttore o responsabile.

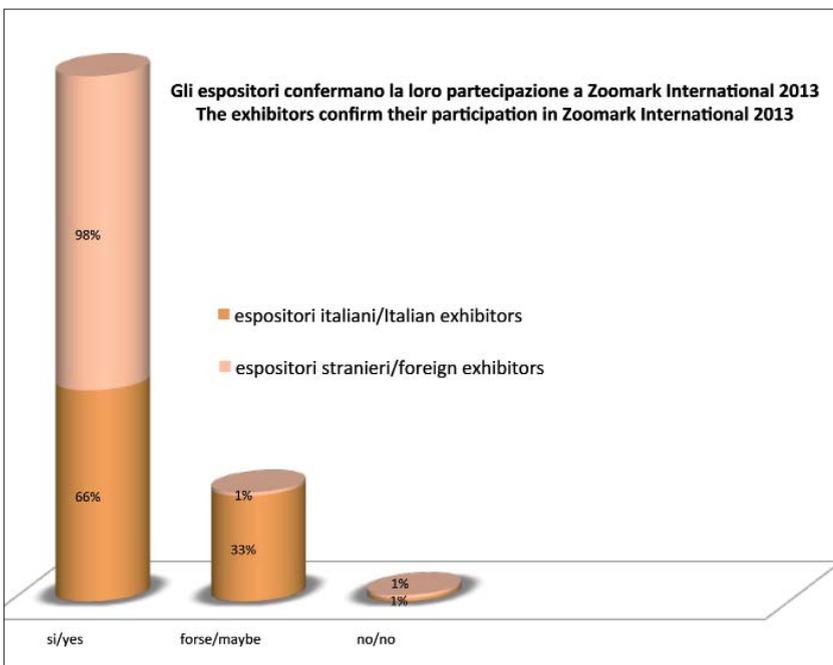
**LA VOCE DEL MERCATO.** Zoomark International 2011 ha completato la parte espositiva con convegni e incontri specialistici di alto livello, perfetti per fare della fiera un punto di riferimento internazionale delle tendenze che caratterizzano e migliorano il rapporto fra uomo e animale da compagnia.

“I dati positivi evidenziati dal bilancio finale di Zoomark International 2011 sono il segno che il pet market guarda con ottimismo al futuro, come mostra anche il Rapporto Assalco-Zoomark 2011, che parla di un settore in buona salute, cosciente

del suo ruolo e del suo valore. Il salone si conferma quale evento sempre più internazionale, vera voce del mercato, punto di riferimento imprescindibile per lanciare innovazioni e tendenze creative”, ha commentato Adolfo Somigliana, amministratore delegato di Piesse srl, la segreteria organizzativa della fiera.

“I giudizi degli espositori e dei visitatori sottolineano il forte appeal internazionale di Zoomark International, che viene scelto, soprattutto dalle aziende straniere, come palcoscenico per promuovere la propria immagine sui mercati esteri e stabilire nuovi e importanti contatti”, ha dichiarato invece Marco Momoli, exhibition director di BolognaFiere.

Chiusi i battenti con grande soddisfazione, Zoomark International dà appuntamento alla prossima edizione, la quindicesima, che avrà luogo a BolognaFiere dal 9 al 12 maggio 2013. ●

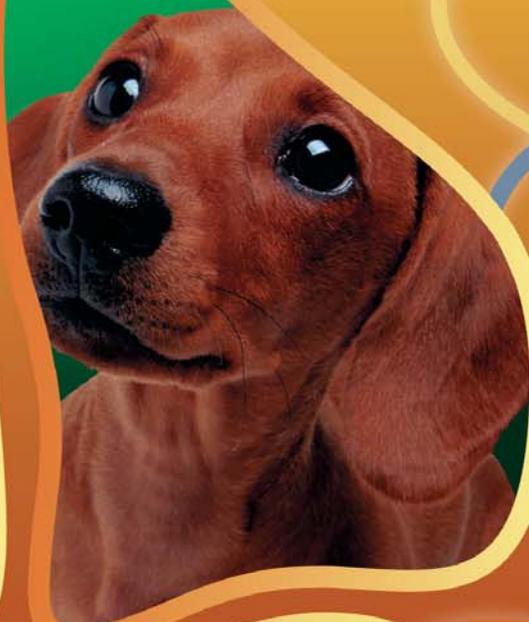


*Uniting professionals!*



**17 - 19 November 2011 Moscow, Russia**

*International exhibition of pet industry*



[www.parkzoo.ru](http://www.parkzoo.ru)

+7 (495) 797-64-43, e-mail: [info@parkzoo.msk.ru](mailto:info@parkzoo.msk.ru)

# APPUNTAMENTO A IBERZOO

Da quest'anno Iberzoo assume una doppia valenza  
in concomitanza con la Settimana Internazionale del Pet

International Pet Professional Fair  
**EXPANSION  
POINT**  
iberzoo'11  
Barcelona  
September 29th  
to October 1st 2011

G3 CONSULTORES GDA SL  
c/ Diputació 183-185 entlo 2º  
08011 Barcelona, Spain  
tel. +34/934524598, +34/934512198  
fax +34934524599  
www.iberzoo.com, info@iberzoo.com

PER i professionisti del pet market, Barcellona diventa punto di incontro del business. Dal 29 settembre all'1 ottobre è infatti in programma Iberzoo, la principale fiera spagnola che riunisce alcune delle aziende più rilevanti del settore. Appuntamento dalla doppia valenza, dal momento che l'edizione 2011 si svolgerà in coincidenza con la Settimana Internazionale del Pet.

Ciò significa che, per sette giorni, la città diventerà il punto di riferimento per i professionisti che ruotano attorno al mondo degli animali da compagnia: importatori, esportatori, produttori, distributori, veterinari e negozi specializzati, una grande concentrazione di aziende e specialisti che offriranno le ultime novità nel campo dei prodotti e dei servizi.

Iberzoo presenta quest'anno un'importante novità poiché dal 2011 riunisce le due fiere commerciali Sizoo (Barcellona) e Iberzoo (Saragozza) in un evento di grandi dimensioni. L'aspettativa degli operatori è molto alta e tutto il settore ha giudicato positivamente l'iniziativa. Contemporaneamente, la Settimana Internazionale del Pet trasformerà la città in un punto di incontro sia per i professionisti sia per tutti gli appassionati di animali.

Il calendario prevede: dal 29 settembre all'1 ottobre Iberzoo, la fiera per i professionisti, dal 29 settembre al 2 ottobre la Southern European Veterinary Conference, e infine, l'1 e il 2 ottobre, la proposta dedicata agli amanti degli animali, Mascota, il pet show pensato per il cliente finale. Tutto questo in una città particolare qual è Barcellona, ricca di bellezze naturali e artistiche, un luogo dalla storia inconfondibile, ma anche metropoli dinamica, moderna e dall'alto profilo internazionale, collocata in una delle aree a maggior fatturato della Spagna. Ecco perché Iberzoo rappresenta una proposta globale, un'iniziativa pionieristica che è il risultato di una somma di interessi diversi che trovano concretezza in un unico evento.

Sarà una settimana intensa, in cui a Barcellona sono attesi più di 10.000 visitatori, 30% dei quali stranieri. (S.C.) ●

## INTERNATIONAL EXHIBITIONS

### IBERZOO – A DOUBLE MEETING POINT

This year Iberzoo has a double role, coinciding with the International Pet Week

Barcelona becomes the meeting point of the pet business professionals. From the 29<sup>th</sup> to the 1<sup>st</sup> October Iberzoo, the leading Spanish trade show, will welcome important manufacturers and distributors.

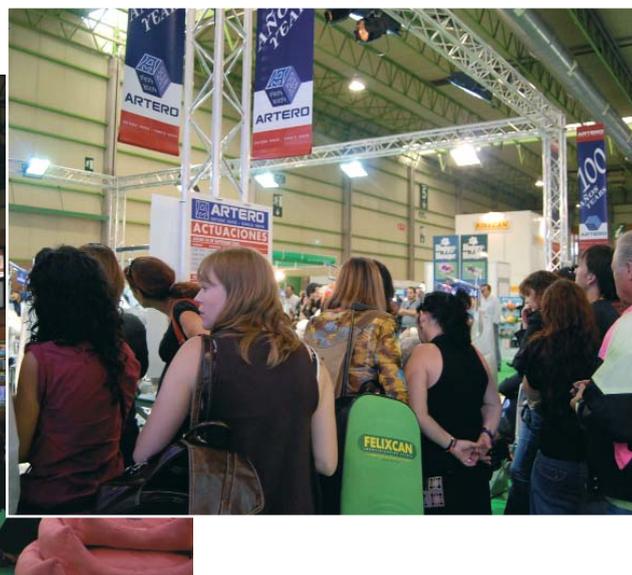
The event has a double role as it will take place during the International Pet Week. This means that for seven days the city will become the point of reference for the pet trade world: importers, exporters, manufacturers, distributors, vets and specialised retailers – a wide concentration of companies and specialists that will display the latest novelties in terms of products and services.

Iberzoo brings this year an important news: in 2011 it combines two trade shows – Sizoo (Barcelona) and Iberzoo (Saragoza) in one great event. Expectations are very high. At the same time, the International Pet Week will turn the city into a meeting point for the pet business people and also the pet owners.

The program is the following: Iberzoo, the trade show, from the 29<sup>th</sup> September till the 1<sup>st</sup> October; the Southern European Veterinary Conference, from the 29<sup>th</sup> September till the 2<sup>nd</sup> October; Mascota, the show conceived for the pet fanciers, on the 1<sup>st</sup> and 2<sup>nd</sup> October.

All this will happen in a special venue like Barcelona, rich in natural and artistic beauties, a place with an important history but still a modern city, dynamic and international, located in one of the richest areas of Spain. This is why Iberzoo offers a global chance, a pioneering event resulting from the combination of different interests with one goal.

It will be a full week, with more than 10,000 visitors expected – 30% of which foreign.



EXPANSION  
POINT

iberzoo<sup>0</sup> 11



EXPANSION  
STARTS HERE

[WWW.IBERZOO.COM](http://WWW.IBERZOO.COM)

REGISTER NOW

Barcelona,  
September 29th  
to October 1st 2011

# OPPORTUNITÀ PER TUTTI

A Pet Biz 2011, una giornata dedicata ai professionisti del settore

NUOVE idee, nuovi prodotti, nuove relazioni commerciali dal 30 settembre, per tre giorni, a Pet Biz 2011, la fiera specializzata dei Balcani che apre le porte a un'area

geografica dove il mercato del pet sta vivendo una fase di espansione. Il salone è pensato soprattutto per gli operatori specializzati, ma non trascura neppure i molti appassionati di animali, in sostanza gli "utilizzatori finali".

I professionisti potranno visita-

re Pet Biz tutti e tre i giorni di apertura, ma nello specifico la giornata inaugurale del 30 settembre sarà riservata agli operatori del settore: uno spazio tutto per loro, che offre la possibilità di entrare in sintonia con le principali tendenze e trovare nuovi partner, nuove idee, nuovi contatti commerciali. Per il settore pet, infatti, è di vitale importanza incontrarsi e discutere le sfide dello sviluppo economico, per infondere nuova energia in un clima di diffusa "crisi".

NUOVI TREND E NUOVE CURE. Parte integrante di Pet Biz 2011 saranno il Pet Forum e il Vet Forum, che si svolgeranno all'interno del quartiere fieristico al primo piano, presso il centro congressi, in modo da essere separati dalla confusione della fiera, ma in una zona ugualmente accessibile con facilità.

Il Pet Forum prevede una serie di seminari a porte chiuse riservati ai professionisti. In particolare, l'incontro di sabato 1 ottobre consentirà agli espositori di presentare i loro prodotti e i loro servizi così da avere un feedback diretto e immediato dagli stessi operatori, aggiungendo valore alla propria partecipazione con interessanti lezioni di marketing. Sarà l'organizzazione a controllare gli ingressi, garantendo la presenza dei soli professionisti.

Il Vet Forum focalizzerà invece l'attenzione sugli ultimi sviluppi nel campo della medicina e della clinica veterinaria con

una serie di seminari a porte chiuse per i veterinari. Contemporaneamente gli espositori presenteranno le ultime novità nel campo del trattamento e della farmacologia, offrendo consigli e supporto per le esigenze degli ambulatori.

SPECIALIZZATI E NON. Piacevoli momenti immersi nel mondo degli animali, ecco cosa prevede il Pet Show, anche esso parte integrante di Pet Biz 2011: un festival dedicato ai pet che vivono nelle nostre case, allo scopo di promuovere una convivenza responsabile con gli amici a quattro zampe. Non vuole essere un bazar, bensì un luogo di incontro, in cui gli espositori potranno conoscere i loro consumatori finali in un'ottica di spensieratezza e divertimento. Immediato il feedback: i produttori potranno capire all'istante se i loro articoli hanno centrato l'obiettivo, e cioè se rispondono alle esigenze del cliente, mentre il proprietario potrà vedere e giudicare direttamente cosa offre il mercato.

Con queste caratteristiche, Pet Biz 2011 si pone il traguardo di fornire contatti commerciali capaci di creare valore aggiunto, in un ambiente altamente flessibile, nel quale ciascuno – espositore e visitatore – possa raggiungere una vasta gamma di obiettivi di vendita e di marketing. Gli operatori specializzati avranno l'opportunità di toccare con mano le novità, tenersi aggiornati sugli sviluppi del settore, consolidare i rapporti commerciali, risolvere problemi specifici, conoscere nuovi mercati, discutere condizioni e prezzi faccia a faccia con il fornitore. Tutti i dettagli su Pet Biz 2011 sono disponibili su [www.petbiz.bg](http://www.petbiz.bg). (M.E.) ●



WELLDONE BULGARIA  
60 Ami Boue street, 1612 Sofia, Bulgaria  
tel. +359/24160388, cell. +359/896600721  
[www.welldone.bg](http://www.welldone.bg), [info@welldone.bg](mailto:info@welldone.bg)



## SPECIALIZED EXHIBITIONS

### PLENTY OF CHANCES

Pet Biz 2011: one day dedicated to pet business people

New ideas, new products, new business partnerships from 30<sup>th</sup> September, for three days, at Pet Biz 2011. The specialized exhibition in the Balkans opens the door to an area where pet market is growing. The exhibition is dedicated to pet business people, but special attention is also paid to pet lovers, who are the final customers.

Pet business people can visit Pet Biz for three days, but on 30<sup>th</sup> September, the inauguration day, the exhibition is open to them only. This will be the chance to understand the main trends, to look for new partners, ideas and business partnerships. In the pet sector it is extremely important for business people to meet and discuss the future economic scenario, in order to stimulate the growth in such a difficult period.

**NEW TRENDS AND INNOVATIONS IN TREATMENT.** Pet Biz 2011 will host Pet Forum and Vet Forum, which will take place at the first floor of the exhibition centre (congress centre): they will be separated from the noise of the exhibition, but still located in an easily-accessible area.

Pet Forum will offer workshops dedicated to pet business people only. In particular, during the meeting scheduled for Saturday 1<sup>st</sup> October, exhibitors will present products and services for an immediate and direct feedback from pet business people. During the meeting exhibitors will also offer interesting marketing lessons. Organizers will make sure that only pet business people attend the meetings.

Vet Forum will focus on the latest news in veterinary medicine and clinic, thanks to workshops dedicated to veterinarian only. Exhibitors will present the latest news as far as treatment and drugs are concerned, providing tips and supports for veterinary clinics.

**SPECIALIZED AND NON-SPECIALIZED.** Pleasant moments in the world of pets: this is Pet Show, which is part of Pet Biz 2011. The festival is dedicated to pets living indoor, in order to promote a responsible cohabitation. Exhibitors will be able to meet their final customers in a happy and funny environment. The feedback will be immediate: producers will understand if their products are successful and meet the customer's needs, while pet owners will be able to see and analyze the market offer.

Pet Biz 2011 aims at offering the chances to build business partnerships in an extremely flexible environment, where both exhibitors and visitors can reach a broad range of sales and marketing goals. Pet business people have the chance to see the new products and services, to update on the market news, to strengthen their business partnership, to solve specific problems, to discover new markets, to discuss conditions and prices directly with suppliers.

For any information on Pet Biz 2011, please visit [www.petbiz.bg](http://www.petbiz.bg).

Sofia, Bulgaria 30.9-2.10.2011

# petbiz 2011

THE BALKAN SPECIAL EVENT  
FOR PET FOOD, PET ACCESSORIES,  
AQUARIUMS & NEW BUSINESS IDEAS

**THOUSANDS  
OF NEW IDEAS  
THREE DAYS  
ONE SHOW\***

\*products, services, technology & new business ideas  
for pet food, pet accessories & aquariums

## Eager for new business?

**petbiz**  
IN EMERGING MARKETS

A dynamic communication platform  
and source of effective business contacts  
between sellers and buyers

ORGANIZED BY



Well Done Bulgaria EOOD,  
60 Ami Boue street, 1612 Sofia,  
Telephone : +359 2 4160388,  
Mobile : +359 896 600 721  
Email : info@welldone.bg,  
www.welldone.bg



[www.petbiz.bg](http://www.petbiz.bg)

# i mercati



## ABOUT MARKETS

**Euromonitor International** è leader mondiale nell'analisi strategica dell'industria, dei Paesi e dei consumatori. Il mercato dei prodotti per animali da compagnia è una delle sue aree di ricerca principali. Pubblicato con cadenza annuale, il rapporto sul mercato dei prodotti per animali da compagnia fornisce una visione strategica completa dell'industria in 80 Paesi del mondo, a livello regionale e mondiale.

*Euromonitor International is the world's leading provider of strategic business intelligence on industries, countries and consumers. The pet food and pet care products industry is a core research area at Euromonitor International. Published annually, Euromonitor's pet food and pet care products reports provide a complete strategic picture of the industry in 80 countries worldwide, as well as at regional and global level.*

### I PRODOTTI PER ANIMALI DA COMPAGNIA NELLE FILIPPINE

L'INDUSTRIA DEL PET FOOD CONTINUA A RESISTERE NONOSTANTE IL RALLENTAMENTO ECONOMICO. Quello del pet food è uno dei comparti con maggiore resistenza, nel 2009, non essendo stato colpito profondamente dal rallentamento economico. Le vendite a volume e a valore continuano a crescere a un ritmo discreto grazie all'aumento della popolazione di cani e gatti nel Paese. Le campagne di sensibilizzazione realizzate da organizzazioni non governative quali la Philippine Animal Welfare Society e la Compassion and Responsibility for Animals Philippines hanno contribuito a incentivare l'uso di alimenti preparati, rendendo i proprietari degli animali da compagnia più consapevoli riguardo alle necessità dei loro amici a quattro zampe.

Dimensioni del mercato - storico/precisione - valori di vendita al dettaglio  
valori a prezzi correnti - tasso di cambio fisso 2011  
Market sizes - historic/forecast - retail value rsp - value at current prices - Fixed 2011  
exchange rates

Millioni di euro € mn	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2016
Alimenti per animali Pet food	18,9	20,8	23,1	25,0	27,3	29,9	48,0
Prodotti per animali Pet products	6,2	6,6	6,9	7,4	8,0	8,7	12,6
Alimenti, cura e accessori Pet food and pet care products	25,1	27,4	30,0	32,5	35,3	38,7	60,6

Fonte: stime Euromonitor International  
Source: Euromonitor International estimates level

IL TREND VERSO L'UMANIZZAZIONE SOSTIENE LA DOMANDA DI PET FOOD PREMIUM. Il trend verso l'umanizzazione, apparso più evidente nel 2009, sostiene la domanda di alimenti premium nonostante la recessione. I proprietari di animali più agiati scelgono alimenti specifici per età e razza e ricette naturali in modo da assicurare ai propri cani e gatti una corretta alimentazione. Le nuove formule offrono gusti più sofisticati, paragonabili a piatti a uso umano quali costata, pollo arrosto e salmone con erbe. Anche l'industria degli accessori e dei prodotti per la cura non è esente da tale trend, come dimostrato dal crescente numero di saloni di toelettatura e dal lancio di nuovi prodotti di fascia premium per la cura del manto.

LE AZIENDE INTERNAZIONALI CONTINUANO A DOMINARE IL MERCATO. Nel 2009 gran parte degli alimenti e degli articoli per la cura degli animali da compagnia sono stati importati, dato il numero ancora molto limitato di produttori locali. I protagonisti del mercato, inclusi Mars Philippines Inc, Nestlé Philippines Inc e Hill's Pet Nutrition Inc, competono nelle due principali categorie, ovvero quelle degli alimenti per cani e gatti. Le vendite di tali aziende continuano a crescere grazie alla loro lunga esperienza sul territorio, ai prezzi contenuti e alla vasta disponibilità di marchi, quali *Pedigree*, *Alpo*, *Hill's Science Diet*, *Whiskas* e *Friskies*.

IL CANALE DEI PESHOP CRESCE. Nel 2010 un numero sempre crescente di proprietari di animali ha acquistato i prodotti per i propri amici a quattro zampe nei petshop, preferendo tale canale perché i rivenditori specializzati sono in grado di fornire maggiori informazioni sui

prodotti e offrire consigli. La popolarità dei petshop ha portato a un aumento del numero di catene e negozi indipendenti. Le catene Bow & Wow e Pet Express hanno tratto vantaggio da questa tendenza, aprendo nuovi punti vendita all'interno di Metro Manila e progettano di espandere ulteriormente la propria rete nel periodo di previsione.

LE VENDITE A VOLUME DI PET FOOD CRESCERANNO NEI PROSSIMI CINQUE ANNI. L'industria del pet food nelle Filippine è ancora giovane, paragonata a quella di altri Paesi asiatici. Nel comparto degli alimenti per cani e gatti il tasso di penetrazione è ancora basso, dal momento che la maggioranza dei proprietari nutre ancora i propri animali con avanzi di cucina, essendo una soluzione più economica e pratica. Tuttavia i produttori e le organizzazioni non-profit stanno attuando campagne per la promozione di un rapporto responsabile con gli animali da compagnia, che include anche un'alimentazione corretta in modo da garantire una dieta bilanciata. Per tale motivo, è possibile fare una proiezione ottimistica per il mercato del pet food nei prossimi cinque anni.

### PET FOOD AND PET CARE IN THE PHILIPPINES

PET FOOD INDUSTRY REMAINS RESILIENT DESPITE THE ECONOMIC SLOW-DOWN. Pet food was one of the more resilient industries in 2009 as it was not hugely affected by the economic slowdown. Both volume and value sales continued to grow at a decent pace due to an increase in dog and cat ownership in the country. Educational campaigns from non-governmental organisations such as Philippine Animal Welfare Society and Compassion and Responsibility for Animals Philippines also assisted in improving the usage of commercially prepared pet food as pet owners became more aware of responsible pet ownership.

PET HUMANISATION TREND SUSTAINS DEMAND FOR PREMIUM PET FOOD PRODUCTS. The pet humanisation trend, which became more apparent in 2009, sustained demand for premium pet food despite the recession. Affluent pet owners favoured age-specific, breed-specific and natural foods for dogs and cats to ensure their pets obtain the right nutrition. New products offered more sophisticated flavours comparable to human meals such as rib eye, roast chicken and salmon with garden greens. Pet products were not spared from the trend as seen from the increase in number of pet grooming salons and the introduction of premium hair styling products.

INTERNATIONAL COMPANIES CONTINUE TO DOMINATE THE PET CARE INDUSTRY. The bulk of pet food and pet care products continued to be imported as there were only a handful of local manufacturers in 2009. The top players, including Mars Philippines Inc, Nestlé Philippines Inc and Hill's Pet Nutrition Inc, competed in the market's biggest categories - dog and cat food. Sales of these companies continued to improve due to the longstanding presence, affordable pricing and wide availability of their brands such as *Pedigree*, *Alpo*, *Hill's Science Diet*, *Whiskas* and *Friskies*.

PET SHOPS GROW IN POPULARITY AS A DISTRIBUTION CHANNEL. More and more pet owners are purchasing their pet care products in pet shops in 2010. These channels are preferred as specialists are able to provide better product information and give sound recommendations. The popularity of pet shops as a distribution channel has resulted in an increase in number of both independent and chained establishments. New chained pet stores Bow & Wow and Pet Express took advantage of the situation by opening more outlets within Metro Manila and are planning to further expand over the forecast period.

VOLUME SALES OF PET FOOD EXPECTED TO GROW OVER THE NEXT FIVE YEARS. The pet food industry in the Philippines is considered young compared to that of other Asian countries. In dog and cat food alone, the penetration rate is still low as the majority of pet owners still resort to feeding their pets table scraps as this is more economical and convenient. Nevertheless, manufacturers and non-profit organisations are educating Filipinos about responsible pet care, which includes feeding the right types of food so that their pets get a properly balanced diet. Hence, this situation offers an optimistic outlook for the pet food market over the next five years.

fonte/source: Euromonitor International

I cani hanno bisogno delle articolazioni  
le articolazioni hanno bisogno di

# Supleneo Flex

- Per tutti i cani: giovani, anziani, sportivi, artrosici
- Qualità garantita dai controlli più severi
- Il più appetibile: **TAVOLETTE MORBIDE MASTICABILI**, anche per i cani dai gusti più difficili



www.GePcommunication.it



Confezioni da 60 e 120 tavolette

**Supleneo**  
flex



[www.supleneo.it](http://www.supleneo.it)

IL PIACERE DI PRENDERSI CURA DELLE ARTICOLAZIONI

PARLANE CON IL TUO VETERINARIO



# BENESSERE IN PRIMO PIANO

Con Eukanuba Daily Care

la sicurezza di un'alimentazione di alta qualità per la salute dei cani sensibili



È VIVACE, allegro, sano: un cane meraviglioso, insomma, eppure... Eppure dimostra una certa predisposizione a soffrire di determinati disturbi. È proprio pensando a lui che sono state studiate e realizzate le speciali formulazioni *Eukanuba Daily Care*, che favoriscono quotidianamente il benessere dei cani che hanno la tendenza ad avere la pelle sensibile, o la digestione difficile, problemi articolari o di sovrappeso (anche dopo la sterilizzazione), oppure per i cani anziani che, proprio a causa dell'età, hanno bisogno di un apporto nutrizionale specifico.

Da oggi, inoltre, le cinque formulazioni *Daily Care* contengono il Vital Health System Eukanuba, un sistema esclusivo e brevettato messo a punto per assicurare un concreto benessere all'animale, riconoscibile grazie a sei icone che garantiscono al consumatore la certezza di offrire al proprio cane un'alimentazione davvero completa e bilanciata.



SEI AREE FONDAMENTALI. Studi nutrizionali avanzati e innovazione continua sono alla base del Vital Health System Eukanuba, che si basa su un'alimentazione ricca di proteine animali con, in più, speciali ingredienti benefici e clinicamente provati per il supporto di sei aree fondamentali per il benessere del cane, e cioè:

- ▶ **Difese forti:** è clinicamente dimostrato che i prebiotici aiutano a rafforzare le difese naturali. Il 65% del sistema immunitario del cane si trova nel tratto digestivo;
- ▶ **Pelle e pelo:** è clinicamente dimostrato che il rapporto ottimale tra gli acidi grassi omega 6 e omega 3 aiuta a mantenere la pelle sana e il pelo splendente;
- ▶ **Massa muscolare magra:** è clinicamente dimostrato che le proteine animali favoriscono una massa muscolare forte e magra;
- ▶ **Digestione ottimale:** è clinicamente dimostrato che la polpa di barbabietola favorisce una digestione sana. La miscela di fibre naturali consente un ottimale assorbimento dei nutrienti;
- ▶ **Ossa forti:** è clinicamente dimostrato che il calcio favorisce ossa forti;
- ▶ **Sistema DentalCare:** è clinicamente dimostrato che il Sistema DentalCare aiuta a ridurre la formazione del tartaro fino al 55% in 28 giorni.



INGREDIENTI SU MISURA. Grazie allo straordinario rilancio della gamma *Daily Care*, tutte le formulazioni si evidenziano per il packaging ancora più chiaro ed esplicativo: per una comunicazione facile e immediata, infatti, sulla confezione sono riportate le due caratteristiche specifiche di ciascun alimento oltre, naturalmente, alle icone del Vital Health System Eukanuba.





# Eukanuba

Tutti gli alimenti della gamma *Daily Care* sono completi e bilanciati, ideali per un utilizzo quotidiano, e si basano sulla filosofia nutrizionale *Eukanuba* secondo cui i cani si sono evoluti dai carnivori e quindi, proprio per questo, devono essere nutriti di conseguenza: ecco perché le proteine animali di alta qualità rappresentano sempre l'ingrediente principale delle ricette *Eukanuba*.

Gli alimenti *Daily Care*, inoltre, sono formulati con:

- ▶ fibra naturale di barbabietola, per una corretta digestione e feci piccole e sode;
- ▶ carboidrati selezionati, per fornire livelli energetici costanti e prolungati;
- ▶ grassi e acidi grassi essenziali, per un pelo splendido e una pelle sana.

Infine, come tutti gli alimenti *Eukanuba*, gli alimenti *Daily Care* non contengono conservanti, aromatizzanti, coloranti e riempitivi artificiali aggiunti.

**BENEFICI SPECIFICI.** Ma quali sono i benefici specifici assicurati dalle cinque formulazioni della gamma *Daily Care*? Vediamoli più nel dettaglio:

- ▶ **PELLE SENSIBILE - SENSITIVE SKIN** Alcuni cani tendono ad avere la pelle sensibile e possono quindi trarre beneficio da un'alimentazione specifica come *Eukanuba Daily Care Sensitive Skin*, che può aiutare il cane ad avere una pelle sana e un pelo folto e lucido. È specificamente formulato per limitare gli ingredienti che possono causare prurito o grattamento. Fonti selezionate di proteine (pesce e uova) e di carboidrati (mais) favoriscono la salute di pelle e pelo;
- ▶ **DIGESTIONE DIFFICILE - SENSITIVE DIGESTION** Come gli esseri umani, alcuni cani hanno un apparato digerente più delicato e possono quindi trarre beneficio da un'alimentazione specifica come *Eukanuba Daily Care Sensitive Digestion*, che supporta una corretta digestione e uno stato ottimale di benessere generale. Le fibre naturali, come la polpa di barbabietola, e un maggior apporto di prebiotici FOS (frutto-oligosaccaridi) favoriscono un ambiente intestinale sano e una buona qualità delle feci. Inoltre, il riso è altamente digeribile per i cani con stomaco delicato;

## DOGS

### WELLNESS ABOVE ALL

*Eukanuba Daily Care* ensures high quality nutrition for sensitive dogs

He is lively, cheerful, healthy: in short a wonderful dog... But he may suffer from specific health troubles. *Eukanuba Daily Care* is the range designed for dogs that tend to have a sensitive skin or digestion troubles, joint or overweight problems (also after sterilisation) or else simply for elderly dogs that, because of their age, need a specific nutritional program.

Now the five *Daily Care* diets contain Vital Health System *Eukanuba*, an exclusive and patented system that ensures dog wellness, as indicated in the six icons on the pack that confirm the food is complete and balanced.

**SIX FUNDAMENTAL BENEFITS.** Advanced nutritional studies and continuous innovation start from Vital Health System *Eukanuba*, which is based on a diet rich in animal protein and special, clinically tested ingredients with beneficial effects on six dog wellness areas:

- **Strong defences:** it is clinically proven that prebiotics help strengthen natural defences. 65% of the immune system in dogs resides in the digestive tract;
- **Skin and coat:** it is clinically proven that the perfect balance of omega 6 and omega 3 fatty acids helps keep the skin healthy and the coat shiny;
- **Lean muscles:** it is clinically proven that animal proteins support a strong and slim muscle mass;
- **Optimal digestion:** it is clinically proven that beet pulp supports healthy digestion. The blend of natural fibres helps perfectly absorb nutrients;
- **Strong bones:** it is clinically proven that calcium supports strong bones;
- **DentalCare System:** it is clinically proven that DentalCare System helps reduce tartar up to 85% in 28 days.

**SPECIFIC INGREDIENTS.** All *Daily Care* formulas now come in an even clearer packaging that immediately communicates the two specific qualities of each diet as well as the six Vital Health System *Eukanuba* icons.

All the formulas are complete and balanced, excellent for daily nutrition; they are based on the *Eukanuba* nutritional philosophy that states that dogs have evolved from carnivores and must therefore be nourished accordingly: for this reason high quality animal proteins are the main ingredient of all *Eukanuba* diets.

The *Daily Care* formulas also contain:

- natural beet pulp for optimal digestion and small and compact faeces;
  - selected carbohydrates for steady and long lasting energy levels;
  - fat and essential fatty acids for a beautiful coat and healthy skin.
- Like all *Eukanuba* diets, the range *Daily Care* is free from artificial preservatives, flavours, colours and fillers.

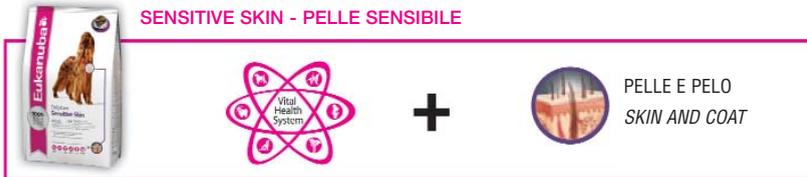
**SPECIFIC BENEFITS.** What are the specific benefits that the five *Daily Care* formulas ensure?

- **SENSITIVE SKIN** Some dogs tend to have a sensitive skin and can take advantage of *Eukanuba Daily Care Sensitive Skin*, which is specifically designed to help dogs have a healthy skin and a thick and bright coat. It is developed to limit the use of the ingredients that may cause itching and scratching. Selected sources of proteins (fish and eggs) and carbohydrates (maize) support the skin and coat;
- **SENSITIVE DIGESTION** Like humans, some dogs have a sensitive digestive tract and can therefore take advantage of the specific formula *Eukanuba Daily Care Sensitive Digestion*, which supports optimal digestion and general wellness. Natural fibres like beet pulp and a higher amount of prebiotics FOS (fructo-oligosaccharides) favour a healthy intestine and good faeces quality. Further, rice is easily digestible for dogs with a sensitive digestive tract;

## SENSITIVE DIGESTION - DIGESTIONE DIFFICILE



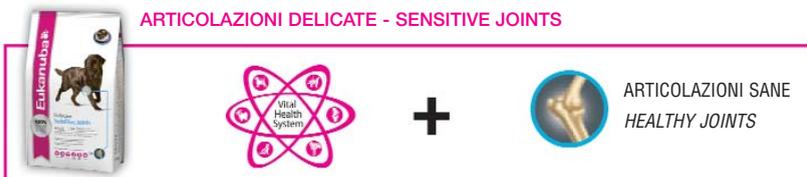
## SENSITIVE SKIN - PELLE SENSIBILE



## OVERWEIGHT/STERILIZED - CANI IN SOVRAPPESO/STERILIZZATI



## ARTICOLAZIONI DELICATE - SENSITIVE JOINTS



## SENIOR 9+



zione specificamente formulata come *Eukanuba Senior 9+* può rafforzare il loro sistema immunitario in declino e farli sentire al meglio. L'alto contenuto proteico contribuisce al mantenimento di una buona forma fisica, di una massa muscolare magra e di ottimali condizioni del pelo e del sistema immunitario. Contiene importanti antiossidanti,  $\beta$ -carotene e vitamina E per aiutare a supportare le difese naturali.

Tutte le formulazioni *Daily Care* sono adatte per un uso regolare e continuativo e rappresentano quindi un ottimo incentivo che indirizza verso il negozio specializzato un numero crescente di consumatori sempre più attenti alle esigenze specifiche del loro cane.

Il gusto migliorato delle ricette *Daily Care*, infine, offre a tutti i prodotti della gamma un'appetibilità straordinaria, che assicura a un numero ancora maggiore di cani la possibilità di usufruire degli straordinari benefici di questi alimenti con il massimo del gusto. (J.B.) ●

► **ARTICOLAZIONI DELICATE - SENSITIVE JOINTS** La capacità di muoversi liberamente è segno di buona salute ma, per molti cani, le articolazioni delicate e il sovrappeso possono essere la causa di un'attività ridotta. Attraverso un'alimentazione specifica di alta qualità come *Eukanuba Daily Care Sensitive Joints* è possibile aiutare il nostro amico quattrozampe controllandone il peso, così da ridurre il carico a livello articolare e assicurargli quindi una migliore qualità della vita, in movimento e in salute. Contiene glucosamina e condroitinsolfato ed è formulato specificamente per favorire la salute delle articolazioni. Con L-carnitina per mantenere il peso forma e aiutare a ridurre lo stress sulle articolazioni;

► **CANI IN SOVRAPPESO/STERILIZZATI - OVERWEIGHT/STERILIZED** Il sovrappeso aumenta il rischio di diabete oltre che dell'insorgere di problemi cardiaci e articolari. L'alimentazione e l'esercizio fisico svolgono un ruolo fondamentale nel controllo del peso, pertanto i cani possono trarre beneficio da un'alimentazione specifica come *Eukanuba Daily Care Overweight/Sterilized*, che li aiuta a raggiungere la forma ottimale e a godere di una vita attiva. Con il 22% di grassi in meno rispetto a *Eukanuba Adult Light* per la perdita di peso. La L-carnitina favorisce la riduzione del grasso corporeo in eccesso preservando la massa muscolare magra;

► **CANI ANZIANI DI 9 O PIÙ ANNI - SENIOR 9+** A volte i cani in età matura manifestano i tipici problemi legati al passare del tempo: un'alimenta-



- **SENSITIVE JOINTS** The capability to move freely is a sign of good health; for many dogs, delicate joints and overweight may be a cause of reduced activity. With a specific, high quality diet like *Eukanuba Daily Care Sensitive Joints* you can help the pet by controlling the weight and consequently reduce the surcharge on the joints and ensure better life quality. It contains glucosamine and chondroitin-sulphate and is designed specifically to support the joints. With L-carnitine that keeps weight under control and helps reduce joint stress;

- **OVERWEIGHT/STERILIZED** Overweight increases the risk of diabetes and also possible heart and joint troubles. Nutrition and exercise are fundamental to keep weight under control; for this reason, food formulas like *Eukanuba Daily Care Overweight/Sterilized* help the dog stay perfectly fit and lead an active life. It contains 22% less fat than *Eukanuba Adult Light*. L-carnitine supports excessive body fat burning and preserves lean muscles;

- **SENIOR 9+** Often mature dogs show the typical problems caused by aging: a specific formula like *Eukanuba Senior 9+* can strengthen the declining immune system and make the dog feel good. The high protein amount helps maintain the dog fit, the muscles lean, the coat beautiful and the immune system healthy. It contains important antioxidants,  $\beta$ -carotene and vitamin E that help support the natural defences.

All *Daily Care* formulas can be used as maintenance diets and are therefore an excellent way to attract increasing numbers of customers.

The improved *Daily Care* diets are highly palatable and extremely tasty.

# AESCULAP®

## Aesculap® Favorita CL

La nuova tosatrice senza fili per piccoli animali

**NEW!**

- Tosatura potente
- Ingranaggio epicicloidale
- Tecnologia degli accumulatori a ioni litio
- Durata dell'accumulatore: min. 60 minuti
- Tempo di carica dell'accumulatore: circa 50 minuti
- Peso contenuto: 475 g\*
- Design ergonomico
- Stesse testine come Favorita II

\*Macchina compreso accumulatore + testa di tosatura GT754 (3 mm)

### DISTRIBUZIONE IN ITALIA

#### Per commercianti

COLTELLERIE MILANESI s.a.s. | Via Solari, 56 - 20144 MILANO  
Fax 02-422 46 95

#### Per utilizzatori

I migliori punti di vendita specializzati e di assistenza autorizzata



GT206 - Set

**B | BRAUN**  
SHARING EXPERTISE

B. Braun Vet Care GmbH | Am Aesculap-Platz | 78532 Tuttlingen  
Germania | [clippers@aesculap.de](mailto:clippers@aesculap.de) | [www.bbraun-vetcare.de](http://www.bbraun-vetcare.de)  
Aesculap - a B. Braun company

di Cristiano Papeschi

# DAL SERIO AL FACETO

A Zoomark International gli espositori italiani e stranieri hanno messo in mostra tutto lo scibile nell'ambito della mangimistica e del pet care. E non solo...

ZOOMARK International non smette di stupire. Anche quest'anno l'evento fieristico internazionale ha richiamato centinaia di espositori, di cui più della metà provenienti da oltre confine, che con i loro prodotti e le loro capacità espositive hanno dato vita, come sempre, a uno spettacolo all'altezza dei palati più sopraffini.

Il visitatore che per la prima volta si avvicinava a questa vetrina non poteva non rimanere affascinato dalla quantità di colori e oggetti coordinati con la massima sapienza ed eleganza presso ogni singolo stand, ai quali si affiancava, come degno corollario, la competenza degli addetti ai lavori, sempre disponibili al dialogo e al confronto.

Accanto ai classici articoli per il pet care e alla mangimistica convenzionale non potevano mancare le novità, che ogni anno fanno capolino nel mercato dell'accessoristica per gli animali da compagnia.

**LO STAND DELLE NOVITÀ.** Uno stand dedicato si è "presentato" puntuale all'appuntamento per esporre al grande pubblico le new entry e dimostrare come l'inventiva sia di casa in questo settore e pronta per far venire l'acquolina in bocca anche ai proprietari più esigenti e fantasiosi.

Molti gli oggetti proposti: dall'abbigliamento alle cucce agli accessori, per arrivare fino ai giochi, agli snack e a certe futuristiche lettine per gatti. Mille meraviglie, insomma, che

## NEW TRENDS

### SERIOUSLY OR JOKINGLY

The Italian and foreign exhibitors at Zoomark International displayed any kind of pet food and care products. And even more...

Zoomark International never stops to amaze. Also this time the international trade event attracted hundreds of exhibitors, more than half of which from outside Italy, who created an excellent showcase.

The buyers that attended the show for the first time could but be fascinated by the products and colours found in each stand as well as the great competence of the exhibitors.

Besides the traditional products designed for the pet care and nutrition, many were the new products that the industry for pet accessories displayed.

**THE NEW PRODUCTS SHOWCASE.** An area devoted to the 'new entries' showed that innovation and creativity are popular in the pet supplies industry and they are meant to meet the needs of even the most demanding pet owner.

Many were the products displayed: from clothing to beds and accessories, toys, snacks and 'sci-fi' litter boxes. Hundreds of wonders that differed but had one quality in common: novelty.

**CLOTHING.** "Clothing" is a general term used to mean dresses and accessories that protect and decorate the body. Many are the styles available: classic, casual, 'trash', vintage and much more. Why not to apply this concept also to the pet supplies industry?

The culture of pet elegance is now quite popular and the pet shops tend to become real boutiques for four-legged friends. Real fashion designers that create special collections of dog coats and sweaters. Of course, haute couture was also present at Zoomark International: for the pet owners fond in heavy metal, the nice bomber in black leather with metal studs is designed for small dogs with a hard soul. The balaclava (picture 1), to wear alone or combined with the coat, is designed for dogs suffering from cervical arthrosis and protect them from possible air blasts.

The "peace and love style" t-shirt comes in the rainbow colours





# La differenza nella toelettatura professionale.

**Rinaldo Franco Spa** opera nel settore del Pet-Care con un catalogo di circa 5.000 prodotti, commercializzati nel dettaglio specializzato dei Pet-Shop e Garden Center con il marchio **Record**. In oltre 50 anni di ininterrotta attività, l'azienda si è sempre distinta per la professionalità, la continua proposta di nuovi prodotti e il costante investimento volto a soddisfare la clientela più esigente.

All'ultima fiera **Zoomark** di Bologna, la società ha presentato – in uno degli stand più ampi dell'intera rassegna - una ricca serie di novità tra le quali spiccano due prodotti di punta dedicati al mondo della Toelettatura. Parliamo della **nuova vasca con porta scorrevole** in acciaio inox. Di dimensioni maggiori rispetto alle misure tradizionali è stata progettata e realizzata in modo da rendere superfluo il paraspruzzi posteriore. Adattabile ad ogni tipo di base della linea Record, è dotata di anelli posteriori per il sostegno in vasca del nostro amico a 4 zampe.



La seconda novità, ma non meno importante, è il **Phon "Mix"** in acciaio inox: un accessorio prezioso per tutti i toelettatori, con il suo motore a tre stadi che unisce alla potenza di un soffiatore il calore del phon; il tutto con un'efficace regolazione della velocità del motore. L'apparecchio può funzionare sia fissato a muro, sia a terra su piede con ruote.

Da sempre fiore all'occhiello dell'offerta, il campo della toelettatura continua ad essere coltivato con passione ed interesse da parte dell'azienda che unisce all'offerta di prodotti di altissima qualità anche la continua attività di formazione professionale su tutto il territorio grazie ai corsi specializzati e ai periodici **Record Show** nelle principali città. **Rinaldo Franco Spa** è sinonimo di efficienza, professionalità e alta Qualità... dalla testa alla coda!



*In occasion of the last fair Zoomark in Bologna, **Rinaldo Franco Spa** showed - in one of the biggest stands of the show - a rich series of novelties among which two articles of grooming word stand out.*

*We speak of the new bath with sliding door in stainless steel. Its size is bigger than the usual sizes and has been designed and made in a way that makes useless the back sprinkles-panel. It's adjustable to any base of the Record line and it has back rings to hold in the bath our four-pawed friend.*

*The second novelty, as much important, is the hairdryer "Mix" in stainless steel, a precious accessory for all groomers, with its three-phase motor that joins to the power of a blower the heat of an hairdryer, the whole with an efficient speed regulation of the motor.*

*The device can work both hooked to the wall or standing on wheeled rakes.*

***Rinaldo Franco Spa** means efficiency, professionalism and high Quality ... from head to tail!*

**RECORD. QUALITÀ DALLA TESTA ALLA CODA.**  
**RINALDO FRANCO spa** - [www.recordit.com](http://www.recordit.com)





hanno arricchito quest'area raggruppando insieme una varietà di articoli difforni tra loro, ma accomunati da un unico denominatore: la novità.

**L'ABBIGLIAMENTO.** "Abbigliamento" è un termine generico, spesso banalizzato, usato per indicare gli indumenti e gli accessori che servono per proteggere e decorare il corpo. Esistono molti stili nel campo dell'abbigliamento: classico, casual, trash, vintage e chi più ne ha più ne metta. E allora: non vogliamo concedere un pizzico di "alta moda" anche ai nostri piccoli amici?

Da anni, ormai, si sta facendo largo la cultura dell'eleganza anche per la passeggiatina quotidiana e i pet-shop tendono a diventare sempre più boutique per animali. Incredibile, ma vero, anche in questo campo esistono veri e propri stilisti che ogni anno creano nuove collezioni di cappottini e magliettine. Ovviamente, a Zoomark International l'alta moda non poteva mancare: e così, per i gusti più "heavy metal" ecco un fantastico giubbotto in pelle nera smanicato con scollo all'americana e le immancabili borchie metalliche, molto adatto ai piccoli cani con animo da veri duri.

Per chi soffre di cervicale e teme i colpi d'aria è invece perfetto il "passamontagna" canino (foto 1), da utilizzare da solo o coordinato a un cappottino.

(picture 2), symbol of peace and friendship, and contrasts with the one with a threatening sentence that does not leave any doubt; the sexy vest (picture 3) with teasing straps is designed for romantic dogs – not males, of course!

The knitted sweater with rollneck is perfect for the 'homely' dog and reminds the grandma that knits near the fireplace in the cold winter nights. The chic models are excellent for gala nights: the "Prince of Wales" coat with black details for the gentle dog and the pink coat with fur for the lady dog (picture 4).

The nice ear protector is designed for the dogs that suffer from cold to protect the pending ears from chilblains and otitis which are frequent in the winter season; the shape perfectly suits the breeds with long ears like cockers. The harness with bags is conceived for the adventurous, indefatigable dogs and their lazy owners: do not fill the bags with your purse, cell phone or car keys – you may risk that the dog does not come back home anymore! The traditional harnesses are strengthened with buckles and available in different shapes and colours (picture 5) with combined leash. The decorated collar (picture 6) is very trendy and perfect for all seasons – it could make Armani and Valentino green with envy!

**LEASHES – WHAT A PASSION.** The leash can be an object of desire for the owner and dog. Have you ever pronounced the word "leash" and assisted to jumps for joy? It is a simple association of ideas where "leash", in the dog vocabulary, means "let's go for a walk". Indeed, this simple object is symbol for outdoors and relax; nevertheless, especially if the dog is quite impetuous and lively, even more so if large, it can be a source of some stress for the owner. With this in mind, the 'cushioned' leash avoids possible traumas to the dog's neck and owner's shoulder.

Who can deny the pleasure of a night walk? In particular in the summer, when the weather is mild? And who has never walked on an unpleasant surprise? The leash with torch (picture 7) is the perfect solution to survive in the "city jungle", especially in dark areas.

And since two is the perfect number, and to avoid possible entanglements during the walk, the double leash helps take two dogs for a walk at a time comfortably (even if it is a little heavy...). In the old concept the leash was made of a piece of rope, sometimes with a snap-hook fixed to the collar: we are now witness of the extreme concept evolution!

**FOR A NICE TRIP.** Not always is the walk a simple tour around the house to let the dog do his business: the pet often accompanies his owner also



**GIOLGUIDO**

I - 30010 Pegolotte di Cona (VE) - Italy

Tel +39/0426 59197 - Fax +39/0426 509030

[www.guidogiolo.it](http://www.guidogiolo.it)

e-mail: [info@guidogiolo.it](mailto:info@guidogiolo.it)

FABBRICA ARTICOLI PER CANI: BRANDINE - TELI RICAMBIO - CUSCINI  
 DOGS ARTICLES FACTORY: BEDS - INTERCHANGEABLE FABRICS - CUSHIONS  
 FABRIK FÜR HUNDEARTIKEL: KLAPP-BETTE - AUSWECHSELTEXTILIEN - HUNDEKISSEN  
 FABRIQUE D'ARTICLES POUR CHIENS: LITS - TOILES DE RECHANGE - COUSSINS



  
**RECORD**  
QUALITÀ PER PICCOLI ANIMALI



QUALITÀ  
DALLA TESTA  
ALLA CODA.





13



14



15

Per la serie "peace and love" ecco una maglietta per la mezza stagione con i colori dell'arcobaleno (foto 2), simbolo di pace e fratellanza, a cui si contrappone quella più minacciosa con un messaggio che non lascia dubbi, mentre per i più romantici c'è la sexy canottiera (foto 3) con spilline provocanti (non è adatta ai maschietti!).

Per i più casalinghi è perfetto il golfino di maglia a collo alto che ricorda la nonna con i ferri in mano davanti al caminetto nelle fredde sere invernali. Ma non si possono ignorare neppure i capi più chic, ideali per le serate di gala: cappottino "principe di Galles" con inserti neri per il cavaliere e soprabito rosa con pelo per la dama molto "fru fru" (foto 4). Per i più freddolosi, invece, c'è un tenero copriorecchie per evitare i geloni alle estremità pendenti e le immancabili otfiti che, d'inverno, sono sempre dietro l'angolo: la forma lo rende adatto soprattutto alle razze con orecchie lunghe come i cocker.

I più avventurosi non possono rinunciare alla pettorina con bisacce portaoggetti adatta ai cani più infaticabili e volenterosi o ai padroni più sfaticati: attenzione però a non riporvi portafogli, cellulari e chiavi della macchina, altrimenti il nostro amico a quattro zampe potrebbe decidere di non tornare più a casa! Per gli amanti della semplicità ecco invece le pettorine classiche, ma rinforzate con numerose fibbie, offerte in tante fogge e colori (foto 5) con guinzaglio coordinato. E infine, per chi non vuole rinunciare all'eleganza senza nascondere le curve, un collarino decorato molto trendy adatto a tutte le stagioni (foto 6). Da far invidia ad Armani e Valentino.

**GUINZAGLI, CHE PASSIONE.** Il guinzaglio può essere un oggetto del desiderio sia per il padrone sia per il cane. Vi è mai capitato di dire la parola "guinzaglio" e di assistere a salti di gioia? È una semplice associazione di idee dove "guinzaglio" corrisponde, nel vocabolario del nostro amico a quattro zampe, a "usciamo a fare la passeggiata".

Questo semplice oggetto è infatti sinonimo di aria aperta e relax, ma spesso l'irruenza e l'allegria del cane, soprattutto se di grossa taglia, possono provocare al proprietario un certo stress. In quest'ottica è stato realizzato il guinzaglio ammortizzato, che evita fastidiosi traumi sia al collo dell'animale sia alla spalla di chi lo accompagna.

Chi sa negarsi il piacere di una passeggiata in notturna? Soprattutto in estate, quando la temperatura è più gradevole? E chi, in queste occasioni, non ha mai calpestato qualcosa di indesiderato? Il guinzaglio con la torcia incorporata (foto 7) è l'oggetto perfetto per sopravvivere nella "giungla di città" ed evitare di muoversi a tastoni, specialmente nelle zone non illuminate.

E siccome due è il numero perfetto, nonché per evitare aggrovigliamenti durante la passeggiata, ecco il guinzaglio doppio e snodato, che consente di condurre più agevolmente i propri animali (gli si perdonerà dunque il difetto di essere un po' pesante...). Nella concezione antiquata di guinzaglio c'è uno strumento formato da una corda e, a volte, da un moschettone attaccato a un collare: risulta evidente che qui siamo all'evoluzione estrema del concetto!

**ACCESSORI PER LA PASSEGGIATA.** Ma la passeggiata non sempre si riduce a un breve percorso intorno a casa per fare i bisognini: spesso il nostro piccolo amico ci segue anche nelle scampagnate, durante i picnic o in vacanza. Per le uscite più brevi, o per le sessioni di addestramento in cui spesso c'è bisogno di un "premio", c'è un comodo dispenser di crocchette (foto 8) che, in viaggio, potrebbe essere ideale. Le crocchette, però, mettono sete: una bella bevuta fa sempre piacere, soprattutto se l'acqua è fresca, quindi perché rinunciare alla bottiglia termica con comodo moschettone? E siccome non possiamo far bere il nostro animale dalle mani, ecco che, soprattutto per le soste alle stazioni di servi-



16



17



18

zio, qualcuno ha pensato di sostituire, ai soliti scomodi contenitori o piatti di plastica una ciotola comprimibile (foto 9) che occupa poco spazio e garantisce praticità e igiene.

**VOGLIA DI CUCCIA.** Guardando in televisione le pubblicità di letti e materassi, viene proprio voglia di dormire rilassati: del resto, che un buon sonno sia alla base della salute fisica e mentale è un concetto sacrosanto.

In questo gli animali non fanno eccezione e, nella scelta di una cuccia, bisogna conciliare la comodità con il gusto. Morbide e confortevoli, oggi le cucce sono spesso dotate di sponde imbottite per coccolare i nostri piccoli amici, aggiungendo anche un tocco di colore al salotto o in camera da letto (foto 10).

La nuova linea di cuccette *Black-White* (foto 11) è una serie di alto profilo e qualità contraddistinta da eleganza e innovativa nel design. Questa nuova linea di punta della *Record* è offerta in tre differenti misure e forme (ovale a culla o rettangolare con schienale), per garantire standard di comfort eccellenti.

Per i salotti più chic c'è poi il modello "a poltrona", mentre per i più freddolosi non possono mancare i cuscini riscaldati (foto 12), che non hanno nulla da invidiare agli scaldasonno dei proprietari a due zampe.

**E ADESSO SI GIOCA.** "Mens sana in corpore sano", dicevano i latini. Per il cane e il gatto il gioco unisce l'attività fisica allo sviluppo di molte capacità cognitive, traducendosi in un passatempo indispensabile per l'equilibrio psicomotorio. Anche il concetto di gioco è in continua evoluzione e, in questo settore, la fantasia non deve e non può mancare. Il gioco preferito dal cane? Tirare... Chi non ha mai fatto il tiro alla fune con il proprio cane? Ma c'è fune e fune... *Gladiator* (foto 13) è una fune con alloggiamento per una bottiglia di plastica, che al gioco classico della prova di forza tra padrone e cane aggiunge lo stimolo dato dal rumore della bottiglia che viene compressa; in più, i ricambi sono veramente economici.

Anche un salsicciotto imbottito con maniglione può essere molto pratico, sia per invitare al gioco il proprio cane sia per... tonificare la muscolatura del braccio del proprietario!

E la passione per i pupazzi di peluche dove la mettiamo? Tra i denti, ovviamente, e quello che rimane dell'imbottitura sicuramente lo ritroveremo sul pavimento, per la gioia della mamma che pulisce! Per ovviare a questo problema è stata creata una linea di giocattoli senza imbottitura.

E per togliersi la soddisfazione di giocare a pallone con il proprio amico ecco *Booga Ball* (foto 14), ovvero una diver-

APPANATIONAL  
PET OWNERS SURVEY  
2011-2012

ORA DISPONIBILE!



APPA  
American Pet Products Association

## TUTTI NE PARLANO...

- Evidenzia le tendenze della popolazione di animali da compagnia americani a breve e lungo termine, la situazione demografica dei proprietari e le loro abitudini di acquisto.
- Include un profilo delle abitudini e stili di vita dei consumatori e i loro mezzi di comunicazione preferiti.
- Indica i tipi di rivendite al dettaglio preferiti e la spesa media.

**Se cercate dati e fatti relativi ai consumatori di prodotti per animali da compagnia americani, dovete assolutamente avere questa fonte di informazioni!**

**Ordinate la vostra copia della ricerca 2011-2012 APPA National Pet Owners Survey online oggi stesso su [www.appma.org](http://www.appma.org)! Oppure chiamate il numero 001 203.532.0000 per avere maggiori informazioni e ricevere il modulo di richiesta.**

**APPA**<sup>TM</sup>  
American Pet Products Association



tente palla con appositi appigli per consentire al cane di afferrare l'oggetto senza impazzire sulle superfici sferiche. E le novità non mancano anche per i gatti, sotto forma di divertimento statico con tiragraffi sempre più fantasiosi ed esteticamente interessanti (foto 15), o per un divertimento più dinamico con percorsi a ostacoli (foto 16) in stile agility, adatti sia all'esterno sia indoor.

**LA VITA NELL'ALDILÀ.** Quella della sepoltura è una pratica filosofica e religiosa presente nel nostro bagaglio culturale fin dalla preistoria. Negli ultimi anni si è fatto sempre più pressante il desiderio di dare degne esequie anche ai nostri piccoli amici, compagni di una vita. Soprattutto nelle città si è assistito a un fiorire, accanto a quelle "a uso umano", di agenzie funebri e cimiteri per animali per far fronte all'esigenza crescente di accompagnare degnamente nell'aldilà anche i nostri pelosetti. In questo nuovo scenario si è ben presto presentato il problema di creare adeguati giacigli per il riposo eterno che, spesso e volentieri, sono vere e proprie opere d'arte e di ingegno. Si parte da soluzioni più semplici ed economiche, come i piccoli contenitori in cartone biodegradabile (foto 17) o le piccole urne in ceramica o legno adatte a ricevere le ceneri dopo la cremazione, fino a delle vere e proprie bare di dimensioni variabili per proteggere il nostro piccolo amico dalle ingiurie del tempo. Con questo sistema è possibile dare degna sepoltura ai nostri affetti e ricordarli per sempre nel nostro giardino oppure negli appositi cimiteri, soprattutto se accompagnati da lapidi personalizzate utili per non dimenticare mai chi ci ha dato tanto.

**IGIENE DEL PET E DELLA CASA.** Anche il segmento igiene è ricco di novità. Difficile districarsi tra i numerosi prodotti per l'igiene, la cura e la bellezza del nostro animale, reperibili sotto forma di spray, lozioni e creme (foto 18) o di prodotti repellenti per insetti di origine naturale (foto 19).

Di particolare interesse sono i prodotti per dissuadere l'urinazione dentro casa e per la disinfezione e l'igiene degli ambienti (foto 20), così come gli additivi deodoranti per le lettiere del gatto che, è risaputo, non sempre emettono profumi gratificanti.

Per gli animali più difficili esistono in commercio prodotti a base di feromoni che contengono DAP o altre sostanze naturali, il cui scopo è di dare tranquillità all'animale e renderlo più propenso alla socializzazione, liberandolo dallo stress. Infine, quando è necessario, invece di ricorrere al classico collare elisabettiano per evitare che il cane possa leccarsi o mordicchiarsi, c'è il nuovo collare salvagente (foto 21), fra l'altro utile anche in caso di naufragio.

in trips and holidays. In case of short trips and training sessions that may require a sort of "reward", the snack dispenser (picture 8) is certainly useful. The kibbles, however, cause thirst: water is necessary and it is more pleasant if fresh, so why should you do without the thermal bottle with convenient hook? And since you cannot help the dog drink from your hands, someone has replaced the inconvenient plastic containers or dishes with a collapsible bowl (picture 9) that takes up little space and ensures convenience and hygiene.

**FULL COMFORT.** If you watch tv spots about beds and mattresses, you immediately feel like sleeping relaxed; no doubt that good sleep is fundamental for good physical and mental health.

Pets are no exception and, when choosing their beds, you must find the good combination of comfort and design. Soft and comfortable, now they are richly stuffed and perfectly complying with the living room or bedroom (picture 10).

The new range *Black-White* (picture 11) ensures high quality, elegance and design innovation. The *Record* range comes in three different sizes and shapes (oval, cradle-style and rectangular with back) for excellent comfort.

The "couch" version adds a special touch to the living room. The heated mats (picture 12) are excellent for the dogs that always feel cold - they will have nothing to envy to their owners' heated blanket anymore.

**LET'S PLAY.** Latins used to say "Mens sana in corpore sano" (literally, a healthy mind in a healthy body). In dogs and cats playtime combines physical training and development of the cognitive ability; in short, a fundamental pastime for their psychomotor condition.

Also the playtime concept is evolving and fantasy must and cannot miss. What is the dog's beloved game? Pulling. Who has never played tug-of-war with his dog? But not all ropes are the same... *Gladiator* (picture 13) includes a plastic bottle that combines the traditional strength trial between dog and owner and the stimulus deriving from the sound of the squeezed bottle. Further, the refill is very cheap.

Also a sort of stuffed sausage with large handle may be very useful to let the dog play and even to tone up the muscles of the owner's arm! What about the dog's passion for plush toys? They are usually bitten, made into pieces and the stuffing is spread all over the floor. A range of unstuffed toys has been designed to solve this problem.

And if you wish to play with your dog with a ball, *Booga Ball* (picture 14) is really excellent with its special grip that helps the dog grasp it without getting mad because of the spherical surface.

New toys are now available also for cats, like the fancy and interesting scratchers (picture 15) or the dynamic obstacle course (picture 16) that can be placed indoors or outdoors.

**LIFE AFTER LIFE.** Burying is a philosophical and religious gesture that is part of our cultural heritage since prehistory. In recent years the desire to hold funeral rites for the beloved pets has become increasingly evident. A growing number of funeral homes and cemeteries for pets are appearing especially in cities to meet the demand to accompany pets in the afterworld with love. For this reason the demand of specific beddings for their eternal rest has arisen quickly. Those products are sometimes real artworks.

The simplest and cheapest solutions are small, biodegradable cardboard boxes (picture 17) or small ceramic or wood urns to keep the ashes after cremation; but the industry supplies also real coffins of different sizes to protect the small friend from the ravages of time.

Appropriate burying is therefore now possible in our garden or in special cemeteries, especially if accompanied by customised gravestones meant to permanently remind the little beloved ones.

**PET AND HOME CARE.** Also the care industry is proposing good new products. They are many, in most cases designed for the pet care and beauty and available as sprays, lotions and creams (picture 18); also new insect repellents of animal origin are available (picture 19).

Very interesting are the products that teach pets not to urinate indoors and that disinfect and clean the house (picture 20) as well as deodorizers for the cat litter.

Products with pheromones containing DAP and other natural substances are designed to keep anxious pets quiet and free them from stress.

Last but not least, instead of using the traditional rigid Elizabethan collar, when necessary, try the new inflatable collar (picture 21), which can also be useful in case of shipwreck.

**WITH THE CAT IN MIND.** The new cat litter frontier is the water closet, where a sort of lifebuoy has landed to teach the cat to be as good as us at doing his business. But in order to urinate you need to drink a lot and cats are usually lazy; this causes many pathologies of the low urinary tract; a stimulus to drink may come from the automatic fountains that ensure fresh water and a playing occasion.

**PENSANDO AI GATTI.** La nuova frontiera delle lettiere approda direttamente al wc di casa attraverso le ciambelle per la tazza, che consentono al gatto di essere alla nostra altezza in fatto di igiene.

Ma per urinare tanto bisogna bere tanto e spesso i gatti sono pigri, sviluppando così molte patologie delle basse vie urinarie: uno stimolo all'assunzione di liquidi può allora arrivare dall'utilizzo di fontanelle automatiche che garantiscono acqua fresca e occasione di gioco. Infine, per chi ha il pollice verde, un pratico orticello per l'erba gatta: una spugna dal simpatico aspetto "felino" con i semini già pronti per germogliare. Basta qualche goccia d'acqua e un po' di pazienza.

**PER GLI AMICI ESOTICI.** Ormai gli animali esotici, roditori, rettili, pesci e piccoli volatili, sono sempre più presenti nelle case degli italiani. Non poteva quindi mancare un angolino dedicato a loro, con accessori e innovazioni nell'ottica dell'arricchimento ambientale, che altro non significa se non fornire piccole novità che stimolino il movimento e la curiosità. Così, per i piccoli roditori, ecco gabbie sempre più accessoriate con tunnel, rifugi, altalene e scivoli; e poi ci sono acquari con piante, rocce e piccoli relitti per ricreare condizioni sempre più vicine all'habitat naturale e per arredare sempre di più il "pet corner" in casa.

**CIBI E SNACK.** Nouvelle cuisine per animali? Certo che sì. Percorrendo lo stand delle novità l'attenzione non si poteva che cadere anche sui "piatti atipici". Acquolina garantita soprattutto davanti ad alimenti che ricordano molto i cibi presenti sulle nostre tavole, come i gustosissimi cannelloni, o ai piatti pronti a base di carne. Infine, Hello Kitty. Spadroneggia nella quotidianità di tutti noi e non poteva certo mancare in una linea di alimenti, snack e biscotti per cani, gatti e roditori, con una grafica dell'imbballaggio che gratifica i padroni e il contenuto che gratifica i palati dei nostri animali. ●

A convenient small plantation of catnip is designed for the cat owners that have a green thumb: it is the cat-shaped sponge containing seeds ready to sprout – only a few drops water and some patience are needed.

**FOR EXOTIC PALS.** Nowadays the population of exotic animals, rodents, reptiles, fish and ornamental birds is growing in Italy. An area of the New Products Showcase was of course devoted also to them, with accessories and innovations that stimulate movement and curiosity. The rodent cages are now even more complete and include tunnels, nests, swings and slides; the aquariums come with plants, rocks and small decorations to produce conditions that are as close to the natural habitat as possible and to become beautiful home interior objects as well.

**FOOD AND SNACKS.** Nouvelle cuisine for pets? Yes, of course. Walking in the New Products Showcase area, the eye is caught by "uncommon dishes". The mouth starts watering in front of food that reminds what is currently served on the Italian tables, like the delicious cannelloni or prepared dishes with meat. Lastly, Hello Kitty. This cartoon character is part of our everyday life and could not miss also in the pet food industry: snacks and cookies for dogs, cats and rodents packed with a look that pleases the owner and a content that pleases the pet's taste.



**Lara**

**Saporiti & sani,  
per un gatto felice e in perfette condizioni.**

**Lara, il nuovo alimento per gatti di Versele-Laga,  
è disponibile in sette gusti deliziosi.  
Lara è stato creato per soddisfare i bisogni  
alimentari specifici del vostro gatto.  
Gli ingredienti di prima qualità e perfettamente  
equilibrati garantiscono la perfetta  
forma del vostro gatto.**

**Procuratevi Lara adesso; i buongustai ne vanno pazzi.**

**VERSELE-LAGA**

MP Group srl - (RE) • tel.0522-942755  
e-mail: mp@versele.it • www.versele-laga.com

# GIOCO SENZA LIMITI

L'amido di mais di GoodBite Natural non apporta alcun nutrimento, quindi non altera la dieta dell'animale.

Il proprietario può darne al cane quanto ne vuole



**ferplast**  
new pet generation

FERPLAST SPA  
via I Maggio 5, Z.I.  
36070 Castelgomberto (VI)  
tel. 0445429111, fax 0445429115  
www.ferplast.com, info@ferplast.com

SODDISFA l'istinto naturale di masticare, funziona come efficace antistress, aiuta il cane a prendersi cura dei propri denti: è *GoodBite Natural*, l'ultima novità di Ferplast all'interno della gamma di prodotti dedicati agli animali domestici. *GoodBite Natural* è una linea di giochi da masticare a base

di amido di mais non geneticamente modificato. Ma cosa contraddistingue questi giochi, creando la differenza? Per prima cosa, rispetto ai prodotti tradizionali, l'amido di mais contenuto in *GoodBite Natural* è trattato in modo da non poter essere metabolizzato dall'organismo. Ciò significa che non apporta alcun nutrimento e, quindi, non altera la dieta: il proprietario può darne quanto ne vuole al suo amico quattrozampe, senza limiti. I tradizionali prodotti per la masticazione, invece, sia quelli di origine animale sia quelli di origine vegetale, hanno un contenuto calorico tale da richiederne un utilizzo controllato, per evitare il problema oggi molto sentito del sovrappeso.

Ma *GoodBite Natural* è innanzitutto un gioco che, soddisfacendo



## DOGS & RODENTS

### UNLIMITED GAME

Maize starch contained *GoodBite Natural* does not feature any nutritional value: the pet's diet is not altered. Pet owners can feed their dogs how much they want to

It meets the pet's chewing instinct, it is effective as anti-stress, it helps dogs take care of their teeth: *GoodBite Natural* is the latest news by Ferplast, among the range of products dedicated to pets.

*GoodBite Natural* is the line of chewing toys made of non-GMO maize starch. What makes the difference compared to other toys? Firstly, maize starch contained in *GoodBite Natural* has been specially processed in order to avoid the absorption by the pet's organism. This means it does not provide any nutritional value, thus the diet is not altered. Owners can feed their dogs how much they want to, without limit. Traditional chewing toys (both those of animal and vegetable origin) feature calorie intake: they must be fed in limited quantities, in order to avoid overweight.

*GoodBite Natural* toy meets the chewing instinct and it has an anti-stress action. Compared to traditional dental toys, *GoodBite Natural* by Ferplast has a strong attractive power thanks to its tasty flavour: beef, chicken, ham and cereals. The flavours were chosen according to the tests performed at R&D Department. Thanks to this broad range, it is possible to change flavours preserve the pet's interest.

**SAFE AND HEALTHY.** Moreover, *GoodBite Natural* is an useful tool for the mouth's health, which is very important considering the frequent ailments of teeth or gums. The flavour and shape of *GoodBite Natural* stimulate chewing: the action removes plaque, reduces tartar formation and prevents from caries.

*GoodBite Natural* is a completely safe product, since it is non-toxic. Moreover, thanks to its special formula, it does not cause gastrointestinal obstructions. Saliva and gastric juices turn the material into jelly. Unlike products of animal origin, it does not grow pathogens, mould or dangerous fungi that can endanger the pet's health. It has no preserving contraindications, nor an expiry date.

It is vacuum-packed with a barrier film preserving the flavour unaltered, guaranteeing the utmost hygiene. It is biodegradable, it does not contain heavy metals or toxic substances: *GoodBite Natural* respects the environment.

Specialized retailers can offer a range including six sizes of bone-shaped toys to meet the needs of dogs of all breeds. Four tasty flavours are available, in order to stimulate the pet's interest.

**DEDICATED TO RODENTS.** *GoodBite Tiny & Natural* is specifically dedicated to rodents. The line offers chewing toys available in four shapes without artificial flavouring added: carrot, cheese, cob, apple and multi-coloured stick.

They are also made of maize starch: they do not provide nutritional intake, thus the diet is not altered. They are the perfect pastime, besides controlling the growth of teeth.

The new range is produced in Italy, in Ferplast plant. It has been developed, studied and tested together with famous universities and international research centres.

l'istinto di masticazione, svolge anche un'azione anti-stress. A differenza di un normale gioco dentale, *GoodBite Natural* di Ferplast ha inoltre un forte potere attrattivo grazie all'aggiunta di aromi particolarmente graditi: manzo, pollo, prosciutto e cereali, scelti in base alle preferenze espresse dai cani durante i test effettuati presso il Reparto Ricerca e Sviluppo. La varietà dell'offerta permette la rotazione dei gusti, requisito importante per mantenere sempre alto l'interesse del nostro quattrozampe.

**SICURO E SALUTARE.** Inoltre, *GoodBite Natural* è un utile strumento per la salute della bocca, un argomento oggi molto sentito a causa del frequente

manifestarsi di patologia legate ai denti o alle gengive. Il gusto e la forma di *GoodBite Natural* stimolano la masticazione, l'azione meccanica rimuove la placca, riducendo la formazione del tartaro e prevenendo l'insorgenza della carie.

*GoodBite Natural* è un prodotto assolutamente sicuro anche se ingerito, perché è studiato per essere completamente atossico. Inoltre, grazie alla sua particolare formulazione, non provoca blocchi gastrointestinali: a contatto con la saliva e con i succhi gastrici, il materiale si trasforma in una massa gelatinosa. Contrariamente ai prodotti di origine animale, poi, non sviluppa microbi patogeni, muffe o funghi pericolosi che possono mettere a rischio la salute dell'animale. E non ha problemi di conservazione e nemmeno una scadenza.

È confezionato sottovuoto con film barriera che conserva intatti gli aromi e garantisce il massimo dell'igiene. Biodegradabile, senza metalli pesanti né residui tossici, *GoodBite Natural* rispetta l'ambiente.

Il petshop può offrire al cliente una gamma che comprende sei misure di giochi a forma di osso per soddisfare le esigenze dei cani di ogni taglia, assortiti in quattro appetitosi aromi in grado di stimolare l'interesse incentivando il gioco.

**PENSATI PER I RODITORI.** Per i roditori, invece, è stata creata una linea specifica, *GoodBite Tiny & Natural*, che propone giochi da rosicchiare, disponibili in quattro simpatiche forme, senza aromi aggiunti: carota, formaggio, pannocchia, mela e stick multicolore.



Anch'essi realizzati a base di amido di mais, non apportano nutrimento e quindi non alterano la dieta dell'animale. Utilissimi come passatempo, assolvono anche l'importante funzione di controllare la crescita eccessiva dei denti. Interamente prodotta in Italia presso gli stabilimenti Ferplast, la nuova gamma è stata sviluppata, studiata e testata in collaborazione con importanti università e centri di ricerca internazionali. (G.M.) ●



**GoodBite Natural** è la nuovissima linea di giochi da masticare per cani a base di amido di mais. Grazie alla loro esclusiva composizione non alterano la dieta dell'animale, rinforzano i denti riducendo la formazione del tartaro. **GoodBite Natural** è sicuro perché completamente atossico e privo di grassi animali.

Quattro modelli specifici per roditori aiutano a controllare la crescita eccessiva dei loro denti.

**GoodBite Natural**, molto più di un gioco!

 **ferplast**  
new pet generation

[www.ferplast.com](http://www.ferplast.com)

# CAPPOTTINI DA SOGNO

Capi glamour si avvicendano agli evergreen: Metropolitan è una collezione completa e curata che si addice al punto vendita che desidera soddisfare i propri clienti



L'ESTATE è nel pieno del suo fulgore ma non è mai troppo presto per pensare alla stagione più fredda. Anzi, è proprio questo il momento adatto per progettare con tranquillità l'assortimento che il negozio dovrà proporre alla clientela appena rientrata dalle vacanze.

In questi giorni *Metropolitan*, la linea di cappottini di Farm Company Pet Products, presenta infatti la collezione autunno/inverno 2011/2012: capi di altissimo livello realizzati con materiali pregiati e impreziositi da dettagli che rendono ogni articolo un sogno esclusivo per la clientela più esigente, sia a due sia a quattro zampe.

*Metropolitan a/w 2011/2012* conta 12 modelli studiati per coprire le necessità più disparate, con capi glamour che si avvicendano ai cosiddetti evergreen, quelli che non passano mai

di moda e che sono un must in ogni armadio, offrendo proposte interessanti per cani dal temperamento vivace e sportivo che si coniugano con capi adatti a climi rigidi, tipicamente invernali: una collezione completa e curata, insomma, che si addice al punto vendita che desidera soddisfare i propri clienti.

E la cura di Farm Company Pet Products non è riservata solo al prodotto ma anche al confezionamento e all'esposizione, per essere sempre più vicini ai clienti. Ogni cappottino è presentato in una busta di pvc trasparente che consente un'ottima visibilità, garantendo l'integrità del prodotto; le buste, dotate di un gancio in plastica rigida, sono progettate per essere esposte in modo pratico, ottimizzando anche eventuali problemi di stoccaggio. In più ogni cappottino è corredato da un dépliant che presenta gli altri capi della collezione e da un simpatico gadget regalo per il cliente che sceglierà *Metropolitan* per vestire il proprio amico a quattro zampe.



ALL'UNIVERSITÀ DEI QUATTROZAMPE. La linea a/w 2011/2012 di *Metropolitan* presenta una serie di cappottini "targati" *Farm Co. 74 Italy*, che richiamano le decorazioni dei campus universitari statunitensi, molto attuali, freschi e vivaci. Il tipico bomber con impunture a vista viene proposto in versione double face: rosa lucido con interno in testa di moro opaco oppure celeste lucido abbinato a un interno in tonalità tangerine. Grazie a questa soluzione, capi pensati per cani dall'attitudine sportiva si trasformano in una versione più formale, che permette di essere sempre perfetti e

pronti in ogni occasione.

La classica felpa della linea *Street*, proposta in rosso/beige e azzurro/beige, è arricchita sul dorso dalla scritta *FARM CO. 74 ITALY* e da una taschina laterale. Ma il vero tocco in più di questa proposta è la morbidiissima sciarpa con patch applicata, con una classica decorazione invernale.



TUTTI A BORDO. Estremamente cool sono i cappotti *Comfort* che richiamano il mondo di Corto Maltese, il marinaio avventuriero: colori marinai (grigio perla e nero), colli ampi e maniche rimboccate conferiscono a questi capi una linea asciutta e sobria, rendendoli perfetti per le giornate invernali dall'aria pungente.

Indispensabili quando piove, gli impermeabili *Rain* sono invece rifiniti come fossero cerate nautiche: traspiranti all'interno, impermeabili all'esterno, sono dotati di cappuccio con coulisse per una chiusura aderente e protettiva e sono proposti in tre varianti di colore.

MODELLI ULTRACHIC. Eleganti e ricercate, le linee *England* e *Chic* e il piumino *Elegance* presentano modelli assolutamente esclusivi. *England*

propone un modello semplice e raffinato: il corpo in tinta unita è completato da inserimenti di tweed sull'ampio collo con doppia chiusura a clip nella parte inferiore e a montgomery sul dorso rifinito nella parte inferiore con una cintura incrociata chiusa con velcro. Presentato in due varianti (rosso e marrone), è un capo veramente imperdibile per la stagione invernale.

I soffici piumini *Elegance* con impunture a vista che si aricciano sul dorso sono sontuosi, morbidi, caldi e proposti in tre varianti colore: blu elettrico, verde militare e bronzo. Pensati per le serate invernali, uniscono l'impermeabilità all'estrema eleganza, sono rifiniti nella parte inferiore con una costa elasticizzata e sono comodissimi da indossare e curatissimi nei



minimi dettagli: pile interno, borchie sull'ampio collo e sui passanti che fermano una cintura a fascia annodata sul dorso.

La linea *Chic* propone invece per "lui" un modello jeans e pile con cappuccio (in grigio) arricchito da paillette dorate che creano un motivo a rombi, e per "lei" un giubbottino più corto in rosa, arricchito da inserti di tulle, paillette e fiocchetti di raso. Un vero bijou.

QUANDO IL CLIMA SI FA PIÙ RIGIDO. L'eleganza senza tempo contraddistingue i caldi pull dolcevita *Wool*, unici per quanto riguarda calore e morbidezza. *Wool* è un capo inossidabile, adatto alle gite sulla neve, dalla classica decorazione a trecce alternate a fasce. La lavorazione della maglia, particolarmente elastica, lo rende comodo e facile da indossare. Proposto in molti colori con una gamma che spazia dagli ocra delle foglie autunnali, fino ai cobalto e ai petroli del mare impetuoso (senza dimenticare le ultime tendenze della moda acid pop), è il classico capo da avere sempre nell'armadio, perché la passeggiata quotidiana diventi un giro in passerella.

Pensato per i climi più rigidi, il cappotto *Classic* in ecopelle scamosciata è proposto in marrone con un caldo cappuccio bordato in pelliccia, presente anche in tutta la parte interna. Arricchito da ricami e patch sul dorso, richiama in modo esplicito una country fashion di allure americana. È estremamente comodo da indossare grazie alla serie di bottoni a pressione nella parte interna.

La linea è completata dalla serie di piumini smanicati *Ice* in tinta unita (rosa e lilla), con cappuccio staccabile e interni di pile impregiositi sul dorso da taschine chiuse da una zip, e dai due giubbotti imbottiti *T-Bird*, con collo in pelliccia ecologica e fondo in costa elasticizzata, proposti con una texture a quadretti in versione grigia e color mattone. (E.P.) ●



## DOGS & CATS

### GLAM COATS

Trendy coats and evergreens: Metropolitan is a complete collection that suits all tastes

The weather is still hot but it is not too early to plan the cold season's business. Rather, this is the right time to select the goods that your shop will carry at the end of the summer season.

*Metropolitan*, Farm Company Pet Products' range of dog coats, is now launching the a/w 2011/2012 collection – high quality garments made in excellent materials and decorated with details that make each piece precious, for demanding customers and pets.

*Metropolitan a/w 2011/2012* includes 12 models designed to meet all tastes, with glam coats and evergreen models – a complete and refined collection of beautiful and casual lines especially conceived for cold days.

Farm Company Pet Products cares also for the details of packaging and display: each coat is packed in a transparent pvc bag that shows the product and protects it. The bags are equipped with a plastic hook so as to be hung and optimise display space management. Further, each *Metropolitan* coat comes with a small booklet that shows the other collection models and a little present for the shop customer.

**PETS IN THE CAMPUS.** The a/w 2011/2012 *Metropolitan* collection includes a line of coats branded *Farm Co. 74 Italy*, that recall the decorations of the U.S. university campuses, modern, fresh and nice. The traditional bomber jacket with visible stitching comes in the double faced version: shiny pink on one side and dark brown on the other or else shiny light blue combined with tangerine. Thanks to this solution, models designed for sports dogs are transformed in smarter coats to be perfect in all occasions.

The classic *Street* sweater is available in the red/beige and light blue/beige versions with the writing *FARM CO. 74 ITALY* and a small side pocket. The real 'plus' is the very soft scarf with a typical winter decoration.

**ON BOARD.** *Comfort* coats remind Corto Maltese, the sailor and adventurer: sailor-like colours (pearl grey and black), large necks and rolled up sleeves for a sober design and comfort, perfect in the cold winter days.

Fundamental when it rains, the *Rain* coats are made like nautical waxed jackets: transpiring inside and water resistant outside, with hood, available in three colours.

**CHIC MODELS.** Elegant and refined, the lines *England* and *Chic* and the down jacket *Elegance* are absolutely exclusive. *England* is a simple and refined model: the body in plain colour is completed with tweed details on the large neck with double clip closing system on the lower part and Montgomery style on the back with a crossed belt closed with velcro on the lower part. Available in two colours (red and brown), it is a 'must' for the winter season.

The soft down jackets *Elegance* with visible stitching are gorgeous, warm and available in three colours: electric blue, hunter green and bronze. Designed for the cold winter evenings, they are water resistant and elegant, very comfortable and refined: fleece inside, studs on the large neck and loops on the belt that closes on the back.

The *Chic* line includes two models. The one "for him" is made in denim and fleece, with hood and decorated with golden spangles that create a diamond design. The model "for her" is a short pink jacket decorated with tulle, spangles and velvet ribbons – a real bijou.

**WHEN THE WEATHER IS HARSH.** Timeless elegance is what distinguishes the warm polo neck pullover *Wool*. The garment is particularly elastic and therefore comfortable and easy to wear. Available in many colours – from the ochre of the autumn leaves to the cobalt blue of the impetuous sea (passing through the last trends of the acid pop fashion) – it is the classic garment for daily walks.

Designed for harsh weather, the *Classic* coat in suede leatherette is available in brown colour with a warm hood finished with fur, which is also inside the coat. Decorated with embroideries and patches on the back, it reminds the country fashion. It is extremely comfortable to wear thanks to the fastener snaps in the inner side.

The down gilets *Ice* (pink or lilac) come with detachable hood and fleece interior and small pockets on the back. The quilted jackets *T-Bird* with faux fur neck and cord, stretch fabrics with checked design come in grey or brick red.

# PULIZIA SENZA ACQUA

Le Maxi-Salviette Detergenti Sano e Bello sono semplici da usare in ogni momento: basta passarle delicatamente sul manto dell'animale per una pulizia profonda e quotidiana, senza acqua. Oggi anche nella profumazione all'Aloe



BAYER ANIMAL HEALTH  
www.petclub.it  
numero verde 800-015121

CON la loro speciale composizione e la loro delicata morbidezza, sono ideali per detergere quando il cane o il gatto si sporca e per neutralizzare le molecole del cattivo odore quando si bagna: pratiche da usare, utili nelle situazioni di tutti i giorni, indispensabili in particolari occasioni come gite, viaggi o piogge improvvise, le *Maxi-Salviette Detergenti Sano e Bello* sono umidificate con una speciale soluzione che consente di detergere, deodorare e rendere lucente il manto di cani e gatti, cuccioli compresi.

E oggi sono disponibili anche in una nuova profumazione: *Maxi-Salviette all'Aloe*, per detergere e profumare il manto con tutte le proprietà riconosciute dell'aloè. La nuova fragranza si affianca a quelle tradizionali, al Talco, al Muschio Bianco e alla Citronella, per un prodotto delicato che non disturba l'animale e la cui efficacia è stata testata sotto controllo medico-veterinario, in modo da essere adatta anche per zone delicate come gli occhi e le orecchie.

E non basta: oggi, infatti, le confezioni da 40 pezzi sono ancora più imbevute per offrire il meglio nelle diverse situazioni quotidiane. Sono semplici da usare in ogni momento, basta passarle delicatamente sul manto dell'animale; l'importante è aver cura di chiudere correttamente la linguetta adesiva per preservare l'umidità del prodotto.



SEMPRE CON ME. Per una pulizia rapida e tascabile, il cliente del petshop può anche scegliere le *Salviette Detergenti Magic Hydra "Sempre con me"* nella pratica confezione formato pocket, comodissime da mettere in borsa o in tasca, per essere sempre a portata di mano. La delicata profumazione Magic Hydra rilascia freschezza e delicatezza sul manto dell'animale, infondendo una sensazione di benessere anche a chi si occupa della pulizia del proprio amico a quattro zampe.

Per i casi in cui si renda necessaria una detersione più completa e accurata, il petshop può poi proporre i Guanti detergenti umidificati, anch'essi indicati per cani, gatti e cuccioli e disponibili in due prodotti: *Guanti Detergenti con olio di Semi di Lino* con profumazione Magic Hydra e i *Guanti Detergenti con Proteine della Seta* con profumazione latte e miele. Sono pratici da usare, grazie al rivestimento interno non perdono la sostanza di cui sono imbevuti e sono in grado di sostituirsi completamente a un lavaggio ad acqua, proteggendo, nello stesso tempo, la mano di chi li indossa, lasciandola asciutta.

Indicati per una pulizia e accurata di tutto il mantello, assicurano lucentezza e morbidezza proprio grazie alle proprietà dei semi di lino e delle proteine della seta. Sono un trattamento di igiene e bellezza sempre a portata di mano, ideali quando non è possibile utilizzare l'acqua: tra un bagno e l'altro, in vacanza oppure se l'animale non ama il bagnetto tradizionale. Rispettano il naturale equilibrio fisiologico, neutralizzando le molecole del cattivo odore e lasciando una piacevole e vivace profumazione. Semplicissimi da usare: basta aprire la confezione (che contiene cinque pezzi), infilare la mano nel guanto e passarlo sul mantello dell'animale, effettuando un leggero massaggio, anche contropelo, utilizzando entrambi i lati esterni del guanto. (S.A.) ●

## DOGS & CATS

### CLEAN WITHOUT WATER

Sano e Bello Maxi-Salviette Detergenti (cleansing wipes) are easy to use at any time: pass it gently on the pet's coat for a deep cleaning without water. New aloe vera scent is now available

Thanks to their special formula and to their delicate softness, they are perfect to clean cats and dogs whenever they get dirty, or to neutralize the molecules of foul odour when they get wet. They are handy, useful everyday, necessary during trips or sudden rain. *Maxi-Salviette Detergenti Sano e Bello* (maxi cleansing wipes) are humidified with a special solution to clean and deodorize the coat of cats and dogs, including puppies and kittens.

Today a new scent is available: *Maxi-Salviette all'Aloe* (wipes with aloe), to clean and perfume the coat with all the beneficial effects of aloe. The wipes are still available in traditional scents: talc, white musk and lemon grass. The scents are delicate and do not annoy the pet. The wipes' effectiveness has been tested by veterinarians: they are also suited for delicate areas such as eyes and ears.

Moreover, 40-wipe boxes are now more humidified, in order to provide the best performance. They can be used any time: pass it gently on the pet's coat. Please remember to correctly close the box in order to preserve the wipes humidified.

**ALWAYS WITH ME.** For a quick and pocket-size cleaning, customers can also choose *Salviette Detergenti Magic Hydra "Sempre con me"* ("Always with me" cleansing wipes), which are available in pocket-size packages: they are perfect for bags and pockets. The delicate Magic Hydra scent is fresh and delicate on the pet coat, providing both pet and owner with a pleasant feeling.

If a thorough and accurate cleaning is needed, customers can use humidified cleansing gloves, who are suited for cats, kittens, dogs and puppies. They are available in two versions: *Guanti Detergenti con olio di Semi di Lino* (with linseed oil) featuring Magic Hydra scent, and *Guanti Detergenti con Proteine della Seta* (with silk protein) featuring honey and milk scent. They are handy, and thanks to the internal layer they are always humidified: they can completely replace a water wash, leaving the owner's hand dry.

The gloves are suited for a thorough and accurate cleaning of the coat. Thanks to linseed and silk protein, they provide a soft and shiny coat. The gloves are a handy beauty and hygiene treatment, in particular when it is impossible to use water: in-between wash, on holiday or if pets do not love the traditional wash. They respect the natural pH, neutralizing the molecules of foul odour and leaving a pleasant scent.

They are easy to use: open the package (which includes five gloves), wear the glove and pass it on the pet's coat with a light massage, using both sides of the glove.



# COLORFUL SWEATER



Colorful Sweater  
è una linea di  
maglioncini della nuova  
collezione invernale  
Cani Amici.

**RICHIEDI IL NUOVO  
CATALOGO AL TUO  
AGENTE DI ZONA!**



COCCOLE E BENESSERE PER I VOSTRI ANIMALI

[www.crocitrading.com](http://www.crocitrading.com)

# BELLI CON L'ANIMA

Anche i cagnolini più trendy e i padroni più esigenti non avranno che l'imbarazzo della scelta: chic, sportivi, giramondo, anticonformisti... Tutti possono trovare il loro stile con *Vanity* e *caniAmici*



Ci sono periodi dell'anno in cui, anche per i nostri amatissimi amici quattrozampe, il richiamo della moda si fa sentire più forte. Come appunto in questo inizio d'autunno: le prime piogge e l'abbassarsi delle temperature fanno capire che è arrivato il momento di iniziare a pensare a come proteggerli al meglio dai rigori dell'inverno. Insomma: anche per loro è ora di rinnovare il guardaroba.

E le idee migliori, a questo proposito, hanno già un nome: è quello delle linee *Vanity* e *caniAmici*. Come ogni inverno, infatti, Croci spa viene incontro alle esigenze di cani e padroni in fatto di moda presentando le nuove collezioni invernali, al solito ricchissime di tante interessanti, eleganti, pratiche e divertenti novità. Tutti i modelli di queste due fantastiche collezioni sono stati realiz-

zati da Croci su disegni originali ed esclusivi, che sottolineano una volta di più come l'obiettivo dell'azienda si concretizzi non soltanto nella ricerca di elevati standard qualitativi, ma anche di un indiscutibile imprinting di originalità sia nei prodotti sia nella loro veste grafica.

**MAGLIONCINI, CHE PASSIONE...** La prima grande novità firmata Croci per la stagione autunno-inverno 2011-2012 è presentata all'interno della collezione *caniAmici*: sono i maglionicini *Colorful*, realizzati in quattro diverse varianti (si può scegliere tra azzurro, verde, arancio e rosa) e ognuno personalizzato con un ricamo in tinta (la corona per i principini di casa, il quadrifoglio portafortuna, la stellina e il cuoricino per i più coccoloni). Disponibili in taglie differenti che vanno dalla 20 alla 35 (cm), questi caldi ed eleganti maglionicini sono proposti in una confezione davvero speciale: una lattina salvadanaio con adesivo personalizzato. E, per il petshop, c'è un simpatico e pratico espositore per la vendita. Ma nella collezione *caniAmici* ci sono anche tanti altri modelli di maglionicini per i nostri amici quattrozampe, come per esempio il *Bohème*, disponibile in due diverse varianti, azzurro e fucsia: è caldissimo, a collo alto, e sul dorso è decorato con una magnifica stampa che ricorda i timbri delle vecchie lettere.

Allegro e divertente è poi il maglione *Red Stripes*: sempre a collo alto, è a colore base bianco, sul quale si alternano righe rosse e blu di diverse altezze, e con ricamate le iniziali del marchio *caniAmici* in contrasto, il tutto per dare un effetto marinairesco.

E che dire del maglionicino *Beads*? Nella sua semplicità rimane un must per tutte le cagnoline alla moda che non vogliono rinunciare alla comodità. Vivace con quel suo rosso che sprigiona allegria, ha una finta cintura in maglia impreziosita dalla presenza di perline all'interno.

Anche il vestito in maglia *Grey & Red* racchiude in sé un tocco di femminilità sottolineato dalla gonnellina in maglia traforata, dai dettagli rossi presenti sul fondo, nel puntovita e sul collo, nonché dal fiocco, sempre in tinta, e dalla doppia tasca sulla schiena.



*Tricolore*

**TRA FELPE E GIUBBOTTINI.** Per i padroni e i cagnolini più sportivi, *caniAmici* propone una serie di felpe che si rivelano preziose fin dalle prime giornate autunnali. A dare il benvenuto in questo variopinto universo c'è la felpa *Tricolore*: creata apposta per celebrare il 150° anniversario dell'unità d'Italia, riproduce i colori della bandiera nazionale (bianco, rosso e verde) sia nei dettagli delle costine di fondo, maniche e cappuccio, sia nella stampa con ricamo che rievoca le mitiche evoluzioni delle Frecce Tricolori. E, a completare il tutto strizzando l'occhio alla praticità e alla comodità, non potevano certo mancare un cappuccio regolabile con coulisse e un taschino con velcro sulla schiena.

Altro gioiellino della collezione *caniAmici* è la felpa *Approved*: realizzata in blu con contrasti grigi, è arricchita sulla schiena da una stampa in stile timbro che farà sembrare i nostri amici pet dei veri "duri" di strada. Per le cagnoline più snob, invece, c'è *Pink Lady*, che permetterà loro di sentirsi a proprio agio anche in abiti sportivi.

Per riparare dai rigori dell'inverno durante le passeggiate, *caniAmici* ha poi preparato una nuova collezione di caldi giubbotti imbottiti come il *Fire Dept*, che riprende le uniformi dei pompieri di New York (in nero con dettagli rossi, in tes-



Fire Dept

## DOGS

## SIMPLY BEAUTIFUL!

Even trendiest dogs and demanding owners will have plenty of choice: chic, sporty, globetrotter, original...everyone can find his style thanks to Vanity and caniAmici

In some periods of the year, the call of fashion is stronger for pets as well. Just like in autumn: first rains and temperature reduction remind owners that pets must be protected during cold winter. It is time to renew the wardrobe.

The best ideas already have a name: *Vanity* and *caniAmici* lines. Just like every winter, Croci spa meets the trend needs of dogs and owners with new winter collections: they are rich in interesting, elegant, handy and funny innovations. All the models of the two collections have been developed by Croci according to original and exclusive designs: once again, the company not only aims at elevated quality standards, but also at originality of its products.

Passion for sweaters. The first innovation for 2011-2012 autumn-winter collection by Croci comes from *caniAmici* line: *Colorful* sweaters are available in four different colours (blue, green, orange and rose) and they are customized with a matching embroidery (crown for princes, lucky clover, little star and heart). They are available in different sizes from 20 to 35 (cm). The warm and elegant sweaters are available in a special packaging: a money-box can with customized stickers. A funny display is available for retailers.

*CanAmici* collection features several other models of sweaters for dogs, such as *Boheme*, available in blue and fuchsia: it is a warm necked sweater decorated with a beautiful pattern on the back, recalling the stamps of old letters.

*Red Stripes* is funny and nice: a necked white sweater with red and blue stripes, featuring the initial letters of *caniAmici* brand, for a sailor-like effect.

*Beads* is a must-have sweater for all trendy dogs who like being comfortable. It is red and features a fake knit belt with beads.

*Grey & Red* knit dress is the expression of femininity, thanks to the fretworked knit skirt, to red decorations on the bottom, waist and neck, to the matching ribbon and to the double pocket on the back.

Among sweatshirts and jackets. For sporty owners and dogs, *caniAmici* offers a line of sweatshirts perfect for autumn. *Tricolore* has been developed for the 150<sup>th</sup> anniversary of the unification of Italy: the colours recall Italy's flag (white, red and green) both in details and embroidery representing the great Frece Tricolori. The sweatshirt also features an adjustable hood and a pocket with Velcro on the back.

Another pride of *caniAmici* collection is *Approved*: the sweatshirt is blue and grey, with a stamp-like pattern on the back. *Pink Lady* is dedicated to posh dogs, who will feel at ease even with sporty clothing on.

suto lucido impermeabile con toppa ricamata sulla schiena e finte zip), o l'*Arctic*, con imbottitura a canali orizzontali multicolor, tasche con zip laterali, toppa e ricamo sulla schiena che ricordano la spedizione artica del 1958 e, soprattutto, con una grande novità: il cappuccio è inserito nel collo e può essere tirato fuori semplicemente aprendo la zip. E quando non piove più, si riarrotola all'interno del collo.

Infine, i giubbotti *Mind the Gap* e *Speed*: il primo è imbottito, con una stampa gommata sul dorso che ricorda la metropolitana di Londra, e ha il cappuccio staccabile tramite bottoni a pressione; il secondo è grigio con dettagli in maglia in contrasto arancioni, toppa ricamata sulla schiena e taschina con velcro.

PIÙ FASHION, PIÙ TRENDY. Anche *Vanity*, con la nuova collezione, si conferma una linea fashion e trendy sia per i colori sia per i materiali, sia per le innovative idee di pack. Per addolcirsi durante le fredde serate invernali ci sono per esempio i



Cupcake



maglioni *Cupcake*, disponibili in tre colori (marrone cioccolato, giallo vaniglia e rosso fragola) in taglie dalla 25 alla 35, con ricami con patch e brillantini raffiguranti pasticcini al cioccolato, alla vaniglia o alla fragola. Ognuno è confezionato in una scatola a forma di scatola per dolci e il tutto è proposto in un espositore a forma di alzatina per torte.

Per i principi e le principesse di casa ecco le felpe *Prince Charming* e *Save the Princess!* La prima è blu, con stampa arricchita da brillantini del principe ranocchia e ricamo sulla parte superiore della schiena, mentre la versione femminile è rosa con collo e fiocco viola e decorazione stampata, ricamata e impreziosita da brillantini, che raffigura la principessa nella torre in attesa del suo "prince charming" che arriverà a salvarla...

Per i cani giramondo c'è poi la felpa *Paris*, nera con contrasti rosa, con la Tour Eiffel stampata sulla schiena e uno scialle in misto lana nero e rosa sulle spalle. Per i più sportivi, invece, ci sono la felpa *Owly*, con collo alto e stampa arricchita con paillette sulla schiena, o la *Yachtclub*, in perfetto stile skipper, rigata bianca e blu e con ricami e dettagli color oro, entrambe ideali per i brunch della domenica.

Per i più romantici, invece, sono irrinunciabili i vestiti *Fly Girl* e *Ballet*, mentre chi punta soprattutto alla semplicità non potrà dire di no ai maglioni *Vanity*, morbidi e con decorazioni che riportano al mondo del luxury: si va dal modello *Pink Rose* al *White* fino al maglione *Anchor*, con colletto e finta sotto-maglia a righe.

Anche per quanto riguarda i giubbotti *Vanity* propone una vasta gamma di articoli: partiamo dal modello imbottito *Black & White*, bianco lucido, con cappuccio regolabile e due taschine con fiocco sulla schiena, per passare poi al giubbotto imbottito *Pois*, in tessuto lucido blu nella parte superiore e a pois bianchi in quella inferiore.

Ma c'è anche un giubbotto in versione per "lui" e per "lei": è *Parka Boy*, in tessuto cangiante lucido blu, che nella versione *Parka Girl* è invece bianco con dettagli viola e fodera in contrasto.

Infine, per i veri "duri" che seguono la moda ecco il giubbotto imbottito *Bulldog*: in denim scuro, ha bottoni a pressione con finitura nickel su fondo e maniche e un grande ricamo rifinito con miniborchie. (J.B.) ●

In order to protect dogs from cold winter during walks, *cani-Amici* has developed a whole line of warm padded jackets such as *Fire Dept*: it recalls the uniform of New York's firemen (black with red details, waterproof polished fabric with embroidered patch on the back and fake zips). *Arctic* features a horizontal multi-coloured layer padding, pockets with side zips, patch and embroidery on the back recalling the Arctic expedition in 1958. The jacket's hood is hidden in the neck, and it can be pulled simply by opening the zip. When it is not needed, it can be folded inside the neck.

*Mind the Gap* is a padded jacket with rubber pattern on the back, recalling London Underground. Its hood can be removed thanks to snaps. *Speed* is a grey jacket with orange knit details, patch on the back and pocket with Velcro.

TRENDIER AND MORE FASHIONABLE. *Vanity's* new collection is a fashion and trendy line as far as colours, materials and package ideas are concerned.

*Cupcake* sweaters are perfect for the cold winter nights: they are available in three colours (chocolate brown, vanilla yellow and strawberry red) and sizes from 25 to 35, with patch and rhinestones embroideries featuring chocolate, vanilla or strawberry cupcakes. Each sweater is packed in a sweet-box package, and the display recalls a cake stand.

For princes and princesses there are *Prince Charming* and *Save the Princess!* sweatshirts. The first one is blue, with a frog prince picture featuring rhinestones and embroidery on the upper back part, while the girl version is rose with violet neck and ribbon, printed picture embroidered with rhinestones of a princess in the tower waiting for her prince charming...

*Paris* sweatshirt is dedicated to globetrotter dogs: black and rose, with a Tour Eiffel picture on the back and a wool-mix black and rose shawl on the shoulders. For sporty dogs there are *Owly* (necked sweatshirt with picture and sequins on the back) and *Yachtclub*, featuring a skipper style (white and blue stripes with golden details and embroideries): both are perfect for Sunday brunch.

For sentimental dogs there are *Fly Girl* and *Ballet* dress, while those loving simplicity will like *Vanity* sweaters: they are soft with luxury decorations, from *Pink Rose* to *White* model and *Anchor*, with collar and fake striped undershirt.

*Vanity* offers a broad range of jackets: from padded *Black & White* (polished white, adjustable hood and two pockets with ribbon on the back), to padded *Pois* (polished blue fabric on the top, white polka dots on the bottom).

There is a jacket dedicated to both boys and girls: *Parka Boy* features polished blue fabric, while *Parka Girl* is white with violet details and lining.

For trendy dogs there is also *Bulldog* padded jacket: dark denim, snaps with nickel on bottom and sleeves, and a big embroidery with small studs.

*Bulldog*

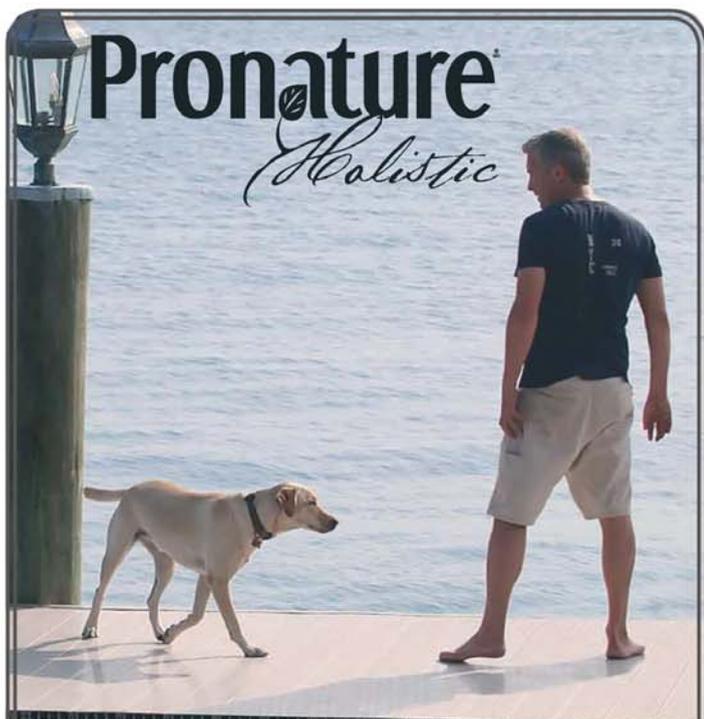


*Parka Girl*





[www.1st-choice.it](http://www.1st-choice.it)



*Semplicemente naturale!*



[www.pro-nature.it](http://www.pro-nature.it)

**Vuoi offrire il meglio ai tuoi clienti?  
Scegli noi!**



**SI RICERCANO AGENTI PER POTENZIAMENTO RETE DI VENDITA**

Disegna Group di Lunardon Domenico - Tel.0424 471424 - Fax 0424 476392

# COME NATURA COMANDA

Per chi è alla ricerca di prodotti che garantiscano i vantaggi della nutrizione olistica, naturale e biologica, c'è la linea Pronature Holistic. Prodotta da PLB International e distribuita da Disegna Group

**DISEGNA GROUP**

DISEGNA GROUP  
via Marsan 28/30, 36063 Marostica (VI)  
tel. 0424471424, fax 0424476392  
www.disegnagroup.it  
info@disegnagroup.it

Si chiama *Pronature Holistic* la linea completa di alimenti per cani e gatti che segue i principi della nutrizione olistica, naturale e biologica, ed è uno dei fiori all'occhiello presentati da Disegna Group all'ultima edizione di Zoomark International.

Cos'ha di tanto speciale? Scopriamolo insieme. Prodotta in Canada da PLB International,

e distribuita in Italia dalla Disegna Group, *Pronature Holistic* prima di tutto assicura anche ai nostri amici pet tutti i vantaggi e i benefici che derivano anche all'uomo dall'alimentazione olistica; il termine "olistico" si riferisce all'influenza esercitata da una dieta corretta sulla totalità dell'organismo, determinando non solo il benessere fisico, ma anche quello mentale.

Il concetto su cui si basa la disciplina olistica è semplice: alcuni principi attivi possono prevenire e contrastare l'insorgenza delle malattie nel modo più semplice e naturale possibile, perché il cibo è in grado di migliorare lo stato di salute dell'organismo e l'interazione fra determinate sostanze naturali e il corpo produce effetti benefici sulla salute.

A livello scientifico è stato dimostrato che, spesso, un'alimentazione inappropriata può dare origine a intolleranze, allergie, dermatiti, diabete e persino a patologie più gravi. La nutrizione olistica, invece, si basa sull'impiego dei nutraceutici, cioè di nutrienti-farmaceutici di estrazione naturale che, legati tra loro in modo appropriato, contribuiscono a realizzare alimenti in grado di prevenire e curare quelle stesse patologie.

**ESSENZE FITOTERAPICHE.** È appunto per questo che gli alimenti *Pronature Holistic* sono integrati con sostanze naturali dalle proprietà benefiche ben note come, per esempio, le essenze fitoterapiche presenti in tutte le formulazioni, e cioè:

► la *radice di cicoria*: ricca di prebiotici, stimola e nutre la flora batterica intestinale "buona", migliorando la digestione e la qualità delle feci;

► le *foglie di menta*: hanno proprietà digestive, antisettiche, toniche e stimolanti, contribuiscono all'equilibrio dell'apparato digerente e migliorano il tono della muscolatura;

► il *prezzemolo*: ha proprietà antianemiche, purificanti del sangue e diuretiche, previene possibili ostruzioni polmonari ed epatiche, migliora la digestione e favorisce l'igiene orale;

► il *tè verde giapponese*: contiene epigallocatechina (EPGC), dalle eccezionali proprietà antiossidanti. Supporta il sistema immunitario e aiuta a mantenere i denti puliti sopprimendo la crescita di batteri indesiderati nel cavo orale;

► i *mirtilli*: grazie alle eccellenti proprietà antiossidanti e antinfiammatorie, contribuiscono a rallentare gli effetti dell'invecchiamento cerebrale rigenerando le cellule nervose. Favoriscono inoltre la prevenzione dei disturbi cardiovascolari, delle infezioni del tratto urinario e del cancro;

► la *Yucca schidigera*: contiene saponina naturale che riduce la produzione di ammoniaca nelle feci e nelle urine, diminuendo così i cattivi odori;

► il *cectriolo di mare*: ricco in condroitina solfato, ha un effetto antinfiammatorio nei dolori articolari e contribuisce al miglioramento della flessibilità e della presa.

In più, a supporto di articolazioni e cartilagini, interviene l'estratto naturale di *mitilli verdi* della Nuova Zelanda (*Perna canaliculus*), ricco di glicosaminoglicani (GAG, tra cui la glucosammina e la condroitina solfato), che svolge un'azione lubrificante a livello di cartilagini e articolazioni aumentandone la mobilità e riducendo il dolore articolare: i risultati di importanti studi clinici hanno dimostrato l'ef-





**Pronature**  
*Holistic*



ficacia del mitile nella riduzione dei sintomi dell'artrosi del cane sia per quel che riguarda il dolore sia per la tumefazione dell'articolazione artrosica.

**INGREDIENTI BIOLOGICI CERTIFICATI.** L'alto livello di appetibilità degli alimenti *Pronature Holistic* è dato unicamente dagli aromi derivanti dalle erbe aromatiche: non vengono utilizzati appetizzanti chimici né aromi artificiali. Inoltre, la stabilità e la conservazione degli ingredienti è garantita dall'impiego di antiossidanti naturali come il rosmarino biologico essiccato e la vitamina E.

Per assicurare il giusto tenore di proteine nobili, il primo ingrediente in ogni formula è la carne o il pesce fresco di qualità "human grade", in combinazione a carne o pesce disidratati di qualità adatte al consumo umano: in nessuno dei prodotti della linea *Pronature Holistic* vengono utilizzati sottoprodotti animali o coloranti artificiali. Infine, il ridotto apporto di carboidrati e l'esclusione di cereali come frumento, mais e soia, garantisce una digeribilità ottimale e limita il rischio di allergie e intolleranze alimentari.

Le materie prime, quando è possibile, sono acquistate localmente, e anche se provengono da fonti certificate vengono sottoposte ad analisi per garantire che siano biologiche e non geneticamente modificate (ogm). Gli ingredienti biologici utilizzati nei prodotti *Pronature Holistic* sono certificati QAI - Certified Organic (Quality Assurance International), Ecocert e Garantie Bio.

"Dopo oltre un anno dal debutto sul mercato italiano di *Pronature Holistic*", dichiarano i responsabili di Disegna Group, "siamo orgogliosi di ricevere giorno dopo giorno testimonianze di clienti che hanno riscontrato uno strepitoso miglioramento nel benessere e nella qualità della vita del loro animale." Provare per credere. (J.B.) ●

## DOGS & CATS

### JUST LIKE NATURE

Looking for products guaranteeing the properties of holistic, natural and organic nutrition? There is *Pronature Holistic* line, produced by PLB International and distributed by Disegna Group

*Pronature Holistic*, the complete line of food for cats and dogs, follows the principles of holistic, natural and organic nutrition. It is one of the jewels presented by Disegna Group during last Zoomark International. Why is it so special? It is produced in Canada by PLB International and distributed in Italy by Disegna Group. *Pronature Holistic* guarantees all the advantages and beneficial properties of holistic nutrition: it is a correct diet for the whole body, which provides both physical and mental well-being.

The principle of holistic nutrition is simple: some active principles can naturally prevent and fight diseases, because food can improve health and the interaction between certain natural substances and the body produces beneficial effects on the pet's health.

It has been scientifically proven that an incorrect diet can often cause intolerances, allergies, dermatitis, diabetes and even more serious diseases. Holistic nutrition uses nutraceutical substances: natural pharmaceutical nutritional elements are combined in order to produce food, which will prevent and treat those diseases.

**PHYTOTHERAPIC SUBSTANCES.** That is why *Pronature Holistic* are supplemented with natural substances with beneficial properties, such as phytotherapeutic substances present in all formulas:

- *Chicory radish*, rich in prebiotics. It stimulates and nourishes the "good" intestinal bacterial flora, improving digestion and the quality of excrements;
- *Mint leaves*: they have digestive, antiseptic, invigorating and stimulating properties. They help balance the digestive system and improve muscles;
- *Parsley*: it has anti-anaemic, blood-purifying and diuretic properties. It prevents lung and liver obstructions, it improves digestion and supports oral hygiene;
- *Japanese green tea*: it contains epigallocatechin (EPGC), with exceptional antioxidating properties. It supports the immune system and helps preserve clean teeth by suppressing the growth of unwanted bacteria in the mouth;
- *Blueberries*: thanks to the excellent antioxidating and anti-inflammatory properties, it helps slow down brain ageing, regenerating brain cells. They help prevent cardiovascular diseases, infections of the urinary tract and cancer;
- *Mojave yucca*: it contains natural saponins, which naturally limit ammonia production in excrements, thus reducing foul odours;
- *Sea cucumber*: it is rich in *chondroitin sulphate*. It has an anti-inflammatory effect on articular pain and it improves flexibility and grip. Moreover, natural extract of *green mussels* from New Zealand (*Perna canaliculus*) are rich in glycosaminoglycans (GAG, including glucosamine and chondroitin sulphate): they have a lubricating action on cartilages and articulations, improving the motility and reducing articular pain. According to the results of important clinical studies, the mussel are effective in reducing osteoarthritis symptoms in dogs as far as both pain and swelling of arthritic articulation are concerned.

**CERTIFIED ORGANIC INGREDIENTS.** The elevated level of attractiveness of *Pronature Holistic* is due to aromatic herbs: no artificial or chemical flavouring agents are used. Moreover, the stability and preservation of ingredients are guaranteed by natural antioxidants, such as dried organic rosemary and vitamin E.

In order to guarantee the right quantities of noble proteins, the first ingredient of each formula is human-grade fresh meat or fish, combined with dehydrated meat or fish suited for human consumption: no animal by-products or artificial colouring agents are used in *Pronature Holistic* line. Thanks to reduced quantities of carbohydrates and to the absence of cereals such as wheat, maize and soy, the products are extremely digestible and reduce the risk of allergies or food intolerances.

Raw ingredients come from local suppliers, if possible. Although their origin is certified, they undergo tests assessing that the ingredients are organic and non GMOs. Organic ingredients used for *Pronature Holistic* products are QAI (Quality Assurance International) Certified Organic, Ecocert Aand Garantie Bio certified.

"One year after the debut of *Pronature Holistic* on the Italian market", say Disegna Group managers, "we are proud to receive everyday positive reports from customers, who assessed an amazing improvement in the well-being and life quality of their pet".

Just try it!



# MONOPROTEICO È MEGLIO

Dall'affidabilità e dalla serietà del marchio UniPro,  
la garanzia di qualità di un prodotto tutto italiano



UNIPRO SRL  
via Barrocciai 19  
06081 S. Maria degli Angeli (PG)  
tel. 0758085198, fax 0758044167  
www.uniproonline.it, info@uniproonline.it

IMPEGNO nella ricerca, attenzione e massima cura nella selezione e nella scelta di materie prime totalmente italiane: ecco le carte vincenti che fanno di UniPro un'azienda in continua ascesa nel competitivo settore dell'alimentazione per cani e gatti.

UniPro, infatti, è nata proprio per dare una

risposta valida e significativa alle crescenti esigenze dei consumatori che cercano, per i loro animali, prodotti veramente validi e specifici: per questo UniPro si distingue con la proposta di alimenti altamente innovativi come *Unicamente monoproteico* e *Rustico monoproteico*, garantiti made in Italy e di altissima qualità.

TANTE GARANZIE IN PIÙ. I consumatori, ormai sempre più attenti alla cura dei loro amici pet, si mostrano oggi disponibili a sostenere un significativo "premium price" su quei marchi che offrono un valore aggiunto in termini di servizio, valore e innovazione: UniPro risponde a questo trend con una varietà di ricette, in vaschetta o in lattina, che assicurano le migliori garanzie di affidabilità, ovvero:

- ▶ tutti i prodotti sono monoproteici, cioè contengono un'unica fonte di proteine, molto digeribile e biodisponibile;
- ▶ tutti gli alimenti sono prodotti in Italia, caratteristica che determina un'ulteriore certezza di assoluta qualità;
- ▶ vengono utilizzate come materie prime solo carni di alta qualità, ricche di proteine, che determinano l'alto valore nutritivo dei prodotti;
- ▶ ogni porzione contiene

carne scelta estremamente nutriente e in forma altamente digeribile, per garantire all'animale il massimo della salute e della vitalità;

- ▶ tutti gli alimenti sono completi e bilanciati grazie all'integrazione di vitamine e sali minerali protetti che non vengono "bruciati" durante la cottura e, quindi, non perdono la loro efficacia.

E non basta ancora: il sistema produttivo UniPro prevede prima un'accurata sterilizzazione e preparazione della materia prima, che viene successivamente immessa nei contenitori e cotta in autoclave a vapore a 120 °C, così da mantenere elevati i valori nutrizionali.



carne scelta estremamente nutriente e in forma altamente digeribile, per garantire all'animale il massimo della salute e della vitalità;

- ▶ tutti gli alimenti sono prodotti in Italia, caratteristica che determina un'ulteriore certezza di assoluta qualità;
- ▶ vengono utilizzate come materie prime solo carni di alta qualità, ricche di proteine, che determinano l'alto valore nutritivo dei prodotti;
- ▶ ogni porzione contiene

carne scelta estremamente nutriente e in forma altamente digeribile, per garantire all'animale il massimo della salute e della vitalità;

- ▶ tutti gli alimenti sono completi e bilanciati grazie all'integrazione di vitamine e sali minerali protetti che non vengono "bruciati" durante la cottura e, quindi, non perdono la loro efficacia.

E non basta ancora: il sistema produttivo UniPro prevede prima un'accurata sterilizzazione e preparazione della materia prima, che viene successivamente immessa nei contenitori e cotta in autoclave a vapore a 120 °C, così da mantenere elevati i valori nutrizionali.



PER TUTTI I GUSTI. Il successo UniPro nasce anche dall'ampio ventaglio di scelte, in termini di gusti e di formati, tra le quali il consumatore può spaziare. La linea *Unicamente monoproteico*, per esempio, pensata sia per il cane sia per il gatto, è proposta in tre diverse confezioni: barattolo da 400 g e vaschetta da 150 g per il cane e barattolo da 85 g per il gatto. I gusti disponibili sono: pollo - vitello - tacchino - coniglio - anatra - trota - agnello - quaglia - tonno. La linea *Rustico monoproteico* per il cane, invece, è offerta in due diverse confezioni: il barattolo da 400 g e la vaschetta monodose da 100 g, specifica per gli animali di piccola taglia. Quanto alle possibili varianti di prodotto, la linea si divide in due gruppi: con l'aggiunta di pasta integrale e carote, da scegliere nei gusti pollo, vitello o tacchino, oppure con l'aggiunta di orzo e farro nei gusti coniglio, anatra e agnello. (J.B.) ●

## DOGS & CATS

### ONE SINGLE PROTEIN IS BETTER

The reliable and strong UniPro brand for a totally Italian, high quality product

Engagement in research, selection of totally Italian raw materials: these are the winning cards that make UniPro grow in the competitive dog and cat food industry.

UniPro was born to give a valid answer to the increasing demands of the consumers, who look for really good and specific products for their pets. For this reason UniPro distinguishes itself for its highly innovative formulas such as *Unicamente monoproteico* and *Rustico monoproteico*, both guaranteed made in Italy and of top quality.

**MANY MORE SECURITIES.** Consumers are increasingly demanding and are now more willing to spend for premium products that offer added value in terms of service, quality and innovation. UniPro follows this trend with a variety of formulas, available in trays or cans, that offer great security, such as:

- all the products contain only one single protein, they are easily digestible and bioavailable;
- all the elements are produced in Italy; this is a further proof of high quality;
- only high quality meat is selected, rich in proteins that determine the product's high nutritional value;
- each portion contains selected, extremely nutrient and highly digestible meat to ensure pet's top health and vitality;
- all the formulas are complete and balanced thanks to the supplemented, protected vitamins and mineral salts that are not "burnt" during the cooking process and therefore do not lose efficiency.

And that is not all: the UniPro manufacturing system includes a first accurate sterilisation and preparation process of the raw materials, which are then steam cooked in autoclave at 120° C so as to maintain a high nutritional value.

**FOR ALL TASTES.** UniPro's success comes also from the wide offer of varieties and pack sizes.

The *Unicamente monoproteico* range, for instance, is designed both for dogs and cats and available in three different packs: 400g cans and 150g trays for dogs as well as 85g cans for cats. The flavours are: chicken - veal - turkey - rabbit - duck - trout - lamb - quail - tuna.

The *Rustico monoproteico* range for dogs, on the other hand, is available in two different packs: 400g cans and 100g single serve trays for small pets.

The range is divided into two groups: with added whole wheat pasta and carrots, in the varieties with chicken, veal or turkey, or else with added barley and spelt with rabbit, duck and lamb.



al Naturale 



**NOVITÀ  
ASSOLUTA**

dal 1 Settembre

**L'UNICO**

**85g GATTO  
AL NATURALE  
PRODOTTO IN ITALIA**

---

**PROPONI AI TUOI CLIENTI  
UNA CERTEZZA  
TUTTA ITALIANA**



UNIPRO s.r.l.

Via dei Barrocciai, 19 06081 S.M.A. Assisi -PG-  
tel/fax +39 075.8044167  
[www.unipronline.it](http://www.unipronline.it)



# BELLO E PULITO

Pampered semplifica un importante gesto di civiltà con il dispenser Hello Kitty

## Pampered®

PAMPERED SRL

via R. Chinnici 12, 60027 Osimo (AN)  
tel. 0717108279, fax 0717105251  
www.pampered.it, info@pampered.it

COMPAGNO inseparabile delle passeggiate con l'amico a quattro zampe: molto più che un accessorio, si tratta in effetti di un segno di rispetto e attenzione per la propria città, per l'ambiente e verso gli altri. Stiamo parlando del "raccogli-pupù", così viene comunemente

chiamato l'accessorio che i padroni dei cani metropolitani, con un gesto divenuto abituale, utilizzano quotidianamente per ripulire le strade dalla pupù.

Pampered propone il suo dispenser per sacchetti investendo sulla notorietà della famosa licenza *Hello Kitty*, rendendo altresì allegro un gesto dove l'igiene riveste una connotazione di primaria importanza. Nuovo, pratico e dal design inconfondibile, è realizzato in ABS/PC, un materiale innovativo ecce-

zionalmente resistente agli urti e al calore, capace di mantenere i colori brillanti e inalterati nel tempo.

Disegnato dall'Ufficio Stile Pampered, tutto rigorosamente made in Italy, il dispenser *Hello Kitty* è perfettamente in linea con lo stile di quest'azienda giovane e dinamica, nata due anni fa dalla collaborazione di un gruppo di imprenditori dotati di esperienza nella moda e nel licensing, attenti allo sviluppo e alle tendenze, con l'intenzione di coccolare e viziare gli amici a quattro zampe e i loro padroni.

Il dispenser è disponibile in quattro colori – rosso, rosa, nero, bianco – ed è accompagnato dai refill *Hello Kitty*. Come tutti i prodotti Pampered, anche i refill sono riciclabili e made in Italy al 100%. Ogni confezione di refill contiene tre ricariche al buon profumo di lavanda: unici nel loro genere, sono soprattutto resistenti e con un segnale di strappo, utilissimo per le passeggiate serali.

Il lancio dei dispenser e dei refill *Hello Kitty* sarà accompagnato da un'importante campagna promossa da Pampered, in collaborazione con numerosi comuni italiani, con in programma una serie di iniziative per sensibilizzare i cittadini a seguire le attuali norme di igiene ambientale: un invito a mantenere belle e pulite le città. (R.G.) ●

## DOGS

### NEAT AND CLEAN

Pampered makes an important civilized gesture easier with the Hello Kitty dispenser

An inseparable dog walk companion: much more than a simple accessory, it is a tool that helps respect the city the environment and the others. It is the tool that the dog owner uses to collect his pet faeces.

Pampered distributes the bag dispensers under the popular *Hello Kitty* licence and makes a simple gesture of primary hygienic importance cheerful. New, convenient and with a beautiful design, they are made in ABS/PC, an innovative and extremely shock and temperature resistant material that keeps bright colours unaltered in time.

Designed by the Pampered Style Department, totally made in Italy, the *Hello Kitty* dispenser is perfectly reflecting the style of the young and dynamic company that was born two years ago from the partnership of a group of keen entrepreneurs with experience in the fashion and licensing field, who are able to catch the last trends and aim at cuddling and pampering pet and their owners.

The dispensers are available in four colours – red, pink, black and white – and come with the *Hello Kitty* refills, which, like all Pampered products, are 100% recyclable and made in Italy. Each pack contains 3 lavender-scented (the only on the market) refills, which are very resistant and highlight the tear point – very useful in the night walks.

The launch of the *Hello Kitty* dispensers will be supported also by an important campaign that Pampered is carrying out in collaboration with several Italian cities. The operation involves many actions designed to educate citizens to respect environment hygiene rules: an invitation to keep the city neat and clean.



1. BIOLOGICAMENTE APPROPRIATO
2. INGREDIENTI FRESCHI REGIONALI
3. UN UNICO PRODUTTORE



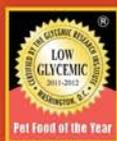
# 1,2,3...

## ALIMENTO DELL'ANNO PER LA TERZA VOLTA CONSECUTIVA!

Il PET FOOD OF THE YEAR AWARD è un premio mondiale istituito dal Glycemic Research Institute® – una fondazione di ricerca indipendente e senza scopo di lucro riconosciuta dai governi di Canada, Stati Uniti e Regno Unito.

Conferito all'alimento più salutare, questo premio prevede per la sua attribuzione approfondite analisi degli ingredienti e degli effetti dei diversi prodotti su glicemia, diabete e processi di invecchiamento in cani e gatti.

Selezionato tra tutti gli alimenti per cani e gatti, e per il TERZO biennio consecutivo, ORIJEN è fiero di aver ricevuto il premio di ALIMENTO PER CANI E GATTI DELL'ANNO anche per il 2011-2012.



# Orijen

NOURISH AS NATURE INTENDED

**ALIMENTO BIOLOGICAMENTE APPROPRIATO**

<b>80%</b> INGREDIENTI ANIMALI DI PRIMA QUALITÀ*	<b>20%</b> FRUTTA, VERDURA ED ESSENZE OMEOPATICHE	<b>0%</b> CEREALI
---	--	----------------------



Puppy    Puppy Large    Adult    b-Fish Dog    Regional Red    Senior    Cat & Kitten    b-Fish Cat

Prodotto da:



Distribuito da:



[www.laticinese.it](http://www.laticinese.it) - [info@laticinese.it](mailto:info@laticinese.it)

# QUANDO MICIO HA L'INFLUENZA

Duralactin Feline L-lysine: il mangime complementare coadiuvante nelle terapie farmacologiche durante le infezioni da herpesvirus del gatto



CHIFA SRL  
via Ripamonti 227, 20141 Milano  
tel. 0257300068, fax 0255213485  
www.chifa.it, chifasrl@fiscali.it

Esperti in malattie feline stimano che almeno l'80% dei gatti contraggono l'herpesvirus nell'arco della loro vita. Purtroppo, anche dopo la guarigione, i problemi continuano: infatti, passata l'infezione iniziale, il virus resta nell'organismo in forma latente e spesso, nelle situazioni di stress, si riattiva, dando origine a una patologia respiratoria oppure oculare. Quindi i gatti che hanno contratto l'herpesvirus felino sono portatori permanenti dell'infezione. Insomma: sono dei malati cronici. *Duralactin Feline L-lysine*, mangime complementare a base di L-lisina, Microlactin e acidi grassi omega 3 e 6, è indicato quale coadiuvante nelle terapie farmacologiche durante il trattamento dei gatti affetti, sia in forma acuta sia in forma cronica, da herpesvirus. Semplice da somministrare, grazie al tipo di confezione (tubosiringa), è molto appetibile anche quando il gatto diventa anoressico o respinge il cibo per via delle lesioni virali presenti nel cavo orale.



le è la L-lisina, un aminoacido che esercita un'azione competitiva con l'arginina, inibendo la replicazione del virus FHV-1. Recenti studi

COME AGISCE. Come agisce *Duralactin Feline L-lysine*? Ogni dose da 2,5 ml contiene:

- ▶ L-lisina 250 mg;
- ▶ Microlactin 200 mg;
- ▶ Omega 6 162 mg;
- ▶ Omega 3 72,5 mg.

Componente principa-

linici hanno dimostrato l'efficacia della lisina somministrata per via orale nel ridurre la replicazione dell'herpesvirus.

Insieme alla L-lisina è importante l'azione del Microlactin, una proteina ottenuta dal latte di bovine iperimmunizzate, che contiene fattori in grado di ridurre la risposta infiammatoria e prevenire i conseguenti danni ai tessuti.

Gli acidi grassi omega 3 e omega 6 rafforzano l'efficacia del prodotto grazie alla loro azione di supporto al sistema immunitario, inoltre favoriscono la salute delle articolazioni e dell'apparato digerente. *Duralactin Feline L-lysine* può essere somministrato direttamente in bocca oppure mescolato al cibo; dosi e frequenza possono variare a seconda della gravità dei sintomi: sarà il veterinario, di volta in volta, a consigliare la posologia più opportuna al paziente a quattro zampe. Solitamente si raccomanda una somministrazione di almeno due o tre settimane. (S.C.) ●



## CATS

### WHEN THE CAT CATCHES THE FLU

*Duralactin Feline L-lysine*: supplementary food that supports the pharmaceutical treatment of feline herpes virus

Feline herpes virus (FHV-1) is the most common upper respiratory disease in cats; it is highly stressing and debilitating both for the pet and owner. The typical symptoms are sneezing, conjunctivitis, keratitis, chemosis, ulcers of the nose, lips, tongue and gums and, often, fever, lethargy and anorexia.

Experts on infectious diseases estimate that at least 80% of cats catch feline herpes virus in their life. Unfortunately, even after recovery, some disorders may remain: as a matter of fact the virus remains latent in the organism and, in stressing situations, it may reactivate causing respiratory or eye pathologies. For this reason, cats that have suffered from feline herpes virus once are permanent carriers of the infection. This means they are chronically sick.

*Duralactin Feline L-lysine* contains L-lysine, Microlactin and omega 3 and 6 fatty acids; it is indicated to support the pharmaceutical treatment of cats suffering from acute or chronic herpes virus.

Easy to administer thanks to the syringe tube, it is highly palatable even when the cat lacks from appetite or refuses food because of possible viral ulcers in the oral cavity.

HOW IT ACTS. How does *Duralactin Feline L-lysine* act? Each dose of 2.5 ml contains

- L-lysine 250 mg;
- Microlactin 200 mg;
- Omega 6 162 mg;
- omega 3 72.5 mg.

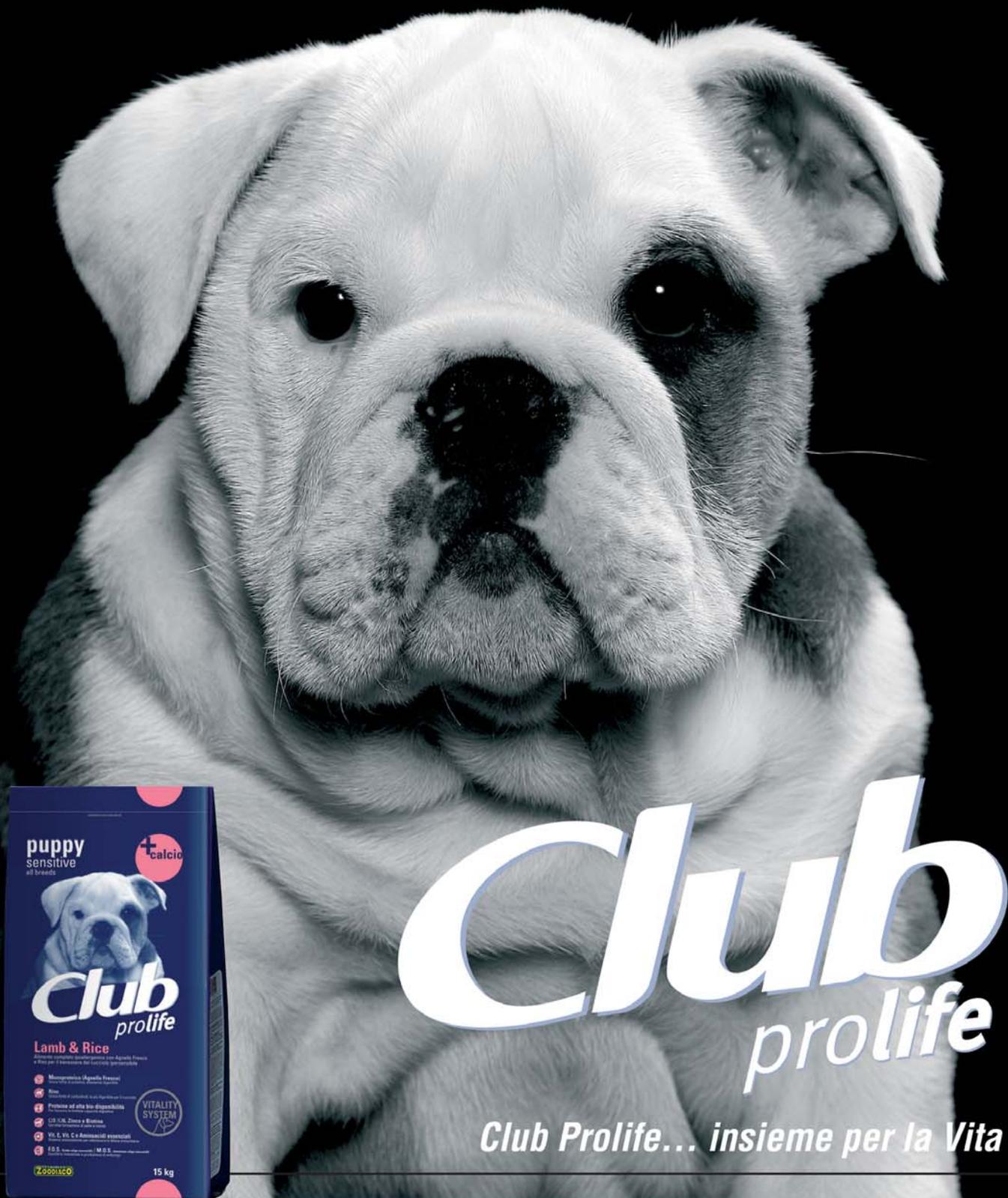
L-lysine is the main ingredient: it is an amino acid that inhibits the replication of the feline herpes virus FHV-1. Recent clinical studies have proven that lysine successfully reduces the virus and symptoms.

Together with L-lysine, the product contains also the important Microlactin, a hyperimmunizing protein deriving from bovine milk that contains factors that reduce the inflammatory reaction and prevent related tissue damage.

Omega 3 and 6 fatty acids strengthen the product action by supporting the immune system; they also protect the joints and the digestive tract.

*Duralactin Feline L-lysine* can be poured in the mouth or mixed to food; doses and frequency vary according to symptom seriousness: the vet shall suggest the best dosage. Usually it must be fed from two to three weeks.

benessere in tutti i sensitive



**Club**  
prolife

*Club Prolife... insieme per la Vita*



**PET&GREEN**  
**ZOODIACO**  
www.zodiaco.com



**Monoproteico (Agnello Fresco)**  
Unica fonte di proteine, altamente digeribile



**Riso (monocarboidrato)**  
Unica fonte di carboidrati, la più digeribile per il cucciolo



# GOLOSI FOOD GENERATION

Da Zoodiaco, alimenti al top per la salute e il benessere dei nostri amici quattrozampe di tutte le taglie



**ZOODIACO**  
viale della Cooperazione 16, 45100 Rovigo  
area Nord tel. 0425474645, fax 0425474647  
area Centro-Sud tel. 0758987602  
fax 0758987333  
www.zoodiaco.com, zoodiaco@zoodiaco.com

DA sempre in primo piano nel settore pet, e da sempre rispettosa di una logica produttiva che vede la salute dell'animale al centro di ogni attenzione, Zoodiaco non smette di perseguire i diktat fondamentali della sua filosofia produttiva attraverso la proposta della linea *Golosi Food Generation Nutraceuticals Formula*, un innovativo concetto di alimentazione che propone alimenti dry contenenti innovative sostanze naturali che hanno una funzione benefica sulla salute sia in termini di prevenzione sia direttamente terapeutici.



I benefici derivanti dalla Nutraceuticals Formula, ovvero l'utilizzo di nutraceutici specifici per ogni prodotto con funzioni benefiche sulla salute, sono indici ben chiari di quanto i ricercatori Zoodiaco abbiano focalizzato l'attenzione allo sviluppo della gamma, cercando di dare risposte concrete alle diverse esigenze relative alla nutrizione del cane in base al suo livello di attività e anche al suo stato fisiologico.



QUATTRO... MARCE IN PIÙ. *Golosi Food Generation Nutraceuticals Formula*, infatti, si presenta come un'ampia linea di prodotti che comprende ben 9 differenti tipologie Dog, così da rispondere al meglio a tutte le possibili esigenze, da quelle del cucciolo di taglia piccola a quelle del quattrozampe più sportivo o in attività. E tutte sono contraddistinte da quattro elevate caratteristiche nutrizionali comuni, ovvero:

- ▶ **carne come prima voce:** in tutte le ricette la carne è la prima fonte di proteine (è inserita al primo posto della lista ingredienti) perché è in grado di rispettare la vera natura dell'animale. L'elevata percentuale di carne consente un'elevata appetibilità e digeribilità dell'alimento;
- ▶ **zero conservanti, coloranti e appetizzanti artificiali:** la linea è completamente naturale, anche dal punto di vista della conservazione dell'alimento, che si ottiene grazie alla sinergia di molti elementi che svolgono nell'organismo attività antiossidante impedendo l'irrancidimento dei grassi oltre a contrastare i radicali liberi;
- ▶ **presenza di prebiotici FOS (frutto-oligosaccaridi):** molto importanti per l'equilibrio digestivo, i FOS sviluppano la flora batterica intestinale benigna, limitano lo sviluppo dei batteri patogeni, ottimizzano le difese immunitarie del tratto gastroenterico e migliorano la qualità delle feci;
- ▶ **integrazione vitaminico/minerale ai massimi livelli:** consente di creare un effetto barriera contro le principali malattie grazie a un efficiente sistema immunitario che aiuta il cane a mantenersi sempre in splendida forma.




GOLOSI SMALL CROC. Tra le nuove proposte nate sotto l'etichetta *Golosi Food Generation Nutraceuticals Formula*, due alimenti dedicati al cane adulto di

taglia medio-piccola e grande meritano particolare attenzione: il primo è *Golosi Small croc*, un alimento completo, bilanciato e altamente digeribile, per cani adulti di taglia piccola e media, dall'elevata inclusione di carni bianche che consente di apportare proteine a elevato valore biologico e di fornire un pasto leggero e delicato per questa tipologia di soggetti molto attivi e dal veloce metabolismo.

La corretta integrazione vitaminico-minerale e l'ottimo rapporto calcio/fosforo di *Golosi Small croc* permettono uno sviluppo armonico di tutto l'apparato muscolare e scheletrico. Inoltre l'integrazione di carnitina (che contribuisce a regalare maggiore vivacità tenendo sotto controllo il peso) e l'utilizzo di nutraceutici (malva come regolatore intestinale e antinfiammatorio naturale, estratto di rosmarino come antiossidante naturale in grado di contrastare i radicali liberi) e probiotici FOS (per un equilibrio digestivo e per sviluppare anticorpi a livello intestinale) contribuiscono, in modo tutto naturale, ad assicurare un ottimale stato di benessere del cane adulto di taglia piccola e media.



GOLOSI BIG CROC. Pensato su misura per il cane adulto di taglia grande, invece, è *Golosi Big croc*, alimento completo e bilanciato con una crocchetta dalla forma appositamente studiata per i cani big size,

altamente digeribile e realizzata con ingredienti (come il tacchino e l'orzo) che apportano proteine a elevato

valore biologico. Il meglio, insomma, per i cani che vivono principalmente all'aperto e hanno assoluto bisogno di trovare un equilibrio tra attività e apporto energetico.

La corretta integrazione vitaminico-minerale di *Golosi Big croc* permette un mantenimento armonico di tutto l'apparato muscolare e scheletrico, aspetto molto delicato in questa tipologia di soggetti.

L'utilizzo di condroitina e glucosamina (per un'ottimale protezione delle articolazioni), nutraceutici (rododendro come eccellente antinfiammatorio articolare e antiossidante naturale, estratto di rosmarino come antiossidante naturale che combatte i radicali liberi) e probiotici FOS (per l'equilibrio digestivo oltre che per sviluppare anticorpi a livello intestinale) contribuisce, in modo tutto naturale, ad assicurare un ottimale stato di benessere ai nostri fedelissimi amici.

I prodotti *Golosi Food Generation Dog* sono proposti in accattivanti e innovativi pack salvafreschezza nei formati da 3 e 15 kg. *Golosi Food Generation*: la qualità concreta. (J.B.) ●

## DOGS

### GOLOSI FOOD GENERATION

Top food for the health and well-being of pets of all breeds by Zoodiaco

Zoodiaco is a leading company in the pet sector, and its philosophy is dedicated to the pet's well-being: according to this principle, the company offers *Golosi Food Generation Nutraceuticals Formula* line. It is an innovative concept, featuring dry products containing innovative natural substances with a beneficial action on health as far as prevention and treatment are concerned.

Nutraceuticals Formula uses nutraceutical elements specific for each product, with beneficial effects on the pet's health: this clearly shows the attention Zoodiaco researchers pay to the development of the range, trying to provide specific solutions to the different needs connected with dog's nutrition according to physiological condition and activity level.

**FOUR ADVANTAGES.** *Golosi Food Generation Nutraceuticals Formula* is a broad range including nine Dog products, in order to meet every need at best, from the needs of small puppies to the needs of sporting dogs. All products respect four elevated nutritional features:

- **Meat as first ingredient:** in all recipes, meat is the main protein source (it is the first ingredient of the list), because it respects the pet's real nature. Thanks to elevated percentages of meat, the product is extremely attractive and digestible;

- **No artificial preserving, colouring and flavouring agents:** the line is completely natural: the product is preserved thanks to the combination of different elements with an antioxidant action, which prevents fats from going rancid and fights free radicals;

- **Fos probiotics (fructo oligosaccharides):** they are very important for the digestive balance: Fos support the growth of good intestinal bacterial flora, reducing the development of pathogens and improving the immune defence of gastroenteric tract. Moreover, they improve the quality of excrements;

- **Best vitamin/mineral supplement:** it creates a barrier effect against the main diseases, thanks to an effective immune system that preserves the dog's health.

**GOLOSI SMALL CROC.** Among the new products of *Golosi Food Generation Nutraceuticals Formula* line, there are two interesting products dedicated to small-medium adult dogs. *Golosi Small Croc* is the complete, balanced and digestible product for adult small-medium dogs featuring an elevated percentage of white meat, which provide proteins with an elevated biological value. It is a light and delicate product for active dogs with a fast metabolism.

Thanks to correct vitamin-mineral supplement and to calcium-phosphorus quantities, *Golosi Small croc* support the correct development of muscles and bones. Carnitine (increase the dog's liveliness controlling the weight), nutraceuticals (mallow regulates intestine and it is a natural anti-inflammatory product; rosmariny extract as natural antioxidant that can fight free radicals) and Fos probiotics (support digestive balance and develop intestinal antibodies) help preserve the best well-being of adult small-medium dogs.

**GOLOSI BIG CROC.** *Golosi Big croc* is dedicated to large dogs. It is the complete and balanced food featuring a specific kibble suited for large dogs, which is extremely digestible. The ingredients (turkey and barley) provide proteins with an elevated biological value. The best product for dogs living outdoors that need to find a balance between activity and energy intake.

Thanks to correct vitamin-mineral supplement and to calcium-phosphorus quantities, *Golosi Big croc* support the correct development of muscles and bones, which are very delicate for large dogs.

Chondroitin and glucosamine (protection of articulation), nutraceuticals (rhododendron has an anti-inflammatory action on articulation, and it is a natural antioxidant; rosmariny extract as natural antioxidant that can fight free radicals) and Fos probiotics (support digestive balance and develop intestinal antibodies) help preserve the best well-being of adult large dogs.

*Golosi Food Generation Dog* products are available in innovative and attractive freshness-preserving 3 and 15kg packages. *Golosi Food Generation*...real quality.



# LEISHMANIOSI: MONITORAGGIO CAPILLARE

Perché è diventato così importante conoscere e prevenire la leishmaniosi canina?

Intervista a Luigi Gradoni



**MSD**  
Animal Health

INTERVET ITALIA SRL  
via F.lli Cervi snc, Centro Direzionale  
Milano Due - Palazzo Borromini  
20090 Segrate (MI)  
tel. 02516861, www.scalibor.it

NEL programma di prevenzione per il controllo della trasmissione di *Leishmania infantum*, promosso da MSD Animal Health, è centrale lo studio condotto dall'Istituto Superiore della Sanità in collaborazione con l'European Centre for Disease Prevention and Control (Centro Europeo di Prevenzione e Controllo

delle Malattie Trasmissibili).

A questo proposito abbiamo incontrato il professor Luigi Gradoni (nella foto), direttore del reparto di malattie trasmesse da vettori e sanità internazionale, del dipartimento malattie infettive, parassitarie e immunomediate dell'Istituto Superiore di Sanità.

**Dottor Gradoni, come è nata l'esigenza di monitorare in modo capillare il territorio italiano per individuare le aree a rischio leishmaniosi?**

Attraverso l'European Centre for Disease Prevention and Control, la Comunità Europea ha lanciato un programma dedicato alle

malattie trasmesse da vettori, sulla base dell'evidenza dell'espansione di tali patologie e dell'aumento della loro importazione da altri Paesi: tra queste, la leishmaniosi è stata considerata prioritaria. Attraverso il Programma Europeo, l'Istituto Superiore di Sanità (ISS), che ha la capacità di verificare con criteri scientifici e rigorosi la distribuzione sul territorio della patologia nel cane, si è impegnato a sorve-

gliare e a mappare con un monitoraggio continuo la diffusione del vettore. In tal modo la comunità scientifica italiana è in grado di fornire dati aggiornati e realistici ai centri europei dedicati al monitoraggio. Il monitoraggio è un'attività fondamentale, perché



OLTRE 6.000 DOWNLOAD IN 3 MESI! SCARICA ANCHE TU LA SCALIBOR®MAP APP.

L'applicazione è disponibile gratuitamente sull'app store di iTunes sia per iPhone sia nel formato per iPad.

MORE THAN 6,000 DOWNLOADS IN 3 MONTHS. DOWNLOAD THE SCALIBOR®MAP APP, TOO.

The app is free and available for iPhone and iPad. Find it in the iTunes app store.



## DOGS

### LEISHMANIASIS: THOROUGH CONTROLS

Why is learning about and preventing leishmaniasis so important? Interview with Luigi Gradoni

The prevention program that MSD Animal Health is promoting to control *Leishmania infantum* is based on a study that the Istituto Superiore della Sanità (the leading technical and scientific public body of the Italian National Health Service) is carrying out in collaboration with the European Centre for Disease Prevention and Control.

We have met professor Luigi Gradoni, director of the division of vector-borne diseases and international health, the department of infectious, parasitic and immune immediate diseases at the Istituto Superiore della Sanità.

**Doctor Gradoni, why is it necessary to monitor thoroughly the Italian territory to detect the areas at leishmaniasis risk?**

Through the European Centre for Disease Prevention and Control, the European community has started a program concentrating on vector borne diseases, considering that such pathologies are spreading evidently and that they are often imported from other countries: one of these is leishmaniasis, which is considered as first priority. Following the European Program, the Istituto Superiore di Sanità (ISS) - which has the faculty to verify the distribution of the pathology on dogs all over the Italian territory with scientific and rigorous criteria - is engaged in detecting and mapping the vector diffusion periodically. This way, the Italian scientific community can supply updated and sound information to the European centres working to monitor with us. This is a fundamental activity since in these days - and very quickly - areas that used not to be endemic are becoming endemic also in small territories.

**And why areas where leishmaniasis was absent have now become endemic?**

We must consider some important changes. In recent years phlebotomi, vectors of *Leishmania infantum*, that are quite sensitive to temperature variations, have found new territories to conquer in the northern part of Italy and some internal regions. We must also remember that the dog population has grown a lot, as well as also the movements that pets make in those regions, especially in the period in which vector insects are active, i.e. summer. It is therefore important to inform the pet owners about possible infection risks by mapping the areas where phlebotomi are active.

**How many Italian towns and cities are involved?**

According to the analysis of the serological controls that institutes for animal disease prevention, universities and the Superiore di Sanità carried out on over 500,000 serological samples, endemic dog leishmaniasis is detected in about 2,600 Italian towns and cities, i.e. 32.4% of the total.

**Compared to some years ago, has the number of endemic towns grown?**

The general data of the decade 1990-2000 have been confirmed: the Tyrrhenian, Ionian and insular coasts are the most affected; indeed, the rate of "positive" towns in those territories varies from 73% to 92%. Nevertheless the problem is spreading in central Italy, heading for the hills and piedmont areas in Tuscany, Umbria and Marches. The diffusion in the hills and piedmont areas of northern Italy - proven in the period 2003-2005 with the tests on some twenty endemic hotbeds from Piedmont to Veneto - has further increased: 160 towns were positive in Piedmont and Valle d'Aosta, 29 in Lombardy and 79 from Veneto to Trentino and Friuli-Venezia Giulia.\*

The general situation of the areas considered at leishmaniasis risk is well expressed in the tools that the Scalibor® collar is offering to the dog owners: the pocket size road map and the brand new app for iPhone and iPad, conceived to support people travelling with their pets.

\* The reasonable validity of those data depends on a range of factors, such as: diagnosis reliability; repeated confirmation of infect dogs in the analysed towns; climate conditions that encourage the presence of the vector (phlebotomus); certified presence of infected dogs also in neighbour towns with the same climate conditions.

attualmente, con grande rapidità, zone tradizionalmente non endemiche diventano endemiche, anche in piccoli territori. **E perché zone in cui era assente la leishmaniosi oggi sono diventate endemiche?**

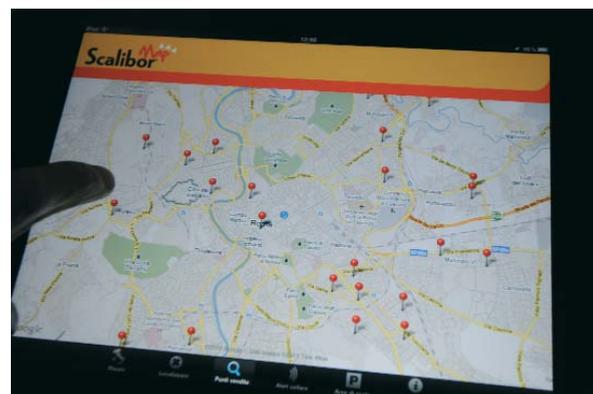
Dobbiamo considerare alcuni cambiamenti importanti. Negli ultimi anni i flebotomi, o pappataci, vettori di *Leishmania infantum*, molto sensibili alle variazioni della temperatura, hanno trovato nelle zone settentrionali dell'Italia o nelle aree interne del centro nuovi territori da colonizzare. Va poi ricordato che il numero dei cani di proprietà è molto aumentato, così come sono aumentati gli spostamenti di questi animali tra le varie regioni, soprattutto nel periodo di attività degli insetti vettori, ovvero quello estivo. È importante, dunque, che i proprietari siano informati del possibile rischio di infezione attraverso una mappatura delle zone dove è presente il flebotomo.

#### Quanti sono i comuni italiani interessati?

Secondo l'analisi degli accertamenti sierologici condotti negli ultimi sei anni da istituti zooprofilattici, università e Istituto Superiore di Sanità su oltre 500.000 campioni sierologici, la presenza di leishmaniosi canina endemica è stata accertata in circa 2600 comuni, pari al 32,4% del totale.

#### Rispetto a qualche anno fa sono aumentati i comuni endemici?

È stato confermato il dato generale rilevato nel corso del decennio 1990-2000, che vedeva le aree costiere tirreniche, ioniche e insulari come le più colpite: la percentuale dei comuni "positivi" in tali territori, infatti, varia dal 73% al 92%. Si assiste però a un'espansione in Italia centrale verso le aree collinari e pedemontane interne di Toscana, Umbria e Marche. La diffusione verso le aree collinari e pedemontane del Nord Italia, dimostrata nel periodo 2003-2005 con l'accertamento di una ventina di focolai endemici dal Piemonte al Veneto, risulta ulteriormente ampliata: 160 comuni riscontrati positivi in Piemonte e Valle d'Aosta, 29 in Lombardia e 79 tra Veneto, Trentino e Friuli-Venezia Giulia.\*



Il quadro generale delle aree considerate a rischio leishmaniosi è rappresentato dagli strumenti messi a disposizione dei proprietari di cani da Scalibor® Collare: la pratica cartina stradale tascabile e la nuovissima app per iPhone e per iPad, utilissime per coloro che viaggiano con il proprio cane. (M.C.) ●

\* La ragionevole certezza di questi dati dipende da una serie di fattori, tra cui: l'affidabilità della diagnosi, il riscontro ripetuto di cani infetti nei comuni analizzati; le condizioni climatiche favorevoli alla presenza del vettore (pappataci); la presenza accertata di cani infetti anche in comuni contigui aventi le stesse caratteristiche climatiche.

# PASSANO GLI ANNI

Senior Consult Mature di Royal Canin

è l'alimento umido ideale per la dieta del cane anziano

**ROYAL CANIN**

ROYAL CANIN ITALIA SRL  
www.royalcanin.it  
info@royal-canin.it  
numero verde 800-801106

QUELLA dei cani anziani è una popolazione consistente. Secondo alcuni recenti studi, infatti, il 30% dei cani che frequentano l'ambulatorio veterinario ha più di otto anni e la loro aspettativa di vita è in continuo aumento.

L'invecchiamento, nei nostri amici a quattro zampe proprio come succede agli uomini,

è un processo lento che finisce inevitabilmente per colpire a più livelli: cervello, cuore, reni, muscoli, ossa, articolazioni e metabolismo. Non solo: con il passare degli anni cresce anche lo stress ossidativo. Proprio a causa dell'età, infatti, la produzione di radicali liberi sovrasta le capacità antiossidanti dell'organismo.

Per mantenere il cane in salute anche quando il peso degli anni si fa sentire è necessaria una dieta appropriata, studiata su misura, che eviti gli eccessi. Una dieta, insomma, come quella garantita da *Senior Consult Mature* di Royal Canin, l'alimento umido pensato appositamente per rispondere in modo efficace alle mutate esigenze nutrizionali del cane anziano: ideale per cani di tutte le razze dai sette anni d'età, è in vendita in pratiche lattine da 400 g.

Quali sono, però, i segni visibili di invecchiamento del nostro cane che devono farci decidere per un adeguato mutamento della sua dieta? Si tratta di "sintomi" che si fanno più evidenti un giorno dopo l'altro: il calo dell'interazione sociale, l'ingrignimento del pelo soprattutto intorno al muso e agli occhi, crescenti difficoltà di movimento e, soprattutto, difficoltà nella deambulazione dopo il risveglio. Bisogna anche fare attenzione alla perdita di tono e di resistenza muscolare, a una minore efficienza nell'assorbimento dei nutrienti, alla perdita di resistenza delle articolazioni, ai problemi dentali, alla pelle meno elastica, al pelo opaco.

**BENEFICI NUTRIZIONALI.** La migliore risposta nutrizionale a tutte le nuove esigenze e ai problemi legati all'età è *Senior Consult Mature*, il prodotto ideale per accompagnare il nostro cane dalla maturità all'età avanzata.

Molti, e tutti importanti, i benefici nutrizionali assicurati da *Senior Consult Mature*, che possono essere così sintetizzati:

- ▶ adattamento dell'apporto energetico, ottenuto ottimizzando il rapporto tra grassi e proteine a favore di queste ultime;
- ▶ stimolo della sintesi proteica e conseguente inibizione del processo degenerativo dei muscoli scheletrici grazie all'apporto dell'aminoacido leucina;
- ▶ contrasto del danno a carico delle cellule dovuto all'attacco dei radicali liberi grazie all'integrazione con vitamina C, vitamina E, taurina, luteina, licopene e polifenoli;
- ▶ azione antinfiammatoria sulle articolazioni e contenimento della tendenza a ingrassare.

Inoltre, vale la pena di sottolineare che l'adeguato apporto di potassio, sodio e magnesio assicurato da *Senior Consult Mature* fornisce una reale protezione dell'attività cardiaca e renale, mentre il contenuto di EPA/DHA ad azione antinfiammatoria aiuta la protezione delle cartilagini. Per concludere, la presenza di fosfolipidi e aminoacidi particolari come il triptofano contribuisce a mantenere l'integrità del sistema nervoso e fornisce supporto alle capacità cognitive. (J.B.) ●



## DOGS

### YEARS GO BY

*Senior Consult Mature* is the moist Royal Canin food developed for elderly dogs

The population of elderly dogs is quite large. According to recent studies, 30% of dogs that attend vets are over eight and their life expectancy is growing.

Aging, in dogs as in humans, is a slow process that inevitably affects many aspects: brain, heart, kidneys, bones, joints and metabolism. Moreover, the oxidant stress increases - free radicals overcome the body's antioxidant ability.

To maintain the dog healthy also in the elderly age, an appropriate diet is fundamental. Royal Canin developed *Senior Consult Mature*, a moist food designed to meet the changing nutritional demands of elderly dogs: excellent for all breeds from seven years of age, it comes in 400g cans.

What are the visible signs of dog aging that show the demand for a different diet? They are "symptoms" that become evident day after day: low social interaction, hair around the snout and eyes getting grey, awkward movements and, above all, difficult deambulation when the dog wakes up. And also lower muscle tone and resistance, decreased ability to absorb nutrients, joint weakness, dental problems, less elastic skin and dull coat.

**NUTRITIONAL BENEFITS.** An excellent nutritional solution for those new demands and aging troubles is *Senior Consult Mature*.

The nutritional benefits are many and all equally important: - adequate energy amount through a well balanced blend of fats and proteins;

- stimulated protein synthesis and subsequent inhibition of the degenerative process of skeletal muscles thanks to the intake of the leucine amino acid;

- control of the cell damage that free radicals cause thanks to the supplemented vitamin C, E, taurine, lutein, lycopene and polyphenols;

- anti inflammatory action on the joints and weight control.

The good amount of potassium, sodium and magnesium that *Senior Consult Mature* contains protects the heart and renal activities; the supplemented EPA/DHA has an anti inflammatory action that protects cartilages. Last but not least, specific phospholipids and amino acids like triptophan contribute to keep the nervous system healthy and support the cognitive capability.

# FRONTLINE Combo®

## ✓ Quiz

### METTITI ALLA PROVA!

Scegli l'unica risposta corretta, le altre sono completamente sbagliate. Le soluzioni sono in fondo alla pagina.

**1** Se applico FRONTLINE Combo® sul cane e ho anche un gatto, quali sono i rischi per lui?



- A Nessuno perché FRONTLINE Combo® non contiene permetrine
- B Tenere il gatto separato per almeno 12 ore
- C Tenere il gatto separato per almeno 24 ore

**2** Posso applicare FRONTLINE Combo® subito dopo un bagno?

- A Sì, subito
- B No, devo aspettare almeno 12 ore affinché l'animale sia ben asciutto
- C No, devo aspettare almeno 48 ore in modo che i grassi della pelle a cui si lega il prodotto siano nuovamente distribuiti



**3** Le pulci adulte che vivono sulla pelle del cane e del gatto che percentuale rappresentano del problema complessivo?



- A Il 100% del problema
- B Il 50% perché il restante 50% è rappresentato dalle uova e larve distribuite nella casa [cuccia, tappeti, divani, letti ...]
- C Il 5% perché il restante 95% è rappresentato dalle uova e larve distribuite nella casa [cuccia, tappeti, divani, letti ...]

**4** In una zona a rischio di Leishmaniosi, in quale periodo del giorno e dell'anno è maggiormente attivo l'insetto che trasmette la malattia?

- A Da mezzanotte alle 4 di mattina, da giugno a ottobre
- B Dal tramonto a mezzanotte, da maggio a settembre
- C Tutto il giorno, da maggio a settembre



**5** In Italia le zecche trasmettono più di tre diverse gravi malattie, potenzialmente mortali; dopo quanto tempo dalla loro salita sul cane e/o gatto iniziano mediamente a trasmetterle?



- A Dopo 48 ore
- B Dopo 3 giorni
- C Dopo 5 giorni



Soluzioni:  
1. A 2. C 3. C 4. A 5. A 6. A  
7. B 8. B 9. C 10. C

**6** Ho trattato correttamente il cane e/o il gatto con FRONTLINE Combo® ma vedo delle zecche: come mai?



- A Sono zecche appena salite e che moriranno entro 48 ore
- B Sono zecche appena salite e che moriranno entro 60 ore
- C Sono zecche appena salite e che moriranno entro 72 ore

**7** Per quanto tempo FRONTLINE Combo® protegge contemporaneamente il cane dalle pulci e dalle zecche?



- A Per 1 mese
- B Per 3 settimane
- C Per 2 settimane



**8** Come applico FRONTLINE Combo® sul cane e sul gatto?



- A Direttamente sulla pelle, aprendo bene il pelo
- B Direttamente sul pelo
- C Metà pipetta sulla pelle e metà pipetta sul pelo

**9** Posso applicare FRONTLINE Combo® sulla cagna o la gatta gravida?

- A No, mai
- B Sì, ma dopo la 4a settimana di gravidanza
- C Sì, sempre in qualsiasi momento della gravidanza



**10** Posso applicare FRONTLINE Combo® su una cagna o su una gatta che sta allattando una cucciolata?

- A Sì, ma solo dopo 3 giorni dal parto
- B Sì, ma solo dopo 2 settimane dal parto
- C Sì, in qualsiasi momento della lattazione



Per maggiori informazioni clicca su:  
[www.frontlinecombo.it](http://www.frontlinecombo.it)



# UNITI PER L'EUROPA

A Zoomark International 2011 l'annuncio della partnership fra Camon spa e United Pets srl



CAMON SPA  
via Lucio Cosentino 1  
37041 Albaredo d'Adige (VR)  
tel. 0456608511, fax 0456608512  
www.camon.it, camon@camon.it



UNITED PETS®  
UNITED PETS SRL  
viale Certosa 46, 20155 Milano  
tel. 023927041, fax 0239219774  
www.unitedpets.it, info@unitedpets.it

È NATA una nuova partnership nel mondo pet: Camon spa e United Pets srl hanno annunciato, a Zoomark International 2011, la decisione di procedere a una partnership operativa attraverso l'acquisizione, da parte di Camon spa, del 25% del capitale di United Pets srl.

La scelta di rendere pubblico l'accordo proprio durante il salone svoltosi a BolognaFiere lo scorso maggio non è certo casuale: in questo modo l'evento ha potuto godere della grande risonanza offerta dal palcoscenico internazionale della fiera dedicata al pet market.

"Questa mossa strategica si concretizza dopo diversi mesi di incontri tra le due società: è il risultato di una comune visione commerciale mirata a cogliere le opportunità di un mercato in continua evoluzione", spiega Roberto Canazza, amministratore unico di Camon.

"L'obiettivo della partnership è quello di beneficiare di sinergie commerciali e distributive non solo in Italia, ma anche nel resto d'Europa e del mondo, sfruttando le peculiarità di entrambe le aziende", gli fa eco Costantino Psilogenis, managing director di United Pets. La sinergia che si andrà a creare sarà, in particolare, fra l'attenzione al design e alla unicità dei prodotti United Pets e le capacità logistiche e distributive di Camon. Grandi strette di mano negli stand delle due aziende a Zoomark International 2011, dove si sono mossi i primi passi dell'accordo commerciale, tenuto a battesimo con la collaborazione di Mauro Carraro, management consultant Camon, Mario Cavestro, direttore commerciale Camon, Gabriele Peotta, direttore vendite Italia Camon, Cristina Rivolta, cofondatrice

e product development United Pets, e Susanna Aglietti, marketing commerciale United Pets.

"Camon è un'azienda consolidata, nata 26 anni fa nel comparto accessori cane e gatto", spiega Roberto Canazza.

"Abbiamo sempre cercato di offrire una gamma completa anche attraverso accordi importanti con altre realtà. In pochi anni la solidità, la completezza dell'offerta e l'affidabilità Camon hanno conquistato non solo il mercato italiano, del quale l'azienda detiene una fetta importante, ma anche parte dei più importanti mercati europei."

"Con Costantino tutto è nato pochi mesi fa", continua Canazza. "Ci siamo parlati e abbiamo capito di pensarla allo stesso modo. Siamo convinti che il mercato stia cambiando, le aziende devono da un lato proporre prodotti efficaci, dall'altro avere l'organizzazione efficiente. È proprio questo che mettiamo insieme: le idee innovative di United Pets, che nel mercato ha saputo creare quello che prima non c'era, e la capacità organizzativa e distributiva di Camon."

L'obiettivo comune delle aziende è il mercato europeo, ecco quindi nascere una forza nuova per presentare a livello



DA SINISTRA: SUSANNA AGLIETTI, MARKETING COMMERCIALE UNITED PETS; MARIO CAVESTRO, DIRETTORE COMMERCIALE CAMON; MAURO CARRARO, MANAGEMENT CONSULTANT CAMON; COSTANTINO PSILOGENIS, MANAGING DIRECTOR DI UNITED PETS; ROBERTO CANAZZA, AMMINISTRATORE UNICO DI CAMON; GABRIELE PEOTTA, DIRETTORE VENDITE ITALIA CAMON; ADOLFO SOMIGLIANA, COORDINATORE DI HOBBY ZOO; CRISTINA RIVOLTA, COFONDATRICE E PRODUCT DEVELOPMENT UNITED PETS

FROM LEFT: SUSANNA AGLIETTI, TRADE MARKETING UNITED PETS, MARIO CAVESTRO, CAMON SALES DIRECTOR, MAURO CARRARO, CAMON MANAGEMENT CONSULTANT, COSTANTINO PSILOGENIS, UNITED PETS MANAGING DIRECTOR, ROBERTO CANAZZA, CAMON SOLE DIRECTOR, GABRIELE PEOTTA, CAMON ITALIA SALES DIRECTOR, ADOLFO SOMIGLIANA, HOBBY ZOO COORDINATOR, CRISTINA RIVOLTA, UNITED PETS CO-FOUNDER AND PRODUCT DEVELOPMENT UNITED PETS

## PET WORLD

### UNITED FOR EUROPE

The partnership between Camon spa and United Pets srl was announced during Zoomark International 2011

There is a new partnership in the pet sector: Camon spa and United Pets srl. At Zoomark International 2011 they announced the establishment of an operational partnership through the buyout of 25% of United Pets srl capital by Camon spa.

The companies decided to announce the partnership during the exhibition held in BolognaFiere last May: the announcement caused sensation, thanks to the international stage of the pet exhibition.

"The decision was made after several meetings between the companies: it is the result of our shared commercial view, which aims at taking the opportunity offered by an ever-evolving market", explains Roberto Canazza, Camon sole director.

"Our partnership aims at taking advantage of commercial and distributing strategies in Italy, Europe and abroad, thanks to the experience of both companies", says Costantino Psilogenis, United Pets managing director.

In particular, the attention for design and unique products of United Pets will be combined with Camon logistics and distributing skills. The first steps of the commercial agreement were made at the companies' stands during Zoomark International 2011, with Mauro Carraro, Camon management consultant, Mario Cavestro, Camon sales director, Gabriele Peotta, Camon Italia sales director, Cristina Rivolta, United Pets co-founder and product development United Pets, and Susanna Aglietti, trade marketing United Pets.

"Camon is a well-established company, born 26 years ago in the sector of accessories for cats and dogs", explains Roberto Canazza. "We have been providing a complete range of products, also through important agreements with other companies. In few years, complete range and Camon reliability conquered not only the Italian market, but also part of the most important European markets".

"Everything began some months ago with Costantino", says Canazza, "we talked and we understood that our vision was shared: the market is changing, and companies must offer effective products as well as an effective distributing structure. This is why we combine United Pets innovatory ideas, which created what did not exist, with the distributing and organizational skills by Camon".

The common goal of the two companies is the European market: they will be able to present their best brands with an effective distributing channel and a complete range of products.

"United Pets was born in 1999 with the aim of developing unique products, introducing the experience from other sectors into the sector of pet products", explains Costantino Psilogenis. "Twelve years ago we were pioneers, we started with marketing researches to decide our strategy. The market offered low-quality products at convenient price, or premium products: the intermediate range was missing. United Pets features researches on the design of materials, on finishing and on product development, with special attention to customers looking for beautiful products for their pets and for the environment. Now we have found the perfect partner to increase our potential. Our point of strength is design, and with Camon we can reach areas our logistics alone could not reach".

The owners promise that the two companies will be complementary, without product overlap. There might be operational changes, but they will improve the companies.

What is Canazza and Psilogenis slogan to underline their partnership? "United to conquer the market" they answer.

internazionale il meglio dei due marchi con un solido pacchetto distributivo e un assortimento completo di prodotti. "United Pets nasce nel 1999 con l'obiettivo di sviluppare prodotti unici, travasando nel pet l'esperienza di design di altri settori", spiega Costantino Psilogenis. "Dodici anni fa eravamo dei pionieri, abbiamo iniziato facendo delle ricerche di mercato per capire cosa si poteva fare in questo settore. Ci siamo subito accorti che i prodotti esistenti erano di scarsa qualità e avevano prezzi molto convenienti, oppure venivano venduti articoli di lusso. Insomma, non c'era una fascia intermedia. United Pets si è da subito contraddistinta per la ricerca nel design, nei materiali, nelle finiture, nello studio dei prodotti, con un'attenzione particolare verso i consumatori che volevano articoli belli per i loro animali e gradevoli nell'ambiente domestico. Ora abbiamo avvertito l'esigenza di trovare un partner che ci permettesse di compiere un salto di qualità. La nostra forza è il design, con Camon possiamo approdare dove la nostra organizzazione logistica non è in grado di arrivare."

Le due aziende, promettono i titolari, saranno complementari, senza sovrapposizioni di prodotto. A livello operativo potranno esserci cambiamenti, ma solo in meglio. Per concludere, chiediamo a Canazza e Psilogenis uno slogan per sottolineare la loro partnership. "Uniti per conquistare il mercato" è la risposta. (L.D.) ●



# I vostri amici a QUATTRO ZAMPE meritano IL MEGLIO

 **NUOVA FATTORIA** s.r.l.  
Dog & Cat Food



Ghedi (BS) - Italia - Via Industriale, 70  
Tel. +39 030 9032308 030 9057577  
Fax +39 030 9031460  
info@nuovafattoria.com

# CONCETTO AD HOC

Vita Life® e Vita Basic®:  
da Vitakraft, umidi, secchi e snack funzionali correlati



I PROPRIETARI di gatti sono particolarmente attenti alla tollerabilità e all'appetibilità del pasto che offrono al loro amico a quattro zampe. Per far fronte a queste richieste, i veterinari e i nutrizionisti di Vitakraft hanno sviluppato una filosofia alimentare che si distingue per questi plus:

- ▶ concetto ad hoc che offre l'alimento umido, il secco e gli snack funzionali correlati;
- ▶ gamma di prodotti con descrizioni chiare;
- ▶ assortimento ottimale per gatti di tutte le età;
- ▶ appetibilità molto elevata;
- ▶ prezzi al consumo interessanti;
- ▶ assenza di aromi artificiali, coloranti e conservanti.

*Vita Life*® è un alimento superpremium caratterizzato non solo dall'eccellenza degli ingredienti e da standard qualitativi elevati, ma anche dalla capacità di soddisfare le diverse esigenze nutrizionali in base all'età e allo stile di vita dei gatti.



Il cliente può scegliere fra secco e umido, entrambi altamente tollerati e appetibili. L'alimento secco è prodotto senza sale, zucchero o soia, mentre l'umido non contiene zuccheri aggiunti.

PRODOTTI SPECIFICI PER FABBISOGNI DIVERSI. La gamma *Vita Life*® gatti racchiude prodotti specifici per i diversi fabbisogni alimentari e le diverse età (*Kids*, *Adult* e *Best Age*) e comprende:

- ▶ *Vita Life*® *Inoor*, ideale per i gatti che vivono in casa e hanno un fabbisogno energetico contenuto. L'estratto di yucca riduce gli odori sgradevoli di feci e urina, mentre gli ingredienti pregiati favoriscono la cura della pelle e del pelo;
- ▶ *Vita Life*® *In & Outdoor*, particolarmente indicato per i gatti attivi che vivono sia in casa sia fuori. L'aggiunta di β-glucani rafforza le difese naturali dell'organismo e il sistema immunitario e una combinazione ottimale di minerali minimizza il rischio della formazione di calcoli renali e alla vescica.
- Vi sono inoltre anche tre prodotti *Vita Life*® per soddisfare esigenze nutrizionali specifiche, e cioè:
- ▶ *Vita Life*® *Sensitive*, alimento ipoallergenico per gatti con un sistema digestivo delicato, con fonti di proteine e carboidrati selezionate per prevenire i sintomi allergici;



- *Vita Life® Stop Hairball*, con un complesso di fibre naturali che favorisce le funzioni intestinali e l'eliminazione delicata del pelo ingerito;

- *Vita Life® Weight Control*, alimento dietetico a basso contenuto lipidico e calorico, con un livello ottimale di fibre (40% in meno di grassi rispetto a *Vita Life® In & Outdoor Adult*). *Vita Life®* umido è offerto sia nella versione *Indoor*, sia in quella *In & Outdoor* per le tre fasce di età. *Vita Life®* umido è un prodotto a due strati, disponibile in diverse varianti, con l'aggiunta di ingredienti funzionali come la taurina per la vista o la vitamina E e il selenio per favorire la protezione delle cellule. I gustosi snack porzionati in gelatina su una mousse delicata sono una prelibatezza per tutti i gatti, e questa tipologia di prodotto è stata affiancata da quattro gusti di bocconcini in jelly.

TANTE ALTRE POSSIBILITÀ DI SCELTA. In aggiunta all'alimento principale *Vita Life®*, il popolare snack *Cat-Stick® Mini* è disponibile ora in nuovi gusti con funzionalità specifiche:

► *Vita Life® Cat-Stick® Mini Odour Stop* con estratto di yucca, per contenere la formazione di odori sgradevoli, in due gusti;



► *Vita Life® Cat-Stick® Mini Immune Active* con preziosi β-glucani, per rafforzare le difese dell'organismo. Anche questo snack è disponibile in due varianti;

► *Vita Life® Cat-Stick® Mini Low Fat*, l'irresistibile snack con carne di tacchino ricca di proteine e L-carnitina per sostenere la funzionalità cardiaca e facilitare la combustione dei grassi;

► *Vita Life® Cat-Stick® Mini Day & Night*, il premio ideale sia al mattino sia alla sera: *Cat-Stick® Mini Day* contiene L-carnitina ed erbe stimolanti, *Cat-Stick® Mini Night* è arricchito con erbe speciali per favorire l'igiene orale.

Infine, in aggiunta all'alimento per gatti superpremium *Vita Life® Vita Basic®*: equilibrato e di alta qualità, contiene tutte le sostanze nutrienti di cui necessitano quotidianamente i gatti adulti, ed è arricchito con acidi grassi essenziali, vitamine e minerali. *Vita Basic®* è disponibile anche porzionato in sacchetti da 100 g in tre gusti raffinati sottoforma di deliziose strisce in salsa.

(R.G.) ●

## CATS

### AD HOC CONCEPT

*Vita Life®* and *Vita Basic®*: moist, dry food and functional snacks by Vitakraft

Cat owners are extremely attentive to the meal's tolerability and attractiveness. That is why veterinarians and nutritionists at Vitakraft developed a nutritional philosophy featuring:

- ad hoc concept offering moist, dry food and functional snacks;
- complete range for cats of all breeds;
- elevated attractiveness;
- convenient consumer price;
- no artificial flavouring, colouring and preserving agents.

*Vita Life®* is a super premium product featuring excellent ingredients and elevated quality standards; moreover, it meets the different nutritional needs of cats according to age and lifestyle. Customers can choose between moist and dry products, which are extremely attractive and tolerable. Dry food products do not contain salt, sugar or soy, while moist products do not contain added sugar.

**SPECIFIC PRODUCTS FOR SPECIFIC NEEDS.** The range *Vita Life®* cats includes specific products according to the different energy needs and age (*Kids, Adult* and *Best Age*). The line includes:

- *Vita Life® Indoor*, suited for cats living indoor, since they need an average energy intake. Yucca extract reduces the foul odour of excrements, while fine ingredients support the care of skin and coat;
- *Vita Life® In & Outdoor*, specifically suited for active cats living indoor and outdoor. β-glucans strengthen the organism's natural defences and the immune system, while a mineral mix reduces the risk of calculi.

There are also three *Vita Life®* products that meet specific nutritional needs:

- *Vita Life® Sensitive*, hypo-allergenic food for cats with a delicate digestion. It contains selected sources of proteins and carbohydrates to prevent allergies;
- *Vita Life® Stop Hairball*, with a mix of natural fibres that support intestinal function and hair ball removal;
- *Vita Life® Weight Control*, diet food featuring low quantities of calories and fats and correct quantities of fibres (40% less fats compared to *Vita Life® In & Outdoor Adult*).

*Vita Life®* moist is available in *Indoor* and *In&Outdoor* version for the three life stages. *Vita Life®* moist is available in different versions, and it is supplemented with functional ingredients such as taurine for sight or vitamin E and selenium support cell protection.

The tasty snack in jelly with delicate mousse are a delicacy for all cats, and the range is completed by four products with morsels in jelly.

**PLENTY OF CHOICE.** Besides the main *Vita Life®* product, the popular *Cat-Stick® Mini* snack is now available in several flavours with specific functions:

- *Vita Life® Cat-Stick® Mini Odour Stop* with yucca extracts to prevent foul odours, available in two flavours;
- *Vita Life® Cat-Stick® Mini Immune Active* with precious β-glucans, to strengthen the organism's defences. This snack is available in two versions;
- *Vita Life® Cat-Stick® Mini Low Fat*, the irresistible meat snack with turkey (rich in proteins) and L-carnitine to support heart functionality and fat burning;
- *Vita Life® Cat-Stick® Mini Day & Night*, the ideal prize at any time. *Cat-Stick® Mini Day* contains L-carnitine and herbs, while *Cat-Stick® Mini Night* is supplemented with special herbs to support dental hygiene.

Besides the *Vita Life®* super premium food for cats, Vitakraft offers a new premium dry product for all cats over one year: *Vita Basic®*. This balanced and high-quality product contains all the necessary nutritional substances for the daily needs of adult cats. It is supplemented with essential fatty acids, vitamins and minerals. *Vita Basic®* is available in 100g bags: three fine flavours in delicious strips with morsels.



# IV SAN BERNARD DIFFUSION

Aprire un negozio in franchising.  
Ed entrare nella grande famiglia Iv San Bernard

**IV SAN BERNARD**  
DIFFUSION

ISB GROUP SRL  
via Limitese 112/116, 50053 Spicchio Vinci (FI)  
tel. 0571509106, fax 0571509618  
www.ivsanbernard.com  
info@ivsanbernard.com

FORMAZIONE, attrezzature e consigli. Con Iv San Bernard Diffusion, aprire un negozio dal nulla è davvero facile, perché significa poter lavorare senza dover consultare decine di cataloghi e avendo a disposizione una gamma di prodotti di elevata qualità, unici nel loro genere. Ma, soprattutto, significa poter contare sulla consolidata esperienza di un'azienda che è presente con successo da anni nel settore pet, al quale ha regalato tante innovazioni che hanno rivoluzionato la professione.

Iv San Bernard non ha bisogno di presentazioni. Chi non conosce l'azienda toscana di Vinci, le sue scuole, i suoi maestri e i suoi prodotti? Entrare in questa grande famiglia è

possibile, aprendo un negozio in franchising Iv San Bernard Diffusion. Ne abbiamo parlato con il titolare, Mirco Aringhieri.

"Iniziare dal nulla è facile perché Iv San Bernard offre una serie di opportunità per avviare il proprio negozio senza fatica. Prima di tutto, una formazione professionale che nessun altro può offrire; poi tutte le attrezzature di cui il negoziante ha bisogno, senza dover cercare altrove; inoltre, diamo consigli basati sulla nostra esperienza pluriennale, per un investimento mirato. E non ci sono dubbi: la nostra esperienza e le idee del cliente sono tutto quel che serve per avere in breve tempo una struttura personalizzata e funzionale. In più, grazie al nostro servizio di rendering è possibile vedere il negozio prima ancora che esista."

Un negozio monomarca in franchising Iv San Bernard Diffusion è facile da gestire anche perché comprare è semplicissimo, e non c'è "l'imbarazzo della scelta". "Il negoziante", spiega Aringhieri, "non dovrà consultare decine di cataloghi tutti uguali e potrà godere di tutti i vantaggi insiti nell'averne un unico fornitore. E il cliente potrà contare su un range completo di prodotti, ricchissimo per varietà, prezzi e misure."

Iv San Bernard offre poi una serie di servizi aggiuntivi per avere successo, quali assistenza continua e dedicata, supporto tecnico e formazione permanenti e in continua evoluzione, promozioni, offerte e sconti tutto l'anno, supporto per pubblicità e marketing. "Ma soprattutto", conclude Aringhieri, "quello che più conta, ovvero tutta l'esperienza Iv San Bernard e tutta la qualità Iv San Bernard al servizio di ogni nuovo affiliato." (A.O.) ●



# IV SAN BERNARD<sup>®</sup>

D I F F U S I O N

ENTRA NELLA FAMIGLIA IV SAN BERNARD!

**FACILE INIZIARE,  
FACILE AVERE SUCCESSO.**

CONTATTACI



IV SAN BERNARD<sup>®</sup>

D I F F U S I O N

IL FRANCHISING

Tel. +39 0571 509106 [info@ivsanbernard.it](mailto:info@ivsanbernard.it)  
[www.ivsanbernard.it](http://www.ivsanbernard.it)

# SOTTO I RIFLETTORI

Grande, interessante, spettacolare, pieno di novità:  
lo stand Iv San Bernard ha vissuto da guest star Zoomark International 2011



DOPO lo straordinario International Grooming Festival di Palermo, torna la vocazione allo spettacolo della Iv San Bernard che, con uno stand bellissimo, di ben 400 m<sup>2</sup>, ha sicuramente svolto un ruolo da protagonista a Zoomark International 2011.

La grande kermesse dell'universo pet, una delle manifestazioni di settore più importanti a livello mondiale, che si è svolta lo scorso maggio nei padiglioni della Fiera di Bologna, è arrivata alla sua 14ª edizione e ha visto un incremento del 15% dei visitatori provenienti da tutto il mondo. Per la Iv San Bernard la partecipazione a Zoomark International è stata, come sempre, un'ottima vetrina, una preziosa occasione non solamente per rivedere vecchi amici, clienti e collaboratori, ma anche un valido punto di incontro per conoscerne di nuovi. E sono stati davvero tanti! Sia gli agenti e i distributori italiani sia gli addetti all'export hanno infatti lavorato senza sosta per quattro

giorni consolidando contatti e stabilendone numerosi di nuovi e interessanti.

Lo stand era suddiviso in quattro parti, ognuna dedicata alle diverse tipologie di prodotti offerti da Iv San Bernard.

TANTI ASSI NELLA MANICA. A farla da padrone è stata senz'altro la cosmetica, tradizionale fiore all'occhiello dell'azienda italiana, grazie alle sue numerose linee destinate a rispondere davvero a qualsiasi esigenza. Molte, e tutte applaudite con entusiasmo dai visitatori, le novità 2010-2011: un posto in primo piano merita il profumo *Sexy Dog*, arricchito con vitamina B5, ma a pari merito ci sono anche il balsamo *Cristal Clean* per manti bianchi, il nuovo shampoo allo zolfo *Zolfo Plus* e, soprattutto la linea *Passione Nera*, una range completa, composta da shampoo, maschera, olio e profumo, arricchita con il preziosissimo olio di argan e resa ancora più attraente da un packaging accattivante.

Accanto alla cosmetica, l'altro asso nella manica della ISB è rappresentato dalle attrezzature professionali per toelettatori: in questo campo, a Zoomark International 2011 l'attenzione dei visitatori si è incentrata in particolar modo sulle intramontabili vasche in acciaio (che hanno subito un leggero restyling e dominavano con la loro bellezza e imponenza il padiglione 21), i phon (in occasione della fiera c'è stato il lancio del nuovo *Phon-Soffiatore Dryer Biturbo* e del soffiatore *Biturbino*), oltre che, naturalmente, sui mobili, sui tavoli e sull'ampia scelta di tosatrici, forbici e altri utensili professionali.

Al centro della scena, su una pedana bianca impreziosita da gigantografie artistiche dei prodotti e dei pezzi più eleganti e di design della linea di arredamento, c'erano poi le novità firmate ISB, prima fra tutte il mangime umido *Che Buono* che, in poco più di un anno, si è già ritagliato una buona fetta di clienti in un mercato sovraffollato come è appunto quello del food.

Ma anche la linea *Fashion Collection* si è arricchita di tanti nuovi articoli, e non solo fra i cappottini, ma anche per quanto riguarda i lettini e l'abbigliamento per groomer.

NEL "TEATRO DELLA MODA". A completare il prestigioso stand Iv San Bernard c'era poi uno spazio molto particolare, chiamato Teatro della Moda, che ha ospitato nel corso del weekend una serie di interessanti eventi che hanno richiamato moltissimi visitatori.





## DOGS & CATS

### IN THE SPOTLIGHT

Great, interesting, extraordinary and full of news: Iv San Bernard stand was the guest star at Zoomark International 2011

After the extraordinary International Grooming Festival in Palermo, Iv San Bernard show is back: with a beautiful 400m<sup>2</sup> stand, the company played a leading role at Zoomark International 2011.

The exhibition, one of the most important of the pet sector, was held last May at BolognaFiere for the 14<sup>th</sup> edition. The exhibition registered an increase of 15% in visitors from all over the world.

As usual, exhibiting at Zoomark International has been a great showcase for Iv San Bernard: it is a precious chance to meet old friends, customers and collaborators and a useful place to meet new friends...there were so many! Both Italian representatives, distributors and export operators have worked non-stop for four days, to strengthen previous contacts and to establish new and interesting ones.

The stand was divided into four parts and each of them was dedicated to the different types of products offered by Iv San Bernard.

**ACES IN THE HOLE.** Beauty products were the leading ones. Thanks to lines dedicated to every need, beauty products are the jewel of the Italian company. 2010-2011 news were many and extremely appreciated by visitors: from *Sexy Dog*, the perfume with B5 vitamin, to *Cristal Clean* white coat conditioners, *Zolfo Plus* shampoo with sulphur and the line *Passione Nera*. *Passione Nera* offers a complete range of products: shampoo, mask, oil and perfume enriched with argan oil and an attractive packaging.

Besides beauty products, the other ISB jewel is the line of professional tools for groomers. The attention of visitors at Zoomark International 2011 has focused on the evergreen steel tanks (which were slightly restyled and dominated Hall 21 with their beauty); dryers (new dryer blower *Dryer Biturbo* and blower *Biturbino* were launched at the exhibition); furniture; tables and a broad choice of clippers, scissors and other professional tools.

In the centre, on a white platform decorated with pictures of the most elegant pieces of furniture, there were the newest products by ISB: first of all *Che Buono* moist food, which conquered a relevant share on the market in one year only. *Fashion Collection* line offers several new products as far as coats, beds and grooming apparel are concerned.

**THE "FASHION THEATRE".** The spectacular show of Iv San Bernard at Zoomark International was completed by a special area called The Fashion Theatre, which hosted interesting events during the exhibition.

On Saturday and Sunday, Denys Lorrain and Marco Vaccaroni performed stripping, scissors grooming and finishing: they offered the best performance from their broad experience as groomers and world champions.

On Sunday, the area hosted Roberta Rossi at work: Roberta is one of Iv San Bernard grooming teachers, and owner of the grooming school in Bollate (MI).

On Sunday there was also a real show at Iv San Bernard stand. The company organized a real fashion show with three beautiful models and funny dogs dressed with the newest clothes from *Fashion Collection* line and with precious *Son of a Dog* collars by Ivana Spagna, who accepted to present the show together with Monique van de Ven.

Iv San Bernard stand offered the performance of Steven Tadros, export manager at ISB and excellent singer.

Once again, Iv San Bernard and its staff offered an excellent performance with a unique mix of image, skill, quality and plenty of passion. *Because we are us.*



Sabato e domenica Denys Lorrain e Marco Vaccaroni si sono alternati sul palco per dare dimostrazioni di stripping, taglio a forbici e finishing, offrendo al pubblico il meglio della loro pluriennale esperienza di toelettatori e campioni del mondo.

Domenica, inoltre, è stato possibile osservare al lavoro anche Roberta Rossi, una dei "maestri" Iv San Bernard, titolare della scuola di toelettatura di Bollate (MI).

Ed è stato proprio domenica che, allo stand Iv San Bernard, si è raggiunto il clou: c'è infatti stato spettacolo nel vero senso della parola, con tanto di applausi quando, sul palco, si è svolto un

autentico défilé di moda che ha visto protagonisti due stupende modelle e un magnifico modello accompagnati da simpaticissimi cani vestiti con i capi più nuovi della *Fashion Collection*, ulteriormente impreziositi dai collari firmati *Son of a Dog*, con la loro titolare, Ivana Spagna, che ha amichevolmente accettato di presentare la sfilata accanto a Monique van de Ven.

A dare ancora più lustro all'happening, infine, la performance di Steven Tadros, responsabile del reparto export, dalle notevoli doti canore.

Ancora una volta, insomma, la Iv San Bernard e il suo staff si sono dimostrati ottimi "animali da palcoscenico" in un mix unico di immagine, talento, qualità e tanta, veramente tanta passione. *Perché noi siamo noi.* (J.B.) ●



# Ecceellenza nella formazione...

## LE NOSTRE MATERIE DI INSEGNAMENTO:

- ◆ Psicologia canina
- ◆ Dermatologia
- ◆ Cosmetologia
- ◆ Tecniche di taglio a forbice e a macchinetta
- ◆ Stripping
- ◆ Idromassaggio / ozonoterapia
- ◆ Massaggio antistress
- ◆ Marketing

Perché **NOI** siamo





# ...eccellenza nel design

# NOI

## COSA OFFRIAMO:

- ◆ Professionalità
- ◆ Preparazione tecnica
- ◆ Tanta pratica



# CON IL PIEDE GIUSTO

Ripartono a settembre i corsi della Iv San Bernard.  
Per imparare e perfezionarsi nell'arte della toelettatura



ALLA Iv San Bernard sanno bene quanto sia difficile aprire un negozio di grooming e, soprattutto, partire con il piede giusto. Ma questo è il momento ideale per pensare alla propria formazione: sia per chi muove i primi passi e desidera imparare l'arte della toelettatura, sia per chi vuole migliorare il livello della propria professionalità.

Da settembre, infatti, tornano le diverse proposte del programma formativo Iv San Bernard,

l'azienda toscana che da oltre dieci anni offre corsi di toelettatura per principianti ed esperti, distinguendosi come un pioniere in un settore in cui l'educazione professionale è data troppo spesso per scontata.

**IL CORSO BASIC.** Prendiamo nota delle date: dal 19 settembre al 16 dicembre, nella sede dell'azienda a Vinci, la famosa Monique van de Ven terrà personalmente un corso Basic per avviare alla professione i nuovi toelettatori.

Monique non ha bisogno di presentazioni: è la storica esperta che porta in giro per il mondo il nome ISB. Recentemente si è vista all'opera durante l'ultima edizione di Zoomark International, a Bologna, dove si è impegnata in dimostrazioni varie, dal taglio all'idromassaggio sino alla sfilata di moda canina.

Il corso Basic fornisce al principiante tutti gli elementi teorici e pratici di base per affacciarsi con competenza al mestiere di toelettatore e per imparare a gestire il proprio negozio, consentendogli di accedere agli stadi successivi della formazione. Apprendendo il linguaggio tecnico e la gestualità, l'allievo impara a trattare gli animali secondo il metodo Iv San Bernard, praticando la toelettatura di base e i finishing più consueti per le diverse razze.

Il corso dura 12 settimane, con frequenza dal lunedì al venerdì (circa 7 ore al giorno divise fra mattina e pomeriggio) con una breve pausa per il pranzo. La didattica comprende una piccola parte teorica e, soprattutto, tanta pratica con cani e gatti, così da avere, fin dai primi giorni, un'idea molto chiara di cosa significhi, nel quotidiano, il lavoro di toelettatore.



**AGGIORNAMENTI E SPECIALIZZAZIONI.** Oltre al Basic, la scuola propone una serie di corsi di aggiornamento diversi per durata e focus (A Tu per Tu, Classic, Finishing, Corso Spa, Toelettatura e Marketing) per approfondire i diversi aspetti del mestiere ed essere sempre informatissimi sugli ultimi trend.

Molto interessante anche il corso di massaggio per cani, realizzato da Iv San Bernard con la collaborazione di Paola Rossi che, forte dell'esperienza pluriennale nel campo del massaggio sugli umani (ha frequentato l'Accademia Italiana di Shiatsu a Milano e seguito corsi di massaggio sportivo, ayurvedico e terapeutico), applica ora con successo le proprie conoscenze sugli amici a quattro zampe. Oltre che nella sede centrale di Vinci, Iv San Bernard ha aperto altre scuole in diverse zone d'Italia - Busseto (PR), Bollate (MI), Mestre (VE), Massa, Aversa (CE), Barletta (BT), Putignano (BA), Ragusa e Palermo - tutte gestite da groomer professionisti che hanno frequentato corsi intensivi con Monique van de Ven. (A.C.) ●



## DOGS

### GETTING OFF ON THE RIGHT FOOT

Iv San Bernard classes start in September. To teach and upgrade the grooming techniques

Iv San Bernard knows perfectly how difficult it is to get off on the right foot with a grooming activity. It is now time to concentrate on training: for the beginners and for those who wish to upgrade their skills.

In September the new teaching program begins. The company, that has been holding courses for over 10 years, is a pioneer in the professional education, which is often neglected.

**THE BASIC COURSE.** Monique van de Ven will hold a Basic course for beginners in mid September.

Monique does not need to be introduced: she is the expert that takes ISB's fame around the world. We have recently seen her involved in grooming shows, hydro-massage demonstrations and fashion shows at Zoomark International, in Bologna.

The Basic course teaches all the elements needed to run a grooming salon successfully. It lasts 12 weeks and includes a theoretic and a practical part on dogs and cats

**UPDATES AND UPGRADES.** The school offers also upgrading classes to refine the grooming skills, but also to learn more about dog massage, for instance, thanks to the collaboration between Iv San Bernard and Paola Rossi, who started her carrier massaging humans and then applied the same techniques to four-legged pets. Besides the central headquarters in Vinci, Iv San Bernard owns schools in different Italian regions; they are all managed by professional groomers that attended full immersion courses with Monique van de Ven.



No Cruel Test!  
Happy Pets in Happy World



... dopo il latte della mamma ...

**crescilo con McKERK**

Nella linea di crocchette per cani McKerk tanti altri gusti e formulazioni per cani in normale attività, cani con esigenze e sensibilità particolari, cani attivi, anziani e sovrappeso.



McKERK® è distribuito da RAGGIO DI SOLE MANGIMI S.P.A. - [www.mckerk.it](http://www.mckerk.it) - [www.raggiodisole.it](http://www.raggiodisole.it)

# IL MEGLIO PER LORO

Hill's Pet Nutrition a Zoomark International 2011:  
grande attenzione a cuccioli e gattini con *Puppy&Kitten*,  
ai gatti sterilizzati con *Science Plan Sterilised Cat*  
e alle patologie articolari con *Prescription Diet j/d*



HILL'S PET NUTRITION ITALIA SRL  
via Giorgione 59/63, 00147 Roma  
www.hillspet.it  
numero verde 800-701702

HILL'S Pet Nutrition, azienda in primo piano nel campo dell'alimentazione di mantenimento e dietetica clinica per cani e gatti, era presente a Zoomark International 2011 con un ampio spazio suddiviso in tre aree, ciascuna focalizzata su una specifica esigenza dell'animale. Attenta non soltanto all'evoluzione del mercato, ma anche alle nuove frontiere della ricerca scientifica e della tecnologia e, soprattutto, alle mutate e sempre più specifiche esigenze del cliente finale, Hill's Pet Nutrition ha presentato a Zoomark International il meglio della sua produzione, concentrando l'attenzione su cuccioli e gattini con *Puppy&Kitten*, sui gatti sterilizzati con *Science Plan Sterilised Cat* e, infine, sulle patologie articolari con la nuova formulazione di *Prescription Diet j/d*.

**PUPPY&KITTEN: PER I PICCOLI.** Con la linea *Hill's Science Plan Healthy Development Puppy e Kitten*, Hill's Pet Nutrition propone alimenti completi per cuccioli e gattini specificamente formulati per nutrire e aiutare a mantenere in salute gli animali nel loro primo anno d'età. Tutti i prodotti *Hill's Science Plan Healthy Development* contengono:



- ▶ antiossidanti clinicamente testati, come le vitamine C ed E, per favorire lo sviluppo di un sistema immunitario sano;
- ▶ il giusto equilibrio di vitamine e minerali per favorire un sano sviluppo osteoarticolare;
- ▶ elevati livelli di DHA, un acido grasso essenziale per promuovere un sano sviluppo cerebrale e le capacità di apprendimento;
- ▶ 50 principi nutritivi perfettamente combinati per garantire al cucciolo e al gattino una salute ottimale;
- ▶ ingredienti di alta qualità e facilmente digeribili per facilitare l'assorbimento dei principi nutritivi dall'alimento.



Inoltre, semplicemente registrandosi al sito e inserendo le informazioni generali del proprio animale, è possibile partecipare al concorso "Cresci con Hill's" e aggiudicarsi una fornitura per un anno per il proprio cucciolo o gattino. In più, sempre sul sito, è presente un'apposita sezione dedicata ai proprietari di cuccioli e gattini, dove è possibile trovare consigli utili per prendersi cura al meglio del proprio amico sin dai suoi primi mesi di vita.

**ALIMENTAZIONE SUI MISURA PER I GATTI STERILIZZATI.** Tra i prodotti di punta della gamma *Special Care*, Hill's Pet Nutrition ha portato a Zoomark International quello ideale per i gatti sterilizzati: è *Hill's Science Plan Sterilised Cat*, che contiene un basso contenuto di grassi e livelli controllati di calorie per aiutare il simpatico micio a mantenere il peso ideale. Contribuisce inoltre a ridurre il rischio di calcoli vescicali e a mantenere la salute del tratto urinario grazie a livelli controllati di fosforo e magnesio.

*Science Plan Sterilised Cat*, insomma, è davvero l'alimento "su misura" per i gatti sterilizzati, sia maschi sia femmine: gli elevati livelli di L-carnitina aiutano a bruciare i grassi e a mantenere la massa muscolare magra. Inoltre, grazie a un apporto controllato di minerali, il prodotto facilita il mantenimento in buona salute del sistema urinario in ogni fase di vita.

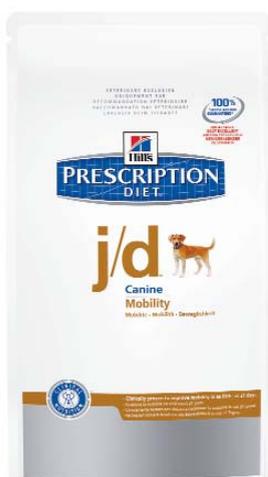


**HILL'S PRESCRIPTION DIET J/D CANINE.** La ricerca Hill's nel campo della nutrigenomica dimostra che le elevate concentrazioni di EPA (tipi di acidi grassi omega 3) in *Hill's Prescription Diet j/d* aiutano a ridurre i livelli di aggrecanasi, l'enzima responsabile della degenerazione cartilaginea e, inoltre, che elevati livelli di acidi grassi omega 3 contribuiscono ad alleviare il dolore articolare.

È scientificamente provato, infatti, che *Hill's Prescription Diet j/d Canine*, l'alimento dietetico completo per cani adulti, contribuisce a migliorare la mobilità dei soggetti affetti da osteoartrite in soli 21 giorni, consentendo di ridurre il disagio dei Fans fino al 25%.

Inoltre, oggi, *Hill's Prescription Diet j/d Canine* nelle formulazioni secche è arricchito con elevati livelli di glucosammina e condroitin-solfato, due importanti costituenti della cartilagine articolare.

Infine, va ricordato che Hill's presenta una gamma completa per tutte le esigenze dei cani: *Hill's Prescription Diet* è infatti disponibile anche nella variante *Reduced Calorie* a ridotto apporto calorico per i soggetti in sovrappeso e nella variante *Mini* con crocchette specifiche per quelli di piccola taglia. (J.B.) ●



## DOGS & CATS

### THE BEST FOR THEM

Hill's Pet Nutrition at Zoomark International 2011: great care for puppies and kittens with *Puppy&Kitten*, for sterilised cats with *Science Plan Sterilised Cat* and for joint pathologies with *Prescription Diet j/d*

Hill's Pet Nutrition, leading company in the petfood industry, participated in Zoomark International 2011 with a wide stand divided in three areas, each one focusing on a specific pet demand.

Attentive not only to the market evolutions but also to the new frontiers of the scientific and technological research and, above all, to the changing and increasingly specific demands of the end customer, Hill's Pet Nutrition displayed its best formulas at Zoomark International, concentrating specifically on puppies and kittens with *Puppy&Kitten*, on sterilised cats with *Science Plan Sterilised Cat* and on joint pathologies with the new formula *Prescription Diet j/d*.

**PUPPY&KITTEN.** With the range *Hill's Science Plan Healthy Development Puppy e Kitten*, Hill's Pet Nutrition offers diets that nourish and keep young pets healthy in their first year of age. All *Hill's Science Plan Healthy Development* formulas contain:

- clinically tested antioxidants, such as vitamin C and E, that support the development of a healthy immune system;
- a perfectly balanced blend of vitamins and minerals that support the development of a healthy skeleton;
- high amounts of DHA, an essential fatty acid that promotes the development of a healthy brain and supports learning capability;
- 80 nutritional principles perfectly combined to ensure a perfectly healthy life;
- high quality, easily digestible ingredients that help absorb the food's active principles.

Further, by simply registering in the website and specifying the information about his/her pet, the customer participates in the contest "Grow with Hill's" and can win a year long supply for the puppy or kitten. The website also includes a section where useful suggestions are given to care for young pets at best.

**SPECIFIC NUTRITION FOR STERILISED CATS.** Among the many formulas of the *Special Care* range, at Zoomark International Hill's Pet Nutrition focused on *Hill's Science Plan Sterilised Cat*: a diet with low amounts of fat and limited calories to help the cat keep the ideal weight. It also helps reduce the risk of urinary stones and keeps the urinary tract healthy thanks to a controlled amount of phosphorous and magnesium.

In short, *Science Plan Sterilised Cat* is a 'tailor made' diet for female and male cats: the high level of L-carnitine helps burn fat and keep the muscles slim. The controlled amount of minerals support the urinary tract at all life stages.

**HILL'S PRESCRIPTION DIET J/D CANINE.** Hill's research in nutrigenomics shows that the high amount of EPA (an omega 3 fatty acid) in *Hill's Prescription Diet j/d* helps reduce the level of aggrecanase, which are the enzymes responsible of cartilage degeneration, and also that high levels of omega 3 fatty acids contribute to relieve joint ache.

It is scientifically proven that *Hill's Prescription Diet j/d Canine*, the complete diet for adult dogs, helps improve mobility in dogs suffering from osteoarthritis in just 21 days and consequently reduces the use of NSAIDs by up to 25%.

*Hill's Prescription Diet j/d Canine* dry formulas are supplemented with high amounts of glucosamine and chondroitin-sulphate, two important elements that build joint cartilage.

Hill's supplies a complete food range that meets all dog demands: indeed, *Hill's Prescription Diet* is also available in the formula *Reduced Calorie* for overweight dogs and in the *Mini* formula for small size dogs.

# le ultimissime

## BREAKING NEWS

*le ultimissime* raccoglie le notizie più recenti che coinvolgono il mercato in Italia e all'estero. Le aziende interessate a informare tempestivamente il settore su trasferimenti, lanci, nomine ecc. possono inviare testi telegrafici alla casella di posta elettronica [leultimissime@vimaxmagazine.it](mailto:leultimissime@vimaxmagazine.it) o al fax 031301418. Le notizie, selezionate a insindacabile giudizio della redazione, vengono pubblicate gratuitamente.

*le ultimissime* is a column especially designed to gather all the news coming from Italian and foreign markets. Companies wishing to inform the market about changes of address, product launches, appointments and so on can send a short text to [leultimissime@vimaxmagazine.it](mailto:leultimissime@vimaxmagazine.it) or to fax +39/031301418. All news are published free. The editorial office reserves the right to publish them.

**AMENOPET.COM SRL, Roma** Ricorda ai rivenditori che sono disponibili le novità presentate a Zoomark International: la nuova linea economica di igienizzanti *Amenobox* da 2 l; *Amenozero*, l'unico igienizzante totalmente anallergico senza profumo, prodotto dalla sintesi di grano e zuccheri vegetali; la gamma degli sgrassatori – prodotti innovativi introdotti sul mercato pet proprio dall'azienda –, che si è rinnovata e ampliata e ora offre tre tipi strong al limone ed extrastrong potenziato all'ossigeno attivo.

**EUROITALIAPET, Capena (RM)** Josera, azienda tedesca a conduzione familiare presente da 65 anni sul mercato, leader nell'alimentazione naturale per cani e gatti, importata in Italia da Euroitaliapet, comunica che la nuova linea gatto superpremium *Emotion* è pronta per il mercato italiano. La linea comprende: *Minette* per cuccioli; *Sensicat* all'anatra, prodotto di mantenimento per gatti con problematiche varie; *Culinesse* al salmone, con una speciale formula per contrastare la formazione dei calcoli; *Leger* per gatti castrati, in sovrappeso o pigri, con una speciale formula che contrasta la formazione dei boli di pelo.

**EURO SERVICE SAS, Ovada (AL)** La linea *Denkacat* si arricchisce di un nuovo prodotto antistruvite per gatti, un alimento formulato per lo scioglimento dei calcoli determinati dall'aggregazione e dalla precipitazione di cristalli di struvite. A breve, sul sito dell'azienda saranno disponibili le informazioni sul prodotto.

**FARM COMPANY PET PRODUCTS, Cossato (BI)** Trattamento denim impregiato da applicazioni in strass per la nuova guinzaglieria *Jeans&Strass* della linea *Farm & Life*. Collari e guinzagli disponibili in delicati toni pastello adatti a qualsiasi tipo di cane e quattro diverse tonalità per quelli elasticizzati pensati per i gatti.

**GIMBORN ITALIA SRL, Barco di Bibbiano (RE)** Lancia i nuovissimi cuoricini *Heartbits*, prodotti con carne di pollame, saporiti, croccanti e arricchiti con vitamina A, D3 ed E, che rendono il menu ancora più vario, completo e appetitoso; per il negoziante è disponibile un pratico espositore da banco da 12 pezzi. Per il cane, invece, l'azienda propone *Butcher's* con nuove, deliziose ricette: bocconcini al salmone e anatra e pollo in lattina da 400 g; bocconcini all'agnello in lattina da 1200 g; nuovo gusto agnello da 400 g nella versione *Junior* per cuccioli; nuovi gusti facchino e pollo, manzo e pomodori per la linea *Gastronomia* in vaschetta da 150 g. Nuovo look per tutte le confezioni, con colori e grafiche rinnovate e icone che evidenziano i plus di prodotto.

**IMAC SRL, Tezze di Arzignano (VI)** Sono disponibili i nuovi dispenser della linea *Ciottoli*. Proposti nelle misure da 1,5 e da 3 l, possono essere utilizzati sia per il cibo sia per l'acqua, semplicemente ruotando il contenitore superiore. Anche per questo prodotto è stata mantenuta l'originale forma di ciottolo di fiume che caratterizza le quattro misure singole e le due doppie.

**LA TICINESE FARMACEUTICI SNC, Pavia** È disponibile *Acana Ranchlands*, la nuova referenza per cani dell'innovativa gamma *Acana Grain-Free*, prodotta in Canada da Champion Petfoods e distribuita in esclusiva per l'Italia da La Ticinese. Il prodotto, che completa l'assortimento offrendo una nuova alternativa a base di carni rosse, è stato sviluppato con la collaudata formula 60-40-0 di Acana: 60% di ingredienti animali freschi di qualità per alimentazione umana (manzo, agnello, bisonte e pesce); 40% di verdura, frutta e piante officinali; 0% cereali. Per un'alimentazione biologicamente appropriata, capace di soddisfare al meglio i fabbisogni nutrizionali del cane o del cucciolo, qualunque siano la sua taglia, razza ed età.

**MORANDO SPA, Andezeno (TO)** Ha arricchito la *Linea Professionale*, dedicata ai punti vendita specializzati, con i nuovi *Migliorcarne Paté Rustici* negli abbinamenti pollo-agnello e manzo-ortaggi in lattina da 800 g, prodotti con materie prime selezionate di origine italiana.

**NESTLÉ PURINA PETCARE ITALIA, Milano** Dall'innovazione scientifica di Purina nasce *Purina ONE* con formula *Solelios*, una gamma completa di prodotti per cani che racchiude in un unico alimento quattro benefici specifici per una nutrizione completa e bilanciata: alta digeribilità, aiuta a supportare la funzione immunitaria e a mantenere un corpo snello, promuove muscoli forti e tonici. Tutta la gamma è realizzata con materie prime di elevata qualità accuratamente scelte e con carne come primo ingrediente, per una nutrizione superiore.

**PAMPERED SRL, Osimo (AN)** Il mondo immaginario e fantastico di *Cuccioli Cerca Amici* irrompe nella realtà dei nostri fedeli amici a quattro zampe. L'Ufficio Stile di Pampered ha infatti realizzato una serie di prodotti personalizzati dall'immagine *Cuccioli Cerca Amici*, tra cui le cucce, disponibili in tre modelli: la Ciambella, il Cuscino e il Divanetto, nelle misure small, medium e large. La collezione è realizzata in alcantara in bellissimi e vivaci colori. Come tutti i prodotti delle collezioni Pampered, le cucce sono made in Italy.

**PAPPADRIN SRL, Altavilla Vicentina (VI)** Annuncia la nascita della nuova collezione di cucce di design per interno, anche su misura. Un prodotto di artigianato veneto per un ottimale inserimento nell'arredamento di ogni abitazione.

**Q. VET SRL, Felonica (MN)** L'azienda, distributore esclusivo per l'Italia degli alimenti a marchio *Trovet*, presenta la linea di snack funzionali per cane da utilizzare in associazione alle diete *Trovet*. La gamma, unica sul mercato, è composta dalle referenze: *Low Calorie Agnello*, *Multi Purpose Agnello*, *Multi Purpose Coniglio*, *Multi Purpose Struzzo* e *Multi Purpose Hydrolysed Protein al Pesce*. Ogni snack si caratterizza per l'elevata appetibilità e per la possibilità di essere associato agli alimenti ipoallergenici *Trovet*.

**RAGGIO DI SOLE MANGIMI SPA, Fiorenzuola d'Arda (PC)** A Zoomark International 2011 l'azienda ha presentato una nuova linea di alimenti umidi specifici per cani a marchio *McKerk*, di cui è unico distributore, composti unicamente da carne di anatra, di cavallo, di pollo, di cinghiale, di vitello e di tonno. Questi paté monoproteici sono ideali per le diete private o a esclusione che prevedono l'utilizzo di un'unica fonte proteica non presente nella precedente e abituale alimentazione dell'animale, quindi garantiscono un basso rischio di reazione allergica. Oltre a essere molto appetibili, gli alimenti con un'unica fonte proteica al 100% offrono, dal punto di vista nutrizionale, qualità indiscutibili e un eccezionale valore dietetico. Disponibili in due formati, lattina da 200 e da 410 g.

**RINALDO FRANCO SPA, Milano** Tra le numerose novità presenti nel nuovo catalogo *Record*, all'ultimo Zoomark International di Bologna l'azienda ha presentato *Phon "Mix"*, uno strumento indispensabile per tutti i toelettori. Con un motore a tre stadi, getto d'aria regolabile, e studiato con un occhio di riguardo per il risparmio energetico, *Phon "Mix"* unisce alla potenza del soffiatore il calore del phon. La cassa è realizzata interamente in acciaio

inox e il soffiatore è flessibile e maneggevole, lungo quasi 2 m. Impiegabile in tutte le fasi di asciugatura, può essere usato sia fissato al muro sia a terra (è dotato di ruote).

**SANYPET SPA, Bagnoli di Sopra (PD)** Il Centro Ricerca e Sviluppo SANYPet amplia la gamma nutraceutica con prodotti dedicati al gatto. Nasce così *FORZA10 Nutraceutic Active Line* con singole referenze per disturbi legati a uno specifico apparato: *Oral Active* per i disturbi del cavo orale e delle prime vie respiratorie; *Hypoallergenic Active* per i disturbi cutanei; *Weight Control Active* per il gatto diabetico e/o in sovrappeso. La linea è basata sull'utilizzo di materie prime di alta qualità e integrata con principi naturali di comprovata efficacia. Il tutto grazie alla tecnica brevettata AFS (Active Fresh System), che permette di preservare l'efficacia di qualsiasi principio naturale termosensibile aggiunto. *Active Line* è lo strumento nutrizionale ideale per promuovere i fisiologici meccanismi difensivi dell'organismo e migliorare il benessere generale.

**STUDIO MAGLIA, Sesto San Giovanni (MI)** L'azienda, produttrice e distributrice della linea *My Dog* di maglioncini per cani made in Italy, ha ampliato la propria collezione per la stagione invernale 2011/2012 con sacchi nanna coordinati alla copertina. In distribuzione da settembre nei migliori petshop.

**THE ZAZU ITALIA, Castelmartini Larciano (PT)** Presenta le novità del suo universo accessori. Diverse linee, da quella più classica a quella più fashion della *Collezione Street*, e ancora veri e propri gioielli con le linee *Love D.* e *Vanity & Jewel*: forme inconsuete e materiali innovativi per una collezione che vuole differenziarsi.

**UNCONVENTIONALDOG, Padova** All'ultima edizione di Zoomark International ha presentato *Pluto*, l'innovativo proteggirecchie.

*Pluto* è un prodotto brevettato, unico e rivoluzionario, nato da un bisogno reale, ovvero quello di proteggere le orecchie della simpatica cockerina Sissi dallo sporco della città, dall'acqua, dalle spighe, dal vento e dalla neve. *Pluto* segue correttamente la forma delle orecchie, è di facile indossabilità e molto comodo da portare ogni giorno e in qualsiasi situazione. È consigliato per i cocker, i barboncini, i cavalier king, i bassotti, i beagle, i levrieri e tutti i loro amici con le orecchie pendule.

**UNITED PETS SRL, Milano** Presenta la nuova linea *Happy Farm*, giochi in lattice a forma di topolino, oca, riccio e pecorella, con fischietto salva animale. Disponibili in colori allegri e con imbottitura interna per permettere una masticazione in completo relax. Questi simpatici animaletti, nel display *Fattoria*, conquistano sia il cuore del padrone sia quello dell'amico a quattro zampe.

**WINNER PLUS INTERNATIONAL SRL, Roma** L'azienda, produttore di alimenti naturali per cani con sede in Germania, ricorda che sono state inserite in gamma altre due referenze da 3 kg - *Adult* al pollo e *Fish&Lamb* con salmone e agnello - che vanno ad aggiungersi a *Puppy*, *Junior*, *Adult Mini*, *Lamb 100%* e *Senior*.

**ZOODIACO, Borsea (RO)** All'interno della la nuova linea umido *Golosi Sinergy Cat* propone gli *Straccetti* al coniglio e manzo, realizzati esclusivamente con ingredienti ricercati e di assoluta qualità garantita, senza conservanti e coloranti artificiali. La formula è una sinergia di elementi nutritivi che prevede l'esclusivo utilizzo di carni italiane al 75%, taurina e l'inclusione di ginseng, vegetale dalle note proprietà benefiche (energizzante, stimolante), in coerenza con l'obiettivo numero uno di Zodiaco: il benessere dell'animale al centro di ogni attenzione. Gli *Straccetti Cat* sono proposti in confezione da 400 g.



## Tante Grandi Firme

BeNeLUX<sup>Belgia</sup>

GALCIO MARE®

AQUA EL<sup>Polsha</sup>

MORYARD ZOO

PRODAC

Flamingo<sup>Belgio</sup>

visán

fiory

IMAC

SEPIOLSA

Per un'unica Grande Azienda  
**FRANC.ISA PET GRUPPO SORIA Srl**  
 Importazione e commercializzazione prodotti per  
**Acquariologia - Cinofilia - Ornitologia**

Sede : Via Fabbrica S.n. 81020 S.Marco Evangelista(CE)  
 Tel. e Fax :0823.457981  
 info@francisapet.com  
 www.francisapet.com



# IMPORTAZIONE DI QUALITÀ

Saper scegliere fornitori partner di primaria firma:  
ecco la caratteristica più importante del progetto Franc.isa



FRANC.ISA PET GRUPPO SORIA srl  
via Fabbrica sn  
81020 San Marco Evangelista (CE)  
tel. e fax 0823457981  
francisagrupposoria@libero.it

UN nuovo stabilimento di circa 2.000 m<sup>2</sup>, un servizio innovativo e di qualità, consegne in tempi brevi e prezzi interessanti, un catalogo di 3.000 prodotti: ecco Franc.isa Pet Gruppo Soria srl, azienda partenopea che rappresenta oggi una delle realtà più dinamiche del settore pet. Nata nel 1958, la società che fa capo a Giorgio Soria si dedica all'importazione e alla commercializzazione di prodotti per acquariofilia, cinofilia e ornitologia, provenienti soprattutto dall'area europea. L'elevata qualità e i prezzi di notevole interesse costituiscono i principali punti di forza di una realtà commerciale che abbina a etichette prestigiose una scelta sempre più meticolosa di prodotti a proprio marchio, in grado di soddisfare anche il cliente più esigente. L'attività della Franc.isa Pet Gruppo Soria ha ricevuto un ulteriore impulso grazie all'apertura dell'innovativo stabilimento di San Marco Evangelista, in provincia di Caserta, strutturato su circa 2.000

m<sup>2</sup> e capace di offrire un servizio moderno e di qualità, di sviluppare consegne in tempi brevi e di soddisfare sotto ogni profilo le necessità della distribuzione e del consumatore finale. Franc.isa Pet Gruppo Soria copre l'intero territorio italiano con un catalogo di circa 3.000 articoli che permettono di affrontare il mondo pet a trecentosessanta gradi, in tutti i segmenti di specializzazione.

LA SPINTA A MIGLIORARE. "Siamo una delle poche aziende italiane che può vantare una grande crescita grazie alla capacità imprenditoriale di una sola famiglia che ha fatto la storia del mondo pet", commenta con orgoglio il titolare Giorgio Soria. "La nostra dote principale è la capacità di scegliere fornitori partner di primaria firma, la cui affidabilità rappresenta la caratteristica più importante per entrare a far parte del progetto Franc.isa, garanzia fondamentale per i tantissimi clienti che ripongono in noi la loro fiducia." La naturale evoluzione ha spinto l'azienda a ricercare soprattutto nel territorio europeo gli standard qualitativi dei prodotti commercializzati, una ricerca che ha rappresentato un valore aggiunto distintivo rispetto ad altre realtà imprenditoriali. "Interagire, grazie alla propria professionalità, con i fornitori e i clienti", spiega ancora Soria, "è uno dei pregi più tangibili del programma Franc.isa, che ha nel suo Dna la spinta continua a volersi migliorare."

GIORGIO SORIA, AMMINISTRATORE DI FRANC.ISA PET GRUPPO SORIA  
GIORGIO SORIA, MANAGING DIRECTOR OF FRANC.ISA PET GRUPPO SORIA



SANDRA MELIS, EXPORT MANAGER FLAMINGO  
SANDRA MELIS, EXPORT MANAGER FLAMINGO



MALGORZATA SMOLINSKA, EXPORT MANAGER AQUAEL  
MALGORZATA SMOLINSKA, EXPORT MANAGER AQUAEL



IL TEAM EXPORT DELLA BENELUX. DA SINISTRA: GERD VAN GHELUWE (RESPONSABILE EXPORT), RIK DEMEY (DIRETTORE GENERALE BENELUX NV), LINDA VANNENUS (MERCATO FRANCESE), CLAUDE PIEPERS (EXPORT MERCATO FRANCESE)  
THE EXPORT TEAM BENELUX. FROM LEFT: GERD VAN GHELUWE (EXPORT MANAGER), RIK DEMEY (GENERAL MANAGER BENELUX NV), LINDA VANNENUS (FRENCH MARKET), CLAUDE PIEPERS (EXPORT FRENCH MARKET)



## PET WORLD

### QUALITY IMPORTATION

Choosing top ranking suppliers is the main quality of the Franc.isa project

A new headquarter of around 2,000 square metres, an innovative, quality service, quick delivery and interesting prices and a range of 3,000 products: this is Franc.isa Pet Gruppo Soria srl. Created in 1988, the company run by Giorgio Soria imports and distributes ornamental fish, dog and bird supplies mainly from Europe. High quality and interesting prices are the main strong points of the company, which combines leading brands to highly selected private label products to meet the needs of even the most demanding customers.

The new, innovative headquarter guarantees a modern service and quick deliveries. Franc.isa Pet Gruppo Soria serves the whole country with a range of around 3,000 products.

**CONCENTRATED ON UPGRADING.** "We are one of the few Italian companies that can be proud of great growth thanks to the entrepreneurial skills of a family that made history in the Italian pet supplies industry", Giorgio Soria, the company owner, claims proudly. "Our main quality is the ability to select top suppliers that become partners of the Franc.isa project - a fundamental guarantee for a high number of customers, who trust us."

The natural evolution brought the company to search quality products in Europe to add value to the already existing range.

"Interacting, through our professional attitude, with suppliers and customers" Soria explains, "is one of Franc.isa's main merits; it's in the company genes to engage in continuous upgrading."

The skilled sales network is dynamic and able to dialogue with the demanding customers and help them choose the products that best suit their points of sale, ensuring service quality and a motivated team.

**A MIX OF CREATIVE ACTIONS.** "I believe that this is a difficult time for the pet supplies market, where competitors apply survival strategies aimed at selecting products without a soul, of low quality, coming from the East", the company owner claims. "We, on the other hand, have embraced an innovative strategy based on a mix of actions. First of all, we detect the issues that hit our market. I'm meaning basically the status-seeking attitude of some entrepreneurs that dress attractively low quality products and advertise unworthy supplies: this brings to possible damage to the new pet owners, especially in the aquarium hobby."

"Our strategy", he adds, "consists in the interaction of several positive forces, especially through quality suppliers that are able to serve customers with expertise and to offer creative solutions that can bring to success. Creativity, experience and knowledge of many managers from important companies: this is a great mix of intuitions that make the difference and help a company become a leader."

Franc.isa Pet Gruppo Soria has therefore decided to select European international partners able to develop market trends through highly competitive, quality products: a strategy that proved to be successful.

"Our project", Soria concludes, "is aimed at gathering the main characters (manufacturers, suppliers and customers) and creating a collaborative learning process that brings to actions ranging from product designing to quality testing and the participation to international trade shows; only after all those stages the product is distributed on the market."

L'azienda vanta una forza vendita specializzata, continuamente aggiornata, dinamica e capace di interloquire con il cliente più esigente indirizzandolo verso la scelta dei prodotti più adatti alla specializzazione del suo negozio, garantendo la qualità del servizio con personale motivato.

**MIX DI AZIONI CREATIVE.** "Penso che questo sia un momento difficile per il mercato del pet, dove i concorrenti applicano una strategia di sopravvivenza con scelte sempre più mirate verso prodotti senz'anima, scadenti, provenienti soprattutto dal mercato orientale", commenta il titolare. "Noi, invece, abbiamo sposato una tecnica innovativa che si basa su un mix di azioni. In primis, visualizzare le problematiche che hanno investito il nostro settore. Penso in particolare all'arrivismo di certi imprenditori che vestono in modo attraente articoli di scarsa qualità e sorreggono con la pubblicità prodotti poco meritevoli, con il rischio di creare danni alla clientela neofita del mondo pet, in particolare nel settore acquariofilia." "La nostra tecnica", prosegue, "consiste invece nell'interagire con le tante forze positive, soprattutto avvalendoci di fornitori di qualità, capaci di mettere al servizio dei clienti la loro esperienza, visualizzando in modo creativo le soluzioni che possono portare al successo. Creatività, esperienza e conoscenza di tanti manager a capo di aziende importanti: ecco il mix di intuizioni capaci di creare la differenza che può permettere a un'azienda di essere leader nel proprio mercato."

La Franc.isa Pet Gruppo Soria ha deciso, pertanto, di avvalersi di partner internazionali europei capaci di sviluppare trend di mercato attraverso prodotti di qualità altamente competitivi: una strategia risultata vincente.

"Il nostro progetto", conclude Soria, "prevede di allineare i principali responsabili dell'attuazione (produttori, fornitori e clienti) creando un processo di apprendimento collaborativo che si concretizzi prima di tutto in *concept product*, cioè nelle azioni che vanno dalla progettazione del prodotto al test di efficacia qualitativa ed economica fino alla partecipazione alle fiere internazionali; solo dopo questa fase si passa all'immissione sul mercato, con la raccolta dei risultati di efficacia del prodotto nel postvendita." (A.C.) ●

*in esclusiva  
per l'Italia*

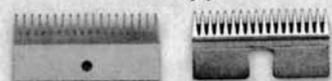


*forbici*  
**WITTE**  
Solingen



*tosatrici*  
**ANDIS**  
U.S.A.

*servizio affilatura*



testine e  
forbici con  
garanzia  
scritta



**COLTELLERIA POLLA**  
di Polla Livio

15100 ALESSANDRIA  
VIA VOCHIERI, 69  
TEL./FAX 0131 264774  
www.polladino.com  
e-mail: lipolla@libero.it

# ALL'ULTIMA MODA

Cappotti e maglioni dalla vestibilità perfetta con un design di gran moda

## TRIXIE

TRIXIE ITALIA SPA  
via E. Fermi 6, 36045 Alonte (VI)  
tel. 0444835329, fax 0444833352  
www.trixie.de, info@trixie.it

MORBIDI, alla moda, adattabili a tutte le razze: è la nuova linea di maglioni, cappotti e giacche a vento proposta da Trixie per affrontare al meglio la stagione autunno-inverno 2011/12.

In lana o in pile, con o senza cappuccio, i nuovi capi, firmati dalla stilista Franca Novello, sono tutti fashion, vestono in modo impeccabile l'amico a quattro zampe e si ispirano alle città più belle d'Italia.

**LIBERI NEI MOVIMENTI.** *Portofino, Garda, Roma...*: la serie di maglioni ricorda le mete turistiche del nostro Bel Paese. Realizzati in lana o pile, con simpatiche applicazioni sulla schiena e ricami decorativi, sono decisamente alla moda, ma allo stesso tempo la loro principale caratteristica è la morbidezza e l'assoluta adattabilità a tutte le razze grazie al sottopancia in calda lana sintetica: così, il cane si sente libero nei movimenti. Con collo alto e bordi rinforzati, i maglioni *Portofino, Garda* (foto 1) e *Bologna* assicurano una vestibilità perfetta grazie al sottopancia ben sagomato. Inoltre, i tre modelli sono dotati di sottogamba posteriori, in linea con la silhouette delle zampe.

La versione in pile *Roma* (foto 2), con collo alto e cappuccio staccabile, ha una comoda apertura per far passare il guinzaglio. Perfetta la vestibilità, grazie al sottopancia elastico, mentre la decorazione in strass sulla schiena dona una nota glamour. Caratteristiche simili per il modello *Napoli* (foto 3), senza cappuccio e con sottogamba foderati, e per il *Sanremo* (foto 4), realizzato in pile spesso e lana sintetica e dotato di gambette anteriori e sottogamba foderati.

Molto simpatica è la tutina *Trento* (foto 5) in morbido pile e lana sintetica, con gambe lunghe per mantenere pulito il pelo, collo alto e cappuccio staccabile foderato internamente con fantasia a contrasto. L'apertura per il guinzaglio





e la vestibilità perfetta, grazie al sottopancia elastico, fanno di *Trento* un capo ideale per le passeggiate all'aria aperta soprattutto nella mezza stagione.

CON LA PIOGGIA O CON IL FREDDO. In autunno e in inverno, e soprattutto nelle giornate più fredde, i cappottini sono

l'accessorio indispensabile per il guardaroba del cane: non solo per ripararsi dal gelo, ma anche per il piacere di indossare un capo alla moda. I cappottini proposti da Trixie sono fashion, con un appeal deciso assolutamente delizioso.

Presenti nella collezione nella versione impermeabile e non, sono dotati di cappuccio, utile per tutta la stagione fredda, e hanno un interno caldo, fisso o staccabile, per fare fronte alle varie temperature. Sono adattabili a molte taglie e razze grazie alla cintura regolabile e agli strap. Inoltre i sottogamba foderati non infastidiscono il cane grazie al taglio che segue la figura, non ostacolando i movimenti, ed evitano che il pelo si arrotoli.

I modelli impermeabili in tessuto cangiante *Genova* e *Rimini* hanno la fodera in morbido pile e il cappuccio con cerniera. Anche in questa serie, molto comoda si rivela l'apertura per il guinzaglio mentre le chiusure a strap sono perette per

indossare e togliere agevolmente il cappotto.

Nel modello *Firenze*, con esterno in poliestere e interno in cotone, la fodera in pile è staccabile in modo da adattarsi alle diverse temperature, mentre il modello *Como* (foto 6) regala un look assolutamente fashion, grazie alle bande riflettenti e ai bottoni a pressione. Per il freddo più intenso,



*Jesolo* (foto 7) ha la fodera in cotone dotata di imbottitura, *Milano* è un caldo cappottino imbottito con cappuccio staccabile e fiocco decor. Nella serie dei modelli non impermeabili si distingue *Siena* (foto 8), con il suo esterno in pile morbido come peluche, che si adatta perfettamente al torace e allo stomaco e il divertente cagnolino imbottito applicato sul dorso, mentre *Verona* (foto 9) si fa notare per il suo elegante cappuccio con bordo in pelo sintetico e la trapunta All Over.

CASUAL O MOLTO CHIC. Calde e comode soprattutto per le fredde giornate d'inverno, le giacche a vento hanno il cappuccio staccabile con i bottoni a pressione, per consentire un uso doppio, molto utile, dell'accessorio. Sono anch'esse all'ultima moda, con fodera in morbido pile e imbottitura, collo a fascetta, chiusure a strap e sottogamba foderati. Sono disponibili in due versioni:

casual per il modello *Palermo* (foto 10), dotato di taschine con cerniera sulla schiena, oppure molto raffinato per il modello *Venezia*, con esterno in poliestere trapuntato All Over e il cappuccio foderato internamente a motivi scozzesi. (M.C.) ●



## DOGS

### GLAM DOGS

Trendy coats and sweaters perfectly designed

Soft, trendy, suiting all breeds: it is the new range of coats, sweaters and raincoats that Trixie supplies for the autumn-winter 2011/12 collection.

In wool or fleece, with or without hood, the stylist Franca Novello designs coats that fit all dog breeds and get inspiration from the most beautiful Italian cities.

FREE TO MOVE. *Portofino*, *Garda*, *Roma*...: the range of sweaters reminds popular Italian cities that attract tourists. Made in wool or fleece, with nice decorations and embroideries on the back, they are very trendy and also comfortable: they are extremely soft and suit all breeds thanks to the girth in warm synthetic wool that leaves the dog free to move.

With polo neck and reinforced edges, the sweaters *Portofino*, *Garda* (picture 1) and *Bologna* ensure perfect wearability thanks to the comfortable girth. All the three models have well-designed back legs.

The *Roma* fleece model (picture 2) with polo neck and detachable hood has a convenient opening to let the leash pass through. Wearability is perfect thanks to the elastic girth. The rhinestones decoration adds a touch of glam. The *Napoli* model (picture 3) is similar but has no hood but lined legs. *Sanremo* (picture 4) is made in thick fleece and synthetic wool with lined legs.

The tracksuit *Trento* (picture 5) is very nice, in soft fleece and acrylic, with long legs, polo neck and detachable, padded hood. The opening for the leash and perfect wearability, thanks to the elastic girth, make it excellent for walks, especially in the mid season.

AGAINST RAIN AND COLD. In autumn and winter coats are essential for dogs: not only to protect them against bad weather but also to make them feel good in a trendy garment. Trixie coats are really beautiful and available also in the waterproof version; they have hoods and a warm lining that can also be taken away. They suit all sizes and breeds thanks to the adjustable belt and straps. The lined legs are specifically designed not to annoy the dog, and avoid possible hair tangles.

The raincoats in shimmering fabrics *Genova* and *Rimini* have a soft fleece lining and a hood with zip. Also this range has a convenient opening for the leash; the strap closing system is designed for comfortable wear.

The model *Firenze* is in polyester externally and cotton internally; the detachable lining is in fleece. The model *Como* (picture 6) is very trendy thanks to the reflective stripes and snaps. For the very cold days, *Jesolo* (picture 7) has a cotton padded lining; *Milano* is a warm, padded coat with detachable hood and decorative bow.

The range of not water-resistant coats includes *Siena* (picture 8), a model with a soft external covering in fleece designed to suit perfectly the chest and stomach and a nice little dog plush on the bag; *Verona* (picture 9) has an elegant hood with faux-fur decoration and 'All Over' quilt.

CASUAL OR VERY CHIC. Warm and comfortable, especially for the cold winter days, the coats have a detachable hood for double use. They look very glamorous, with padded, soft lining in soft fleece, turtle neck, straps and padded legs. They are available in two versions: the casual *Palermo* (picture 10) with zip pockets on the back, and the very refined *Venezia* with external 'All Over' padded polyester lined with tartan tissue.

di Paolo Sparaciarì

# UNA CELLULA, TANTI GUAI

Si chiama malassezia ed è un fungo unicellulare.

A guardarlo al microscopio sembrerebbe anche carino.

Peccato che può causare non pochi fastidi ai nostri amici

PRIMA o dopo, tutti i proprietari hanno avuto a che fare con un problema che, negli amici quattrozampe, si presenta con una certa frequenza: la dermatite. Spesso si tratta di dermatiti definite dal veterinario "aspecifiche" o "banali", come a significare da una parte la mancanza di una causa specifica, dall'altra la relativa facilità con cui, con un trattamento adeguato, guariscono.

Da qualche anno, però, i veterinari riscontrano con sempre maggiore frequenza un tipo specifico di dermatite, una volta considerata degna solo di un qualche rigo nei libri di patologia: la dermatite da *Malassezia*. Date l'attualità e le caratteristiche particolari di questa infezione, vale senz'altro la pena di addentrarci un po' di più nell'argomento.

NOTE CARATTERISTICHE. Cominciamo spendendo qualche parola sul microrganismo che sta all'origine del problema. Il genere *Malassezia*, rappresentato da lieviti non molto diversi da quelli più noti del genere *Candida*, comprende sette specie classificate in funzione del loro metabolismo, più o meno dipendente dai lipidi. Tutte sono componenti normali della flora microbica cutanea dell'uomo e degli animali a sangue caldo.

*Malassezia pachidermatis*, la specie tipica del cane, si ritroverebbe in pochi esemplari nella cavità orale, nei condotti uditivi, nell'ano e intorno alla bocca. Per amore di obiettività scientifica va aggiunto che indagini recenti condotte in Italia sembrerebbero invece confermare la tendenza di questo microrganismo a colonizzare prevalentemente il condotto uditivo esterno e il padiglione auricolare. Almeno nei soggetti che vivono da noi.

I LIEVITI. Parlando di malattie degli animali ci siamo spesso imbattuti in termini apparentemente comuni e comprensibili ma che, in un contesto tecnico, assumono un significato preciso. Un esempio è proprio il termine "lievito": parola associata immediatamente alla preparazione del pane o della birra, identifica un microrganismo unicellulare appartenente al regno dei Funghi e caratterizzato dalla presenza di una spessa parete cellulare composta da zuccheri, proteine e lipidi e dalla riproduzione per gemmazione.

Oltre a *Malassezia*, alla classe dei lieviti appartengono oltre mille specie, poche delle quali patogene, altre utilissime in molti settori. Tra queste ultime *Saccharomyces cerevesiae* (panificazione, birra), *Saccharomyces carlsbergensis* (birra) e *Candida utilis* (industria alimentare e mangimistica).

In condizioni normali, il numero di questi microrganismi è comunque molto limitato e in perfetto equilibrio con le altre specie microbiche presenti sulla cute. La malattia clinica si manifesta quando, per un qualsiasi motivo, questo equilibrio si rompe.

Inoltre, *Malassezia* è un lievito lipofilo che si moltiplica bene in presenza di sostanze grasse come sebo e cerume, quindi la sua proliferazione è favorita da tutte le affezioni che producono questo tipo di alterazioni secretorie. Cause frequenti che portano ad alterazioni di quest'ultimo tipo sono alcuni trattamenti antibiotici prolungati, certe malattie di natura immunitaria, le allergie e gli squilibri ormonali. In queste condizioni i microrganismi trovano un terreno adatto per moltiplicarsi oltre misura, determinando così le manifestazioni cliniche della malattia.

SINTOMI E MANIFESTAZIONI. L'infezione da *Malassezia* può interessare indifferentemente maschi e femmine a prescindere dall'età, ma colpisce più frequentemente alcune razze: più a rischio sarebbero i soggetti

giovani appartenenti a quelle con i padiglioni auricolari pendenti, ma non solo. I dati della letteratura scientifica indicano come particolarmente interessati il basset hound, il west highland white terrier, il setter inglese, lo shih-tzu, i cocker, il barboncino, il pastore tedesco, il collie, il jack russel terrier, lo springer spaniel e lo shar pei.

Ma vediamo più in dettaglio quali sono i sintomi principali di questa malattia e iniziamo con una precisazione: talvolta l'infezione da *Malassezia pachidermatis* viene definita come una forma di otite esterna capace di estendersi alla cute dei padiglioni auricolari e altrove. A nostro avviso non è esattamente così, e l'esperienza pare confermarlo: è infatti accaduto di isolare il microrganismo da zone diverse dall'apparato uditivo, con quest'ultimo assolutamente integro.

Prima di esaminare in dettaglio caratteristiche e localizzazioni, occorre dire che, talvolta, questa malattia rappresenta un brutto accessorio di un'altra affezione più seria. Prima tra tutte la dermatite atopica, seguita dalla dermatite da pulci e dall'ipotiroidismo. È banale sottolineare, ma lo facciamo ugualmente, come in questi casi occorra per prima cosa curare la patologia principale.

Le aree anatomiche che possono essere interessate da questa dermatite sono diverse. Oltre al condotto uditivo interno

UN PROBLEMA RECENTE. Da sempre le malattie cutanee del cane sono oggetto di attenzione da parte di veterinari, cinotecnici e proprietari. Alcune, come per esempio la rogna, sono presenti nella letteratura scientifica (o parascientifica) da secoli. Non così le infezioni da *Malassezia*, riconosciute e dimostrate scientificamente solo nel 1983 da Dufait.



foto: Björgvin Gudmundsson

e al padiglione auricolare, le malassezie possono colonizzare le pieghe cutanee, la parte inferiore del collo, le pieghe labiali e la regione perianale. Interessanti sul piano scientifico, molto meno su quello pratico, le localizzazioni sulle mucose interne di bocca e faringe. Nei pochissimi casi di questo tipo si tratta comunque di soggetti debilitati sottoposti a lunghissimi trattamenti antibiotici.

L'aspetto delle lesioni è variabile e va dal semplice eritema (arrossamento della cute) alla caduta del pelo (alopecia) e all'iperproduzione di sebo (seborrea). Nei casi cronicizzati si arriva alla lichenificazione del tessuto cutaneo, che assume un colore scuro e un aspetto vegetale. Le lesioni caratterizzate da seborrea, inoltre, emanano spesso un caratteristico odore di grasso rancido.

Come in molte malattie della pelle è presente il prurito, che può essere di diversa intensità. Se già l'aspetto clinico può indirizzare verso la diagnosi, a dare la certezza che si tratta di *Malassezia* è l'esame microscopico.

Per chiunque abbia un po' di dimestichezza con vetrini e coloranti, riconoscere al microscopio questo microrganismo non è un problema: l'aspetto è quello caratteristico di tante palline vagamente ovoidali, più o meno strozzate al centro, adese alle cellule di desquamazione della cute o libere sulla superficie del vetrino. Il colore delle palline varia in funzione della colorazione utilizzata, ma ne risulta sempre un quadretto gradevole a vedersi. Impiegata solo nei casi dubbi, o in quelli particolarmente difficili, è invece la prova colturale.

**LA GIUSTA TERAPIA.** Con i farmaci oggi a disposizione debellare un'infezione da *Malassezia* non è difficile. Più difficile è indagare la malattia sistemica che spesso l'accompagna, ma questo è, ovviamente, un altro discorso.

La terapia locale viene di solito istituita quando la lesione è circoscritta e il soggetto dà l'impressione di non soffrire d'altro. In questi casi i farmaci antifungini della classe degli imidazoli si rivelano efficaci da almeno un paio di decenni. Si trovano in commercio sottoforma di gocce o pomate e possono essere potenziati dall'impiego congiunto di lozioni o shampoo a base di clorexidina o zolfo medicale.

Nei soggetti dove le lesioni sono più estese è necessaria una terapia orale a base di ketoconazolo o del più recente itraconazolo. Lo schema di trattamento, seppure relativamente semplice, va sempre demandato al veterinario che, tra le altre cose, accerterà se l'infezione sia davvero primaria oppure secondaria a un'altra malattia sistemica. ●

**FLATAZOR**  
— PRO-NUTRITION® —

**IL MEGLIO  
SENZA COMPROMESSI**



**ZOOPLANET**

T 049.9350400 F 049.9350388

eorder@zooplanet.it www.zooplanet.it

# QUALITÀ E CONVENIENZA

Da Aptum, l'eccellenza nel campo delle lettiere profumate a base di silicio

**ZOOPLANET**

ZOO PLANET SRL

via Malcanton 6, 35017 Piombino Dese (PD)  
tel. 0499350400, fax 0499350388,  
www.zooplanet.it, info@zooplanet.it

UN nome, un marchio, una garanzia. È così che, una volta, recitava lo slogan più gettonato dalle agenzie di marketing e pubblicità. Nel caso di *Aptum*, però, l'affermazione riveste ancora oggi un carattere di estrema attualità: perché *Aptum* è un marchio italiano che fin dal 2004 rappresenta un sicuro sinonimo di cura e professionalità nello sviluppo di prodotti per cani e gatti. E ben lo dimostra una delle sue ultime eccellenze: la lettiera profumata per gatti a base di silicio.

Ma cos'è il silicio? Da dove lo si ricava? E, soprattutto, perché è così importante nella realizzazione di lettiera per gatti di alta qualità? Le risposte sono semplici, ma andiamo con ordine e iniziamo con il dire che il silicio venne identificato per la prima volta a Parigi nel 1787 dal chimico Antoine Lavoisier, ed è l'elemento della tavola periodica che ha come simbolo "Si".

La tavola periodica degli elementi chimici, colorata per gruppi. La legenda indica:

- Metalli alcalini (giallo)
- Metalli alcalino-terrosi (arancione)
- Metalli del blocco d (verde)
- Lantanidi (rosa)
- Aluminici (azzurro)
- Metalli del blocco p (verde scuro)
- Normetalli (rosa)
- Gas nobili (azzurro scuro)
- Solidi (C)
- Liquidi (Br)
- Gas (H)
- Artificiali (Tc)

Nota: il sotto-gruppo del lanterano (La, Ce, Pr, Nd, Pm, Sm, Eu, Gd, Tb, Dy, Ho, Er, Tm, Yb, Lu) è stato stabilito nel 1954 dalla International Union of Pure and Applied Chemistry (IUPAC). I nomi degli elementi 112-116 sono gli equivalenti latini di quei nomi.

Il 28% della crosta terrestre è composto di silicio ed è il secondo elemento per abbondanza dopo l'ossigeno. Si trova nelle argille, nei quarzi, nel granito e in molti altri composti. E non basta ancora: il silicio è infatti anche uno dei principali componenti di materiali come il vetro, la ceramica, il silicone, il cemento, i microprocessori e persino i pannelli fotovoltaici. Non solo: lo si trova normalmente anche nell'acqua potabile, oltre che in diversi tipi di verdure.

**APTUM SILICA GEL.** La produzione del gel di silicio (biossido di silicio  $SiO_2$ ), avviene tramite la cottura della sabbia silicea (silice) in fornaci: la silice viene sciolta a temperature superiori ai 1.900 °C, quindi il

silicio liquido viene raccolto in fondo alla fornace, prelevato, raffreddato e separato dalle impurità.

La lettiera *Aptum Silica Gel* è composta da gel di silicio puro al 98%. Ha un'assorbente del 90% (900 g di acqua ogni chilogrammo di prodotto), ha un'altissima porosità (300 mq/g) ed è un prodotto innocuo e non inquinante, che inibisce la crescita batterica. Viene commercializzata nel formato da 3,5 kg, che permette di riempire due volte una "cat toilette" normale ed è una quantità sufficiente per assorbire 70 giorni di pipì di un gatto di taglia media. È disponibile in due gradevoli profumazioni: alla Mela Verde oppure alla Lavanda, fragranze rilasciate dal prodotto quando viene a contatto con il liquido.



NON SOLO LETTIERE. *Aptum* significa anche ottimi alimenti per gatti, disponibili in ben 22 gusti in sei differenti formulazioni. Tutti sono formulati a partire da materie di prime di altissima qualità, preservate in tutte le loro proprietà nutrizionali e organolettiche grazie a una tecnica produttiva d'avanguardia.



NOT ONLY LITTER. *Aptum* also means quality food for cats, available in 22 flavours and 6 different formulas. They all contain first-quality raw ingredients, which preserve all their properties thanks to a modern production technique.

## CATS

### QUALITY AND SAVING

*Aptum*, the best scented silicon litter

*Aptum* brand means quality: since 2004, the Italian brand guarantees care and professionalism in developing products for cats and dogs. Just like one of its latest products: scented silicon cat litter.

What is silicon? Where does it come from? Silicon was discovered in Paris in 1787 by chemist Antoine Lavoisier. On the periodic table its symbol is Si.

28% of the earth crust is made of silicon, and it is the second element (as far as quantity is concerned) after oxygen. It can be found in clay, quartz, granite and several other substances.

Silicon is also one of the main components for materials such as glass, ceramic, silicon, concrete, microprocessor and solar panel. Moreover, it is usually found in drinking water and several types of vegetables.

**APTUM SILICA GEL.** In order to produce silica gel (sodium silicate,  $\text{SiO}_2$ ), silica sand must be cooked in special furnaces: silicon is melted at temperatures over 1,900°C. Liquid silicon gathers at the bottom of the furnace, it is collected and separated from impurities.

*Aptum Silica Gel* litter contains 98% pure silica gel. It features a 90% absorption percentage (900g of water for one kg of product), it is extremely porous ( $300\text{m}^2/\text{g}$ ), it is a non-toxic and non-polluting product limiting the growth of bacteria.

It is sold in 3.5kg packages: a normal "cat toilet" can be filled twice, and it is enough to absorb liquid for 70 days (medium-sized cat).

*Aptum Silica Gel* litter is available in two scents: Green Apple or Lavender. The scent is released when the product gets in touch with the liquid.

Besides the quality of raw materials, *Aptum Silica Gel* also features a competitive price.

**IT IS THE SAME, BUT STILL DIFFERENT.** Many people believe that silicon is always the same: this is however wrong. There are several different types of silicon on the market. One of the most important parameters to value silicon is dampness, which is reduced in silica gel thanks to an expensive drying process.

The longer the process lasts, the lower the dampness percentage will be (and the production cost will be higher). The dampness of *Aptum Silica Gel* is less than 5%, which is the best parameter currently available on the market.

Other important parameters are: grains size and dust. *Aptum Silica Gel* has a uniform grain size, and minimum levels of dust.

E c'è anche un altro asso nella manica che caratterizza la lettiera *Aptum Silica Gel*: oltre che per l'elevata qualità della materia prima, infatti, si distingue per il prezzo, davvero competitivo.

UGUALE, EPPURE DIVERSO. Ma, a questo punto, vale la pena di sfatare una convinzione tanto comune quanto sbagliata: molti, infatti, ritengono che il silicio sia tutto uguale. Niente di più sbagliato: è una convinzione che non trova fondamento nella realtà. In commercio esistono infatti molte tipologie diverse di silicio: uno dei parametri più importanti nella valutazione di questo elemento è la presenza di umidità, che viene ridotta nel gel di silicio mediante un costoso processo di essiccazione. Più a lungo si protrae questo processo, minore sarà l'umidità presente nel prodotto e maggiore il costo di produzione: nella lettiera *Aptum Silica Gel*, per esempio, l'umidità è inferiore al 5%, il parametro migliore attualmente disponibile sul mercato.

Altri parametri importanti sono la granulometria e la polverosità del prodotto: inutile sottolineare che, anche sotto questo punto di vista, *Aptum Silica Gel* garantisce una granulometria omogenea e uniforme, nonché una polverosità minima. (J.B.) ●

**UNA CURIOSITÀ...** In California esiste la Valle del Silicio (ovvero la Silicon Valley), celebre in tutto il mondo per la presenza di un enorme distretto dedicato alla produzione di componenti a base di silicio: computer, semiconduttori e software. Questa vallata, che si trova circa 50 km a sud di San Francisco e il cui nome geografico è Santa Clara Valley, ha visto, a partire dagli anni Cinquanta, lo sviluppo di un'industria legata alla lavorazione del silicio grazie soprattutto all'azione dell'incubatore tecnologico della locale Università di Stanford.

Oggi, in quest'area, vivono circa quattro milioni di persone e hanno la loro sede aziende del calibro di Microsoft, Apple, HP, Xerox, Facebook, Google, Yahoo! e molte altre ancora.

**DID YOU KNOW THAT...** Silicon Valley (California) is world famous for a huge area dedicated to silicon components: computers, semiconductors and software.

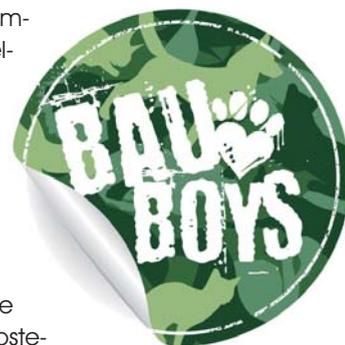
The valley is 50 km south of San Francisco, and its geographical name is Santa Clara Valley. Since the 50's, the silicon industry experienced a strong development, thanks to the local Stanford University. Today 4 million people live in the area, which hosts companies such as Microsoft, Apple, HP, Xerox, Facebook, Google, Yahoo! and many more.

# VITAKRAFT IN TV CON I BAU BOYS

In perfetta sintonia con la filosofia aziendale "Dall'Amore per gli Animali", Vitakraft si presenta come partner e sponsor della nuovissima trasmissione tv Bau Boys, in onda nella fascia pre-serale, alle ore 19, a partire dal 18 settembre su Italia 1



Si intitola proprio così, *Bau Boys*, e già in molti sono disposti a scommettere che è destinato a diventare uno degli eventi televisivi dell'anno. È una trasmissione nuovissima, un format moderno e brillante che racconta le avventure di una banda di impavidi bambini, per l'appunto i Bau Boys, impegnati a fare buone azioni per aiutare gli amici animali in difficoltà, con l'obiettivo di stimolare una sorta di imitazione positiva e di creare interazione con il pubblico a casa.



Una banda di bambini, natura e sensibilità per gli animali sono gli ingredienti principali della trasmissione, pertanto Vitakraft, vista la sua filosofia aziendale che punta a fare tutto per il benessere degli amici animali, non poteva non credere e sostenere i Bau Boys.

Ma di cosa parlerà questo programma innovativo destinato alle giovani famiglie? La risposta è semplice: come un

vero e proprio corpo paramilitare, i Bau Boys si ritrovano in un quartier generale per spartirsi le missioni da portare a termine in giro per l'Italia, per aiutare e salvare gli amici animali.

C'è il caso dei cavalli utilizzati per fare pet therapy con i reclusi del carcere di Bollate; bisogna trovare delle "routines" in grado di funzionare come protesi per cambiare in meglio la vita di tanti sfortunati animali disabili; poi ci sono le prove di addestramento, fatte apposta per insegnare ai bambini come interagire con l'articolato universo composto da cani, gatti, uccelli e da tutte le altre creature del mondo animale, sempre più presenti e amate nelle case degli italiani.

La squadra dei Bau Boys sarà guidata da un grintoso e carismatico capo, Marco Berry. Nella formazione di base della squadra di ragazzini spiccano i caratteri di Picchio, intelligente e sensibile, Falco, il leader bello e brillante, Doc, il geek curioso e geniale, Pulce, la ragazza del clan, unica donna ammessa nel gruppo. E poi c'è Bau, il cane mascotte, che rende ancora più forte e coeso il team. Ai bambini, a quelli del team ma anche a quelli a casa, si chiede soprattutto di agire e di scendere in campo e fare la cosa giusta aiutando gli animali in difficoltà. Una chiave e un'occasione, insomma, per imparare a rapportarsi più pragmaticamente con la vita. E un modo piacevole e divertente per raccontare storie coinvolgenti, che qualche volta sono state ricostruite, qualche altra sono state documentate dal vivo.

Ideato e realizzato per Italia 1, la rete giovane di Mediaset, dalla casa di produzione Barter, *Bau Boys* è un format diverso da tutti gli altri esperimenti e successi sul tema. "L'idea", racconta Maurizio Monti, DG di Barter, "non è quella di replicare l'ennesimo programma/rubrica sugli animali



domestici e non, ma di raccontare alcuni dei tanti casi emozionanti che vedono protagoniste queste creature senzienti entrate nel nostro quotidiano con un ruolo affettivo sempre più importante.”.

Per coinvolgere un numero crescente di bambini generando un virtuoso effetto imitativo, *Bau Boys* è stato concepito fin dall'inizio come un programma multimediale: oltre al sito del programma [www.bauboys.tv](http://www.bauboys.tv), si segnala una presenza convinta e allargata su internet, social network e blog, nonché il collegamento con tutte le realtà pubbliche e private, istituzionali e non, che nel nostro Paese si occupano di animali.

Vitakraft ha deciso di credere nelle potenzialità di *Bau Boys* e di sponsorizzare questa serie tv per tutte le puntate attraverso una telepromozione, in quanto la trasmissione risulta essere in perfetta sintonia con i valori, la mission e la filosofia aziendale: amore e benessere per gli animali, qualità dei prodotti, imparare dalla natura e rispettarla e, infine innovazione continua. I *Bau Boys* con le loro avventure e Vitakraft vi aspettano da domenica 18 settembre alle ore 19 su Italia 1. ●

**OLTRE LA TV.** *Bau Boys* organizza anche una serie di eventi sul territorio da allestire in parchi, centri commerciali e petshop. Per ospitare *Bau Boys* nel vostro spazio scrivete a [bauboys@bartertv.it](mailto:bauboys@bartertv.it).

**BEYOND TV.** *Bau Boys* also organizes events in Italy, which can be held in parks, shopping centres and specialized shops. In order to host *Bau Boys*, please write to [bauboys@bartertv.it](mailto:bauboys@bartertv.it)

## PET WORLD

### VITAKRAFT ON TV WITH BAU BOYS

Following the slogan "Born from love for pets", Vitakraft is the partner and sponsor of the new show broadcast on one of the main TV channels starting on September 18th at 7 pm.

According to many people, *Bau Boys* is going to become one of the most successful TV shows of the year.

It is a brand new show, a modern and smart format dealing with the adventure of a team of brave kids, *Bau Boys*, looking for good deeds in order to help pets in trouble, to cause a feeling of positive imitation and to interact with the audience.

A team of kids, nature and attention for pets are the main ingredients of the show. That is why Vitakraft, following its philosophy aiming at the pet's well-being, decided to support and to believe in *Bau Boys*.

What will the programme be about? The answer is easy: just like a paramilitary unit, *Bau Boys* meet at headquarters to share the mission they will pursue in Italy, in order to help save pets.

There is the story about horses and pet therapy with prisoners from Bollate prison. There is the story about little wheels working as prosthesis, in order to improve the life of several impaired pets. There are also training sessions, which will teach children how to interact with cats, dogs, birds and other pets, who are increasingly present in Italian families.

Marco Berry is the leader of *Bau Boys* team, which includes: Picchio (woodpecker), clever and sensitive; Falco (Hawk), the beautiful and smart young leader; Doc, the curious and clever geek; Pulce (flea), the only girl allowed in the team. *Bau*, the mascot dog, completes the team.

The team, but also children at home, will be asked to do the right thing, helping pets in troubles.

It is an important chance to learn how to live.

The show is a pleasant and funny way to tell touching stories, which have been reconstructed in some cases and live-recorded in other cases.

The TV show has been developed for Italia 1 TV channel (Mediaset channel for the young) by Barter TV: *Bau Boys* is different from the other shows of the sector. "The idea", explains Maurizio Monti, Barter GD, "is not to imitate other TV shows on pets: we want to tell some of the amazing stories starring these animals, who have become increasingly important for us".

In order to involve a growing number of children and causing a positive imitation effect, *Bau Boys* has been developed as a multimedia programme. Besides the website [www.bauboys.tv](http://www.bauboys.tv), the show features a broad presence on the internet, social network, blog, events, and connections with all the private and public associations dealing with pets.

Vitakraft decided to believe in the potential of *Bau Boys*, and to sponsor the TV show through commercials, since the show is in line with the values, mission and company's philosophy: love and well-being for pets, product quality, learning from nature and respect it, constant innovation.

*Bau Boys* and their adventure and Vitakraft will be on show starting Sunday 18th September at 7 pm. on Italia 1.



# IL LEVRIERO AFGANO

Mantello delicato, pelo lungo:  
ecco come toelettare una razza di grande classe

**Italsystem**<sup>TM</sup>

ITALSYSTEM SAS  
di Alberto Bianchi & C.  
via Corciano 14, 47900 Rimini  
tel. 0541731428, fax 0541731395  
www.1allsystems.com, info@1allsystems.com

RAZZA antichissima di origine asiatica, il levriero afgano è un cane appariscente e di gran classe, con un carattere tranquillo, molto dolce e affettuoso. Il suo mantello è lungo e con tessitura fine sul costato, sugli arti e sui fianchi; nei soggetti maturi il pelo è corto e fitto dietro le spalle e sulla sella. Ecco i consigli per la sua toelettatura.

1 Trattandosi di un mantello particolarmente delicato, è meglio effettuare il bagno una volta alla settimana con due passaggi di *Super Cleaning Shampoo*, che pulisce dolcemente lasciando il pelo ben nutrito, perché è ricco di condizionatore, e il manto corposo, non svolazzante e facilmente pettinabile.

2 A bagni alterni, eseguite un passaggio con *Product Stabilizer*: diluite due cucchiaini di prodotto in 2 l d'acqua, versate sul mantello, attendete un minuto e sciacquate.

3 Se il bagno è di tipo commerciale, oppure se state preparando il cane per un'esposizione, diluite tre cucchiaini di *Botanical Conditioner* in 2 l d'acqua, versate sul pelo e, infine, risciacquate. *Botanical Conditioner* è un condizionatore che nutre il pelo e previene la formazione dei nodi.

Il risciacquo deve essere leggero, così da lasciare sul manto un velo di prodotto che dona la giusta corposità.

4 Se invece il bagno è di mantenimento o di ristrutturazione del mantello, usate una miscela ancora più efficace: diluite due cucchiaini di *Super-Rich Conditioner* e due cucchiaini di *Pure Lanolin Plus* in due bicchieri d'acqua calda, miscelate energicamente e aggiungete 2 l d'acqua tiepida. Versate su tutto il mantello e sciacquate. La lanolina, non essendo solubile in acqua, non verrà eliminata, ma solo ben distribuita.

5 Per la fase di asciugatura è sconsigliato il soffiatore. Meglio usare il phon che, con il getto d'aria più dolce, non rischia di intrecciare il pelo: dirigetelo nel punto dove state spazzolando e procedete a zone, lasciando la testa per ultima. Utilizzate una spazzola *Pin Brush* con il cuscinetto bianco, particolarmente morbido, e aghi da 35 mm.

6 A mantello completamente spazzolato, passate un pettine *De Matting Comb*, con i denti lunghi 5 cm, grossi e ben spaziati, per verificare che non siano sfuggiti nodi; evitate pettini a denti stretti per non spezzare le punte. Se il levriero afgano è stato trascurato e ha il pelo annodato, asciugatelo con



l'aiuto di un cardatore morbido come lo *Slick Brush*. In casi difficili potrebbe essere necessario un taglianodi di tipo americano per entrare nei feltri e aprirli, facendo attenzione a non rovinare le punte.

7 Terminato il bagno di mantenimento, raccogliete il pelo con le cartine di plastica, o anche solo con elastici per pelo antistrappo (orecchie e frange della grassella per i maschi, culotte per le femmine).

8 Siccome lo standard di razza consiglia un tipo di toelettatura naturale, fate attenzione a non lasciare i segni della forbice quando riordinate i piedi, le frange e le orecchie; nel caso, correggete con una forbice dentata. La zona da correggere è quella della linea superiore, dove il mantello dei soggetti maturi deve essere corto e aderente alla cute, con un colore intenso; i cani più giovani, sul dorso, hanno della lana, poi cre-



**POTENTE E ROBUSTO.** Si caratterizza per robustezza e potenza il soffiatore *Blaster*: realizzato in acciaio, ha un motore con 4 cavalli di potenza e 1100 W. In più è dotato di un comodo tubo flessibile lungo ben 3 m, completo di bocchettone finale. È disponibile anche nel modello con potenziometro per regolare la spinta d'aria.



**POWERFUL AND STRONG.** The air blower *Blaster* is powerful and strong: made in steel, it has a 4 horsepower engine, 1100 W. It is equipped with a convenient flexible tube (3 m long) and outlet. Also a model with potentiometer is available to adjust the air flow.

scendo subiranno una muta naturale. Se la linea superiore è indietro e ha difficoltà a maturare, potete intervenire con piccole correzioni: create una sella simmetrica con l'aiuto di una pietra pomice e strappate piccole ciocche di pelo con le dita (*plucking*). Un soggetto giovane può cambiare tonalità di colore durante la crescita e raggiungerà la sua bellezza massima intorno ai tre-quattro anni. Potete decidere di fare il sottogola con la fosatrice oppure con la forbice dentata, tentando di dare al collo un aspetto il più lungo possibile. È sconsigliato l'utilizzo della fosatrice, perché con il taglio a macchinetta il pelo diventa lanoso e si infeltrisce: molto meglio il lavoro fatto a forbice anche per creare la sella o semplicemente per accorciare il pelo.

9 Utilizzate il *Fabulous Grooming Spray* spazzolando nel verso del pelo, sia come tocco finale pre-rinse, sia quando è necessario spazzolare semplicemente il mantello. Questo prodotto rinnova il nutrimento e protegge dal passaggio della spazzola.

10 Quando il pelo richiede un supplemento di pulizia, per esempio sulle zampe dopo una passeggiata, usate il *Self Rinse Shampoo*: diluite due cucchiaini di prodotto in due bicchieri d'acqua, spruzzate e spazzolate. (M.C.) ●

## DOGS

### THE AFGHAN HOUND

Delicate, long hair - how to groom this classy breed

Antique breed of Asian origin, the Afghan hound is an attractive and classy dog, quiet, sweet and affectionate. The hair is long and the texture fine on the ribs, the limbs and hips: in elderly dogs the coat is short and thick on the shoulders and back.

Here are some tips to groom that dog at best.

1 Given the hair is very delicate, bathe the dog once a week with *Super Cleaning Shampoo*, which cleanses delicately and nourishes the coat, as it is rich in conditioner; the coat is thick, not fluffy and easy to comb.

2 Use *Product Stabilizer* once every two baths: dilute two spoonfuls in 2 litres water, pour on the coat, wait for one minute and rinse.

3 If it is a regular bath or you are preparing the dog for a show, dilute three spoonfuls of *Botanical Conditioner* in 2 litres water, pour on the coat and rinse. *Botanical Conditioner* nourishes the hair and prevents tangles. Rinsing must be light so as to leave a veil of product on the coat to reach good texture.

4 If it is a maintenance bath or the coat needs to be textured, use a stronger mix: dilute two spoonfuls of *Super-Rich Conditioner* and two of *Pure Lanolin Plus* in two glasses of hot water, mix thoroughly and add 2 litres of lukewarm water. Pour on the coat and rinse. Lanolin, which is not soluble in water, will not be eliminated but just well distributed.

5 Preferably do not use an air blower to dry the coat. The hairdryer is better as, being more delicate, it does not risk to tangle the hair: use it on the area you are brushing and treat one area after the other, leaving the head as the last. Use a *Pin Brush* with white pad, very soft, and 35 mm long pins.

6 After you have brushed all the coat, use the *De Matting Comb*, with 5 centimetres long pins, large and well spaced, to check that no mats are left; avoid combs with close pins so as not to break hair tips. If the Afghan hound has tangles, dry the coat with the help of a soft *Slick Brush*. In difficult cases you may need a hook rake to split tangles making sure not to break the hair tips.

7 After the bath, wrap the hair with bakery paper or with hair bands.

8 Given the breed standard suggests 'natural' grooming, make sure not to leave any scissors sign when you care for the feet, the fringes and ears; if necessary, correct with a toothed comb. The area to correct is the upper line, where the coat of the elderly dog must be short and adhere to the skin; the younger hounds have wool on the back, which turns into a natural coat when they grow. If necessary, you can make little corrections: create a symmetric back by using a pumice stone and pluck little hair tufts. A young Afghan hound may change colour tone while growing; top beauty in an Afghan occurs at the age of three to four years. You may decide to use a clipper or teathed scissors under the chin to enhance the neck's length. Clippers are however not advised as they may make the hair become woolly and mat: the cut with teathed scissors ensures better results.

9 Use *Fabulous Grooming Spray* as final touch and also when you simply need to brush the coat. This product nourishes the hair and protects it from brush strokes.

10 When the coat requires further cleaning - for instance the paws after a walk - use *Self Rinse Shampoo*: dilute two spoonfuls of that product in two glasses of water, sprinkle and brush.

**ZOOMARK INTERNATIONAL 2011: NOI C'ERAVAMO.** Grande affluenza allo stand Italsystem all'edizione 2011 di Zoomark International che si è tenuta a Bologna lo scorso maggio. "Per noi Zoomark rappresenta un appuntamento prezioso per incontrare la clientela che ci segue da anni e con la quale cerchiamo di instaurare un rapporto di proficua collaborazione", commentano i titolari di Italsystem. "Grazie ancora una volta a tutti i visitatori che ci hanno dedicato la loro attenzione. Incontrare le aziende con cui lavoriamo da tempo è stato piacevole e molto utile, e abbiamo salutato con piacere i nuovi clienti, molti dei quali hanno colto l'occasione della fiera per avvicinarsi al mondo del pet. A tutti diamo appuntamento alla prossima edizione, nel 2013."



**ZOOMARK INTERNATIONAL 2011: WE WERE THERE.** A high number of buyers crowded Italsystem's stand at Zoomark International 2011 in Bologna. "Zoomark is a precious meeting point for us, since we meet there our loyal customers, with whom we have a partnership for mutual profit", Italsystem's owner state. "We thank once again all the buyers that devoted us their time. We loved to meet the partners we've been working with for long and we warmly welcomed the new customers, many of which profited from Zoomark International 2011 to debut in the pet supplies world. We hope we will meet them all again in 2013."

di Paolo Sparaciarì, foto di Isora Vicentini

# LA BANDA DEL BUCO

È quella a cui appartengono i cani affetti da un brutto vizio, che trasforma anche il più tranquillo dei quattrozampe in una specie di forsennato escavatore, flagello di parchi e giardini

ANCORA la ricordiamo come una delle situazioni più imbarazzanti mai vissute: eravamo stati invitati da un amico a visitare la bella villetta con giardino che dopo anni di lavoro aveva acquistato e ristrutturato. Un vero incanto. Il giardino, poi, un piccolo paradiso di colori e profumi degno di comparire su una rivista patinata. Data la circostanza, e chiesto l'assenso al nostro ospite, avevamo portato con noi il nostro cane, un'adorabile meticcina di taglia media da tutti ritenuta un esempio di equilibrio, obbedienza e affidabilità. Almeno sino a quel giorno.

Già, perché nel breve lasso di tempo necessario ai complimenti di rito e a un paio di long drink alla frutta, la cagnolina, approfittando della disattenzione generale, aveva già scavato nel terreno tre buche della profondità media di circa 25 cm e, cosa molto più grave, completamente sradicato un paio di meravigliose piante da fiore, manco a dirlo le più rare e costose.

Tante scuse, la pronta disponibilità a risarcire ogni danno e, soprattutto, la lunga amicizia che ci legava ai padroni di casa hanno limitato il disagio di una terribile e del tutto inaspettata figuraccia.

**NON INDURRE IN TENTAZIONE.** Se avete un cane adorabile, ma con la particolare vocazione a rendere inutile ogni vostra velleità di esperto giardiniere, prima di disperarvi e prendere decisioni sbagliate, recatevi nel capanno degli attrezzi e date uno sguardo ai tipi di concime che usate per i fiori. Se ne trovate uno a base di sangue bovino e scarti di macellazione esclamate "bingo!" e congratulatevi con voi stessi. Molto probabilmente avete appena scoperto la causa del malvagio comportamento del vostro amico: pare infatti che l'odore emanato da questo tipo di prodotto, peraltro universalmente apprezzato per efficacia ed economicità, lo induca a scavare il terreno sul quale è stato utilizzato. Probabilmente alla ricerca di un osso che non c'è.



**QUESTIONE D'ISTINTO.** Ma perché era accaduto tutto questo? Cosa aveva trasformato uno dei più buoni, intelligenti e affidabili esemplari della specie canina in un mostro devastatore di giardini? La risposta, almeno nella maggior parte dei casi, parrebbe semplice, molto semplice, e starebbe in una parola che tutti conosciamo: istinto.

Perché nei canidi quello di scavare buche nel terreno è un comportamento funzionale alla vita e alla conservazione della specie. In effetti, sappiamo che praticamente tutti i canidi selvatici scavano il terreno per prepararsi una tana dove rifugiarsi o dare alla luce i piccoli, per nascondere o recuperare un osso, per cacciare una piccola preda o per sfuggire al caldo.

Il cane domestico ha naturalmente ereditato questo modulo comportamentale che, in determinate condizioni, riemerge con le modalità che conosciamo. Per la mania di fare buche non esiste alcuna predisposizione di sesso, mentre parrebbe essercene una di razza. A quest'ultimo proposito esperienze aneddotiche, ma largamente condivise, sembrerebbero indicare le razze nordiche (siberian husky, alaskan malamute) come quelle in cui questo comportamento si manifesta con maggiore frequenza.

Comprensibilmente diverso il caso di certe razze

# Nuovi **DOG&CO**<sup>®</sup>

+ Belli da vedere  
+ Buoni da mangiare



FLAVOR & PASSION

Via Porta Palermo, 131 91011 Alcamo (TP)  
Tel. +39 0924 23013 - Fax: +39 0924 22424  
www.adragna.it - info@adragna.it

Cercasi concessionari per zone libere

**A MALI ESTREMI, ESTREMI RIMEDI.** Come abbiamo visto, naturale o acquisita che sia, l'attitudine del cane a scavare buche può essere controllata in vari modi. Ora ne descriviamo un altro, piuttosto singolare, che fa leva sulla naturale repulsione del migliore amico dell'uomo per le sue stesse feci e per quelle dei suoi consimili.

Il metodo è semplicissimo e consiste nel riempire le buche con materiale di scarto come immondizia domestica, residui vegetali e quant'altro sottomano. Si completa il tutto aggiungendo feci canine (non importa la loro origine) e ricoprendo con uno strato compatto di terra dello spessore di almeno 5-6 cm. Il cane certamente andrà a scavare in quel punto, ma rimarrà talmente nauseato da ciò che trova da rinunciare, nel giro di poco tempo, a ulteriori operazioni. Non avendolo mai sperimentato, non ci sentiamo di garantire questo metodo, che comunque, data la natura dei materiali che impiega, consiglieremo di provare per ultimo.

ne venatoria è terminata e non sono ancora iniziate le sedute di allenamento. Viene in mente qualcosa di più noioso? Ecco allora che scatta la voglia di trasgressione e a farne le spese è il giardino.

Un'altra possibile causa è rappresentata dall'ansia da separazione. Un cane che ha la sgradevole sensazione di un seppur temporaneo abbandono reagisce con una gamma di comportamenti che comprende anche, ma non solo, l'attività di scavo.

Un caso particolare è invece quello rappresentato dai cani che scavano al di sotto di una recinzione nel tentativo di superarla. Appare evidente che in questi soggetti l'attività di scavo è funzionale al preciso obiettivo di guadagnare la libertà.

**ESPEDIENTI, TECNICHE E STRATEGIE.** Ora che conosciamo le principali possibili cause di questa cattiva abitudine, accenniamo ai metodi più utilizzati per eliminarla. È evidente che, quando si tratta di carenza di esercizio fisico o di stimolazioni esterne, il rimedio è molto semplice e risiede nel fornire al soggetto ciò che gli manca. Nel caso a mancare sia l'attività fisica, aumentare il tempo e la qualità delle passeggiate eliminerà gradualmente il problema, mentre se a latitare è l'interesse verso la realtà circostante sarà utile fornire all'animale dei giocattoli, masticabili e non. In quest'ultimo caso, poi, è sempre indispensabile una maggiore interazione con il proprietario.

Non sempre, però, le cose sono così semplici. L'attitudine a scavare il terreno è qualcosa di scritto nel dna di tutti i cani e talvolta, per controllarla, è necessario mettere in atto una strategia un po' più complessa. Il principio è questo: se il nostro amico non ne vuol sapere di smettere di fare buche, che almeno le faccia dove diciamo noi.

Le tecniche per insegnare al nostro cane dove è permesso fare buche e dove no sono diverse in funzione dell'estensione e della planimetria dello spazio disponibile, ma tutte si basano sull'impiego di rinforzi positivi. A quanto ci dice un

amico trainer professionista, il numero dei successi è di gran lunga superiore a quello dei fallimenti.

Lasciando ai comportamentisti di professione la messa a punto di ogni singolo caso pratico, accenniamo alla possibilità di allestire un vero e proprio spazio dedicato all'attività di escavazione. Localizzata un'area del giardino che sia il più possibile calda d'inverno e fresca d'estate, si delimita con delle assi di legno solido uno spazio rettangolare profondo circa 40 cm che andrà riempito con sabbia di fiume pulita. Circa le dimensioni, due metri per tre saranno più che sufficienti. Costruita la struttura, occorrerà incentivare in tutti i modi il nostro amico a servirsene, utilizzando gli stessi metodi basati sul rinforzo positivo cui si accennava prima. ●



foto: Brandon Campbell

di terrier nelle quali l'attitudine allo scavo è stata elevata a criterio di selezione per generazioni. Ma oltre a ciò che abbiamo chiamato istinto e alle predisposizioni di razza, esistono diversi altri motivi che possono spingere un cane a trasformarsi in un'efficiente macchina da "movimento terra".

Primo tra questi è la carenza di attività fisica. Molti soggetti soffrono l'impossibilità di "scaricare" adeguatamente la loro esuberanza attraverso corse e passeggiate e, non trovando di meglio, si rivolgono a un'attività "sul posto" capace di soddisfare questa esigenza. Insomma: il principio è un po' lo stesso della nostra cyclette.

Altra molla che può spingere un cane verso l'esplorazione del sottosuolo è certamente la noia. Sembra strano ma è così. Anche tra i nostri amici quattrozampe la mancanza di un preciso compito da svolgere può portare a comportamenti impropri. D'altra parte, immaginiamo la giornata di un cane da caccia quando la stagio-

Ricetta del  
**Buon Appetito**

Improvvisamente ritrovi l'Italia

I sapori, il gusto e gli aromi della tua sana dieta italiana  
in un alimento che il tuo amico a quattro zampe  
non dimenticherà mai!

**Crancy**  
Italian Way®



**insieme**

per il



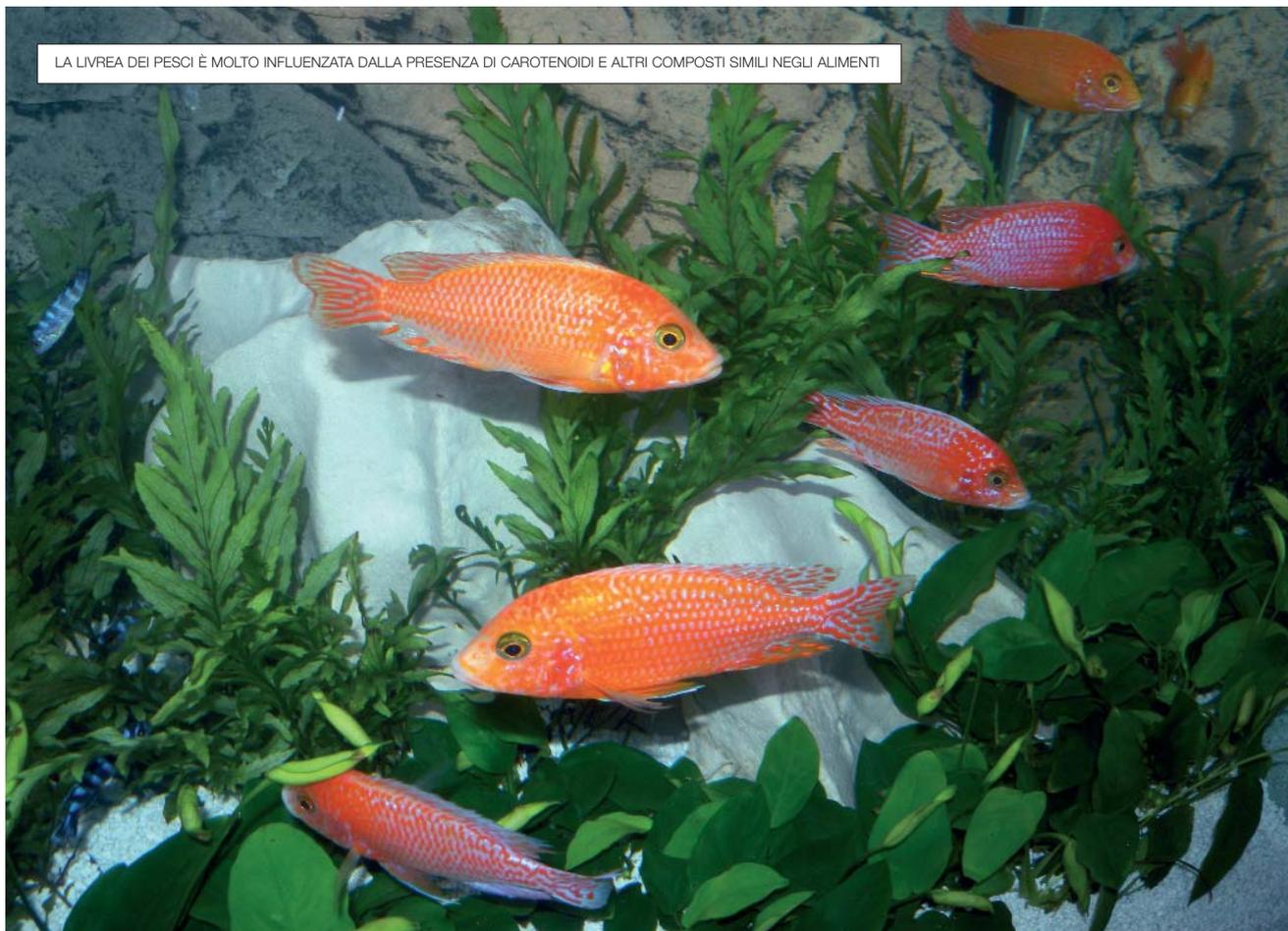
Il 5% dei ricavati di vendita della Linea Crancy Italian Way nei punti vendita presenti in Toscana, Emilia Romagna, Marche ed Umbria sarà devoluto alla fondazione dell'**Ospedale Pediatrico Meyer** di Firenze.



**Giuntini**

ricette italiane tutte da mordere

LA LIVREA DEI PESCI È MOLTO INFLUENZATA DALLA PRESENZA DI CAROTENOIDI E ALTRI COMPOSTI SIMILI NEGLI ALIMENTI



di Valerio Zupo

## IL CONSIGLIO GIUSTO

Non è sempre semplice suggerire al cliente il mangime ideale per il suo tipo di acquario. Per questo è importante sapere che...

UN cliente richiede un alimento per i suoi pesci. Ci si volta sullo scaffale e si prende una confezione generica di cibo in fiocchi di tipo animale. Ma è veramente così la "questione cibo"?

Gli alimenti costituiscono un fattore essenziale per il successo di un acquario, come per l'allevamento di qualsiasi altro animale da compagnia. In acquario, anzi, assumono un'importanza ancora maggiore, perché non è importante solo la qualità delle cose che i pesci "utilizzano" per vivere, crescere e riprodursi, ma anche la qualità di quanto eventualmente non digeriscono o escretano, inquinando così l'ambiente.

Esistono ottimi mangimi per acquacoltura che costano veramente poco: servono per far ingrassare e crescere rapidamente trote e dentici. Cosa ci impedisce di usarli per i discus? In effetti, questi mangimi sono anche abbastanza "attraenti" per i pesci, avendo odore e sapore gradevoli per la maggior parte delle specie.

**BUONI, MA NON PER TUTTI.** Il fatto è che questi mangimi sono formulati per produrre una rapida crescita di pesci destinati all'alimentazione umana, soprattutto quelli d'acqua fredda, e non sono adatti per i pesci tropicali: contengono sino al 70% di proteine, cosa che in adeguate condizioni fa crescere un sarago in un tempo relativamente breve, in allevamenti a ciclo aperto. Quando somministrati in acquario, però, producono disastri.

Infatti i nostri beniamini non riescono, nelle migliori condizioni, che ad assimilare la metà delle proteine presenti: la parte rimanente viene immediatamente espulsa sotto forma di ammoniaca che inquina, produce iperproliferazione di alghe, compromette il buon funzionamento del filtro. Inoltre questi cibi contengono un eccesso di grassi che, in adeguate condizioni, contribuiscono alla rapida crescita dei pesci d'allevamento, ma nelle normali condizioni di un acquario, con pesci che si muovono pochissimo e non devono sfuggire ai predatori né resistere a correnti sostenute, si accumulano nel loro corpo, producendo degenerazione grassa di vari organi, tra i quali il fegato e l'ovario.

I risultati sono evidenti: l'acqua diventa lattiginosa, il filtro non riesce a smaltire gli inquinanti aggiunti, alghe scure cominciano a proliferare dappertutto, compresa la superficie delle piante, i pesci si ammalano e, nella migliore delle ipotesi, non si riproducono. Ne valeva la pena? Abbiamo proposto al cliente un piccolo risparmio, utilizzando un alimento teoricamente buono (infatti si usa anche in acquacoltura!) e per noi molto economico, ma abbiamo prodotto tanti e tali problemi da indurlo a lasciare l'acquario in cantina. Tutto questo è stato prodotto da un singolo barattolo di mangime...

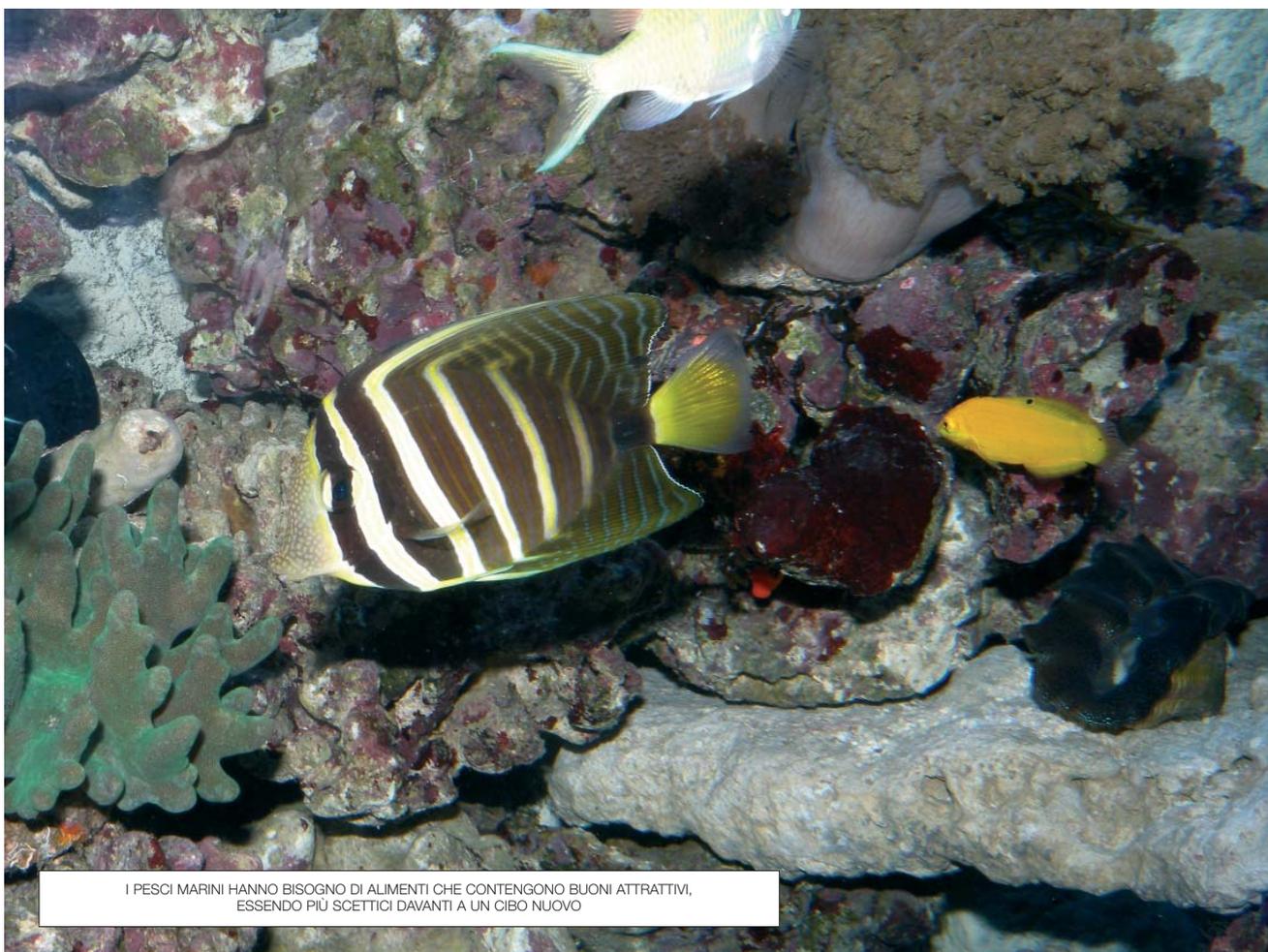
**CARATTERISTICHE DI TUTTO RISPETTO.** Un buon mangime per pesci deve avere tre caratteristiche fondamentali: essere "interessante" per i pesci, avere il giusto contenuto nutrizionale per garantire la loro crescita e la riproduzione e non inquinare. Molti eccellenti mangimi per acquari possiedono queste caratteristiche, ma si "perdono" in una messe di cibi diversi, tutti contenuti in confezioni colorate. È fin troppo facile, per distributori con pochi scrupoli, impacchettare in belle confezioni mangimi studiati per altri scopi e venderli a prezzi competitivi. I risultati, poi, sono quelli sopra descritti. Per questo è essenziale per il negoziante specializzato imparare a leggere le etichette.

Ovviamente, un buon mangime deve attrarre i pesci: se un cibo ha tutto quello che serve per produrre pesci sani, ma non viene mangiato, allora serve a poco. Allo stesso modo, se un cibo è attraente, ma non contiene i principi alimentari indispensabili, i pesci si ammalano o smetteranno di riprodursi. Infine, se un alimento è attraente e contiene i principi indispensabili, ma contiene anche un'enorme quantità di inquinanti, evidentemente produrrà molti problemi all'acquariofilo. È chiaro, a questo punto, come una spesa leggermente maggiore sia ben giustificata, se l'alimento è ideale sotto tutti i punti di vista: spesso la differenza di prezzo è contenuta in pochi euro, che saranno distribuiti su vari mesi di corretta alimentazione. Di certo non vale la pena risparmiarli.

Per spiegarlo al cliente basterà leggere i contenuti dichiarati e analizzarli alla luce di quanto sopra esposto, ovvero:

- ▶ un alimento con un contenuto proteico troppo elevato inquina molto e farà aumentare a dismisura le alghe;
- ▶ un mangime troppo grasso potrà far ammalare i pesci;
- ▶ un alimento contenente un eccesso di fibre non è sufficiente a sostenere la crescita;
- ▶ i carboidrati non inquinano (si trasformano nel corpo dei pesci in acqua e anidride carbonica, dopo l'uso), ma un loro eccesso provoca la trasformazione in grassi e i pesci tropicali non ne consumano grandi quantità, a differenza di quelli d'acqua fredda che vivono in corrente.

**SOLUZIONI SU MISURA.** Dunque, qual è la ricetta ideale? Pur non essendo possibili generalizzazioni, perché ogni specie e ogni acquario dovrebbero avere la loro ricetta speciale, possiamo prendere come punto di partenza un contenuto in proteine dal 35 al 50%, carboidrati intorno al 10-20%, lipidi (grassi) tra il 10 e il 15%, fibre tra il 5 e il 10%, circa un 10% di sali minerali (ceneri) e una minima percentuale (3-6%) di umidità.



I PESCI MARINI HANNO BISOGNO DI ALIMENTI CHE CONTENGONO BUONI ATTRATTIVI, ESSENDO PIÙ SCETTICI DAVANTI A UN CIBO NUOVO

Preferiremo gli alimenti contenenti metaboliti di origine vegetale (per esempio carotenoidi), stimolatori del metabolismo di origine animale (per esempio astaxantina) e vitamine: in questo modo la salute dei pesci è salvaguardata e l'ambiente non sarà troppo inquinato.

Molto importanti sono anche gli stimolatori del sistema immunitario, prebiotici e probiotici. In pratica, i probiotici sono costituiti da microrganismi vivi, in grado di produrre sostanze (per esempio glucani) che stimolano le difese organiche. È stato ampiamente dimostrato da un'abbondante letteratura scientifica che somministrando probiotici ai pesci (e ai gamberi, come ad altri invertebrati acquatici) si ottiene una migliore crescita e uno stato di salute più stabile, grazie a una maggiore resistenza alle malattie parassitarie. Infatti questi microrganismi, che si insediano solitamente nell'intestino, sono ormai utilizzati anche nelle normali diete umane.

I prebiotici sono invece le sostanze prodotte da quegli stessi microrganismi, in assenza dei loro produttori. Si tratta di due strategie diverse, ma il risultato è il medesimo: si ottengono pesci più sani, più vispi, che crescono meglio.

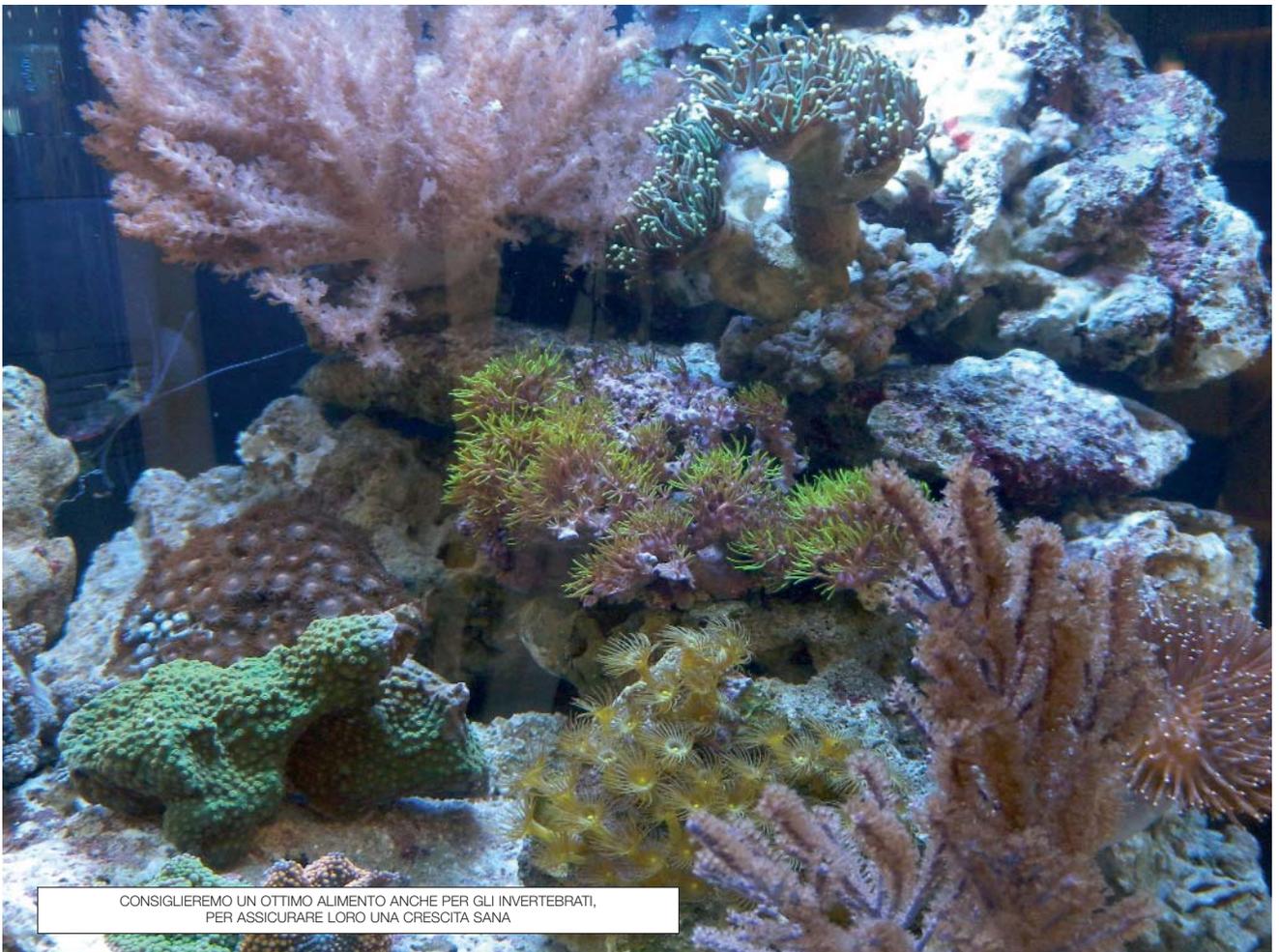
**VARIAZIONI SUL TEMA.** Dunque: basterà consigliare la somministrazione di un solo alimento che possiede tutte queste caratteristiche? Certamente no, visto che la regola aurea è "variare". Ma perché variare se un cibo è perfettamente bilanciato e sano? Perché un solo alimento non può contenere tutto, pur essendo costituito da numerosi ingredienti. I pesci, come qualunque organismo vivente, hanno bisogno non solo di un corretto apporto di proteine, carboidrati e grassi: necessitano anche di sostanze che il loro corpo non può sintetizzare e che sono quindi indispensabili nella dieta (sono dette "essenziali").

È il caso di alcuni aminoacidi (i "mattoni" che costituiscono una proteina) essenziali contenuti in varie proteine e di alcuni acidi grassi essenziali, e di vitamine che, per definizione, non possono essere sintetizzate nel corpo di una certa specie ma sono indispensabili per catalizzare determinate reazioni nelle cellule.

Un alimento potrebbe contenere alcuni aminoacidi essenziali, ma non tutti. Un altro potrebbe contenere tutti gli aminoacidi essenziali, ma essere carente in acidi grassi e in alcune vitamine. Per essere certi di fornire ai pesci tutto quello di cui hanno bisogno è necessario variare, alternando diversi cibi.

Quindi, se il nostro cliente ha un acquario abbastanza grande, sarà meglio suggerire l'acquisto di varie piccole confezioni di alimenti diversi (tutti caratterizzati da un contenuto coerente con la formula poco sopra citata), possibilmente utilizzando anche preparazioni diverse: fiocchi, liofilizzati, pellettati, estrusi, congelati, freschi.

Ognuna di queste preparazioni, infatti, comporta la perdita di alcuni principi alimentari e la conservazione di altri. Per esempio, la maggior parte dei fiocchi è povera in vitamine, perché la loro preparazione comporta un forte surriscaldamento (molte vitamine sono termolabili), ma in alcuni casi queste preziose sostanze vengono aggiunte a fine lavorazione.



CONSIGLIEREMO UN OTTIMO ALIMENTO ANCHE PER GLI INVERTEBRATI,  
PER ASSICURARE LORO UNA CRESCITA SANA

UN ECCESSO DI PROTEINE SI TRASFORMA IN AZOTO (AMMONIACA),  
CHE PRODUCE IPERPROLIFERAZIONE ALGALE



I liofilizzati, invece, conservano quasi intatto il corredo in vitamine e proteine, ma tendono a degradarsi rapidamente, specialmente per quanto riguarda gli acidi grassi. Esistono infine alimenti umidi con un contenuto estremamente bilanciato e stabile, ma non sempre attraggono tutte le specie di pesci. Dunque, alternare permette di garantire una dieta completa ed efficace.

Acquistare tanti alimenti diversi, però, potrebbe significare, per i possessori di piccoli acquari, tenerli nel cassetto molto a lungo, perché alternandoli si consumano poco: questo non è vantaggioso, perché un'altra caratteristica degli alimenti per pesci è quella di degradarsi abbastanza rapidamente. In genere, già dopo tre mesi un alimento comincia a perdere il proprio potere nutritivo e dovrebbe essere sostituito, specialmente se destinato a pesci in crescita o comunque delicati.

**IDEE PER IL MENU.** Se vogliamo evitare che il cliente debba buttare via troppo spesso gli alimenti acquistati, potremo suggerire dei "menu": in questo modo, in una singola confezione di piccole dimensioni l'appassionato troverà tre o quattro cibi diversi (generalmente anche di diversa preparazione, come pellettati, liofilizzati e fioccati) e potrà facilmente alternarli ogni giorno. Il vantaggio è che la confezione menu si consuma più rapidamente, consentendo così di utilizzare tutto il contenuto quando è ancora al massimo della sua efficienza dietetica.

Ovviamente consiglieremo di somministrarne due volte al giorno una quantità modica, così da essere consumata nell'arco di un paio di minuti: questa raccomandazione, che i "vecchi" negozianti facevano sempre, si sente ripetere oggi meno spesso, eppure i neofiti hanno ancora il vecchio vizio di sovralimentare i loro ospiti. Meglio, dunque, ripeterlo una volta in più, per evitare che tornino affermando che il filtro non funziona a dovere!

Utilizzando queste semplici regole faremo in modo che la scelta degli alimenti e la loro somministrazione continuino a essere un momento bello e sano, evitando problemi ai pesci ma anche agli appassionati.

Inoltre, ricordiamo che l'acquisto del mangime costituisce per qualsiasi hobbista un'occasione importante per frequentare il negozio specializzato: è perciò fondamentale non sottovalutare questo momento, in modo da rinsaldare il rapporto di fiducia e proporre prodotti di elevata qualità, sino al prossimo appuntamento.

È quindi controproducente offrire confezioni troppo generose (che allontaneranno il cliente a lungo dal negozio) o risolvere il problema con un alimento generico di bassa qualità: il cliente sarà disposto a spendere qualche euro in più per un mangime di elevata qualità se sapremo spiegare bene i motivi che indirizzano a questa scelta e, soprattutto, se nelle settimane successive noterà effetti positivi sui pesci e sull'intero acquario. ●

di Maria Luisa Mancini

# DI TUTTI I COLORI

Sclerattinie o madrepora, ovvero l'arcobaleno in acqua.

Logico, quindi, che chi ama l'acquario di barriera sogni una vasca piena di "coralli colorati", proprio come certi fondali mozzafiato. Ma non è così semplice...



NEGLI ULTIMI ANNI IL MANTENIMENTO E L'INCREMENTO DEI COLORI DEI CORALLI HANNO LARGAMENTE INFLUENZATO LA CONCEZIONE STESSA DELL'ACQUARIO DI BARRIERA

La livrea di un corallo non è soltanto tipica di ogni specie: può variare sensibilmente anche tra i diversi esemplari della stessa specie e perfino individualmente e nel tempo, a seconda del mutare delle condizioni ambientali. Ambire a una vasca in cui i coralli siano protagonisti non è una novità: già dagli anni Cinquanta (e fino all'avvento del "berlinese"), quando le madrepora negli acquari marini erano solo scheletri morti e sbiancati utilizzati come semplici elementi di arredo, si usava tingergli con colori pastello atossici per realizzare improbabili e un po' lugubri "giardini acquatici" che qualche purista, non a torto, chiamava con una punta di disprezzo "cimiteri colorati".

Da qualche anno, però, il "barriera variopinta" a tutti i costi sembra essere diventato il fine ultimo di un numero sempre crescente di acquariofili, disposti per questo a sposare complessi, e ovviamente costosi, programmi di gestione per il raggiungimento e il mantenimento delle colorazioni volute.

**AMPIA GAMMA CROMATICA.** Molti sono erroneamente convinti che la livrea di acropore & c. dipenda solo dalle loro alghe simbiotiche (zooxantelle), che giocano un ruolo fondamentale nell'edificazione dell'esoscheletro madreporico e quindi delle stesse barriere coralline.

Mediante la fotosintesi, le zooxantelle producono energia chimica, resa disponibile per il loro ospite sotto forma di zuccheri, aminoacidi e acidi grassi, nonché ossigeno; a sua volta, il corallo ricambia con i prodotti di scarto del proprio metabolismo (ammonio/ammoniaca, fosfati e anidride carbonica), utilizzati dalle alghe per la fotosintesi in presenza di luce.

Per espletare al meglio la fotosintesi, le alghe hanno sviluppato speciali pigmenti (detti appunto fotosintetici), ognuno dei quali assorbe una specifica lunghezza d'onda dallo spettro solare (clorofilla A, clorofilla C, carotene o peridina). La porzione di luce riflessa dalle zooxantelle è priva delle lunghezze d'onda assorbite, quindi di colore beige o marrone. Quando un corallo si presenta con una livrea di questo colore, dipenderà in larga misura proprio dalle sue zooxantelle: più queste sono numerose, maggiore sarà l'intensità della colorazione scura.

In natura, molti coralli appaiono in effetti così sobriamente colorati, altri invece mostrano un'ampia gamma cromatica che va dal rosa al blu, passando per l'arancione, il verde e il violetto. Responsabili di queste tinte sono speciali pigmenti accessori, la cui esistenza era già nota da molti anni, ma che solo di recente (metà anni Novanta) sono stati isolati e correttamente identificati come "cromoproteine".

**CROMOPROTEINE RIFLETTENTI E FLUORESCENTI.** La prima cromoproteina identificata con certezza è stata la *pocilloporina*, cosiddetta perché responsabile della colorazione rosa di *Pocillopora* spp. (ma anche di molte acropore). In seguito, cromoproteine simili sono state identificate in diverse forme colorate di *Seriatopora*, *Stylophora* e *Acropora*, e via via un po' in tutte le specie di coralli ermatipici oggetto della ricerca.

Queste cromoproteine si possono distinguere in due gruppi: riflettenti e fluorescenti. Le prime assorbono lunghezze d'onda comprese tra 500 e 600 nm (corrispondenti ai colori verde, giallo, arancio e rosso) e vengono elaborate dal corallo come protezione dall'irraggiamento solare di intensità medio-bassa, cioè già filtrato in parte dall'acqua, ai Tropici rilevabile in genere a profondità variabile tra i 5 e i 15-20 m (zona infralitorale). Di regola, la loro produzione cresce con l'intensità luminosa e decresce con l'aumentare delle zooxantelle.

Le cromoproteine fluorescenti assorbono invece la luce nelle lunghezze d'onda inferiori, comprese cioè fra 360 nm (UV-A) e 450 nm circa (violetto, blu e verde). Si sviluppano perciò soprattutto nei coralli che colonizzano le acque basse del reef, spesso entro la fascia di marea (mesolitorale), esposte a massicce e prolungate irradiazioni ultraviolette scarsamente filtrate, contro le quali le cromoproteine svolgono un'azione protettiva nei confronti sia dei tessuti del corallo sia delle stesse zooxantelle.



GONIOPORA SP. "ORANGE": NATURALE O ARTIFICIALE?

**ZOOXANTELE MASCHERATRICI.** Quali sono le cause di una proliferazione abbondante di zooxantelle, in grado di mascherare totalmente i pigmenti colorati dei coralli? Mediante una complessa e ancora non del tutto chiarita regolazione del proprio metabolismo, il corallo può "coltivare", in condizioni ambientali stabili e idonee, le sue alghe simbiotiche, mantenendole su quantitativi circoscritti, ma del tutto sufficienti al proprio fabbisogno.

Quando tuttavia i nutrienti organici e inorganici disciolti nell'acqua abbondano, le zooxantelle (e tutte le altre alghe presenti nell'acquario) li sfruttano per proliferare oltre misura, utilizzando direttamente ciò che producono con la fotosintesi (aminoacidi, zuccheri e altro) e cedendone di conseguenza in misura sempre minore al loro ospite. Che, però, può a sua volta sfruttare i nutrienti disciolti assimilandoli direttamente per osmosi. Inoltre, salvo in qualche rara forma ermatipica obbligata, ossia con polipi incapaci di catturare plancton e particolato organico, esso è in grado di integrare la propria alimentazione nutrendosi di piccoli organismi planctonici.

D'altro canto, somministrando cibo e nutrienti in tracce ai coralli aumenteremo anche il nutrimento disponibile per le alghe, ma queste, a loro volta, possono proliferare anche in una situazione opposta, ovvero in carenza di nutrienti disciolti e di plancton che "obbliga" il corallo a incrementare le proprie zooxantelle per sopravvivere.

Insomma, un equilibrio complesso e tutt'altro che semplice da raggiungere e mantenere: anche perché, va ricordato, i test acquaristici non misurano la sostanza organica disciolta, ma solo quella inorganica.

I "test fosfati", per esempio, misurano il "fosforo inorganico disciolto" (l'insieme degli ioni ortofosfato), ma oltre che sotto questa forma, il fosforo sarà comunque presente nell'acquario anche come "fosforo organico disciolto" che, con il tempo, attraverso l'attività batterica e reazioni chimico-enzimatiche, verrà decomposto in fosforo inorganico.

L'acquariofilo può dunque conoscere solo la concentrazione degli ioni fosfato, non considerando l'insieme delle altre forme con cui il fosforo è presente. Buona parte dell'azoto e del fosforo organici è introdotta con il cibo, sia secco, sia fresco o surgelato: cibo destinato non solo ai coralli, ma anche, anzi spesso, soprattutto ai pesci, ai crostacei e ai diversi invertebrati quasi sempre allevati insieme alle sclerattinie.



LA COLORAZIONE DI QUESTE ACROPORE È DATA PRESSOCHÉ ESCLUSIVAMENTE DALLE ZOOXANTELE SIMBIOTICHE

**COLORATI, TROPPO COLORATI...** Dopo i “Chanda color”, i “Cory color” e i “Tetra color”, non potevano mancare i coralli colorati, ovviamente artificiali. Coralli sia molli sia duri – Alcionari e Sclerattinie – dai colori a dir poco improbabili (*Cladiella* rosso fuoco, *Turbinaria* giallo canarino, *Goniopora* “orange” o “red”, *Fungia* rosa shocking...), specie delle quali in natura si può al limite ammirare la delicata sfumatura grigia o verdognola, divenute improvvisamente più vistose di un’insegna da casinò, e via discorrendo.

Inutile dire che chi offre novità del genere raramente ha modo di pentirsi, visto che i coralli “dipinti” vanno a ruba tra chi, evidentemente, non si fa molti scrupoli di carattere etico, considerando il proprio acquario né più né meno di un bel quadro vivente da tenere sempre attraente e colorato.

Magari qualcuno li avrà anche acquistati in buona fede, pensando ingenuamente che la natura è meravigliosamente varia e, dunque, che qualche intraprendente negoziante o importatore abbia scoperto una nuova fonte di coralli dalla colorazione insolita e seducente! Prima o poi, però, giunge la sgradevole sorpresa di vedere pian piano sbiadire le inusuali livree, fino al ripristino della colorazione naturale: quando ciò non avviene è perché, purtroppo, il corallo è morto prima di riuscire a espellere il colorante assorbito.

Si tratta di un procedimento applicato già da molti anni sugli anemoni tropicali. Alcuni esportatori asiatici fin troppo disinvolti, infatti, sfruttano la biologia di questi animali ben conoscendo certe reazioni causate dall’ambiente: tenuti per lungo tempo al buio “sbiancano”, espellendo zooxantelle e pigmenti protettivi dalla luce, mentre sciogliendo nella loro acqua coloranti poco tossici se ne ottiene l’assorbimento e il conseguente cambio di colore. Superfluo aggiungere che si tratta di colorazioni artificiali e temporanee, comunque sicuramente non indolori per i poveri animali, colpevoli solo di non essere sufficientemente sgargianti agli occhi di tanti sedicenti acquarofili.

**STRATEGIE DI SUCCESSO.** Chi vuole avere a tutti i costi dei coralli “colorati” dovrebbe avere in vasca sia i fosfati sia i nitrati tassativamente su valori praticamente non misurabili dai comuni test acquaristici, rispettivamente sotto 0,03 mg/l e non oltre 5 mg/l.

Sarà necessario dosare con molta cura il cibo somministrato, per evitare un carico eccessivo di sostanza organica di fatto non misurabile (e di conseguenza non quantificabile); e meno pesci e meno invertebrati diversi dalle sclerattinie ci saranno, più facile sarà mantenere “povero” (oligotrofo) il sistema.

Importante è poi una forte e appropriata illuminazione ad ampio spettro (le lampade a vapori metallici sono in questi casi ancora imbattibili), senza la quale i coralli non avrebbero alcun bisogno di sintetizzare cromoproteine e altri pigmenti fotoprotettivi. Infine, i macro e gli oligoelementi che non devono mai mancare:

- ▶ il *calcio* è indispensabile per l’edificazione e lo sviluppo dell’esoscheletro calcareo del corallo. Dev’essere sempre disponibile in quantità comprese tra 350 e 450 mg/l;
- ▶ il *magnesio* gioca un ruolo importante nel mantenimento di un corretto bilanciamento tra calcio e alcalinità nell’acqua marina, prevenendo un’eccessiva precipitazione di calcio e bicarbonati. La sua concentrazione dovrebbe restare compresa tra 1.250 e 1.350 mg/l;
- ▶ lo *stronzio* è un importante componente dell’aragonite, minerale secreto dalle sclerattinie ermatipiche per la costruzione dell’esoscheletro. La sua concentrazione nell’acqua dovrebbe aggirarsi intorno a 8 mg/l;

► lo *iodio*, sia pure in concentrazioni infinitesimali, è essenziale per il corretto metabolismo soprattutto di pesci, coralli, crostacei e alghe macrofite. I coralli zooxantellati e le tridacne lo utilizzano per "disintossicarsi" dall'eccesso di ossigeno prodotto dalle loro alghe simbiotiche sotto intensa illuminazione. È uno degli elementi maggiormente rimossi dallo schiumatoio e andrebbe quindi reintegrato per mantenerne una concentrazione comunque bassissima, intorno a 0,06 mg/l.

**ERRORI, EQUIVOCI, LEGGENDE DA SFATARE.** La colorazione di un corallo può dunque dipendere da svariati fattori ambientali e fisiologici, che avrebbe poco senso definire "positivi" o "negativi", visto che la maggioranza delle sclerattinie è molto più adattabile di quanto comunemente si creda e il cambio di colore è solo una delle risposte adattative alle mutate condizioni dell'habitat. Un errore purtroppo frequente da parte di molti acquariofili è quello di considerare come normale e sana la livrea cromoproteica colorata del corallo acquistato o visto in qualche foto, e viceversa degenerata o frutto di condizioni scadenti (comunque indesiderabili) quella beige o marroncina data dalle zooxantelle.

Equivoco alimentato (interessatamente) da qualche produttore di "sistemi chiavi in mano" per stimolare la colorazione dei coralli. La verità è che i coralli bruni, anche se in perfetta salute, non possono competere in bellezza con quelli colorati, e (purtroppo) non sono molti gli acquariofili disposti a far passare l'estetica in secondo piano, anche spendendo a conti fatti molto meno, in termini di acquisto degli animali e di mantenimento dei loro colori, per popolare la propria vasca.

Accade spesso che un corallo acquistato a caro prezzo per i suoi colori li perda gradualmente una volta inserito nella vasca dell'appassionato, pur se allevato in un ambiente apparentemente perfetto. Sebbene se non si tratti magari di un corallo "artificiale" (si veda, in proposito, il riquadro "Colorati, troppo colorati..."), va ribadito una volta per tutte che non esiste alcuna regola o ricetta magica in grado di garantire il raggiungimento e il mantenimento di una colorazione più o meno sgargiante.

Censurabili senza appello sono in particolare i prodotti destinati a "stimolare" l'espulsione delle zooxantelle in eccesso da parte del corallo, agevolando così, anche se come detto non è affatto scontato, la comparsa delle più amate cromoproteine: un risultato ottenuto spesso al prezzo di un grave stress per il corallo, una procedura che nessun acquariofilo degno di questo nome dovrebbe mai adottare. ●



# Wave Design Glossy



## I NUOVI ACQUARI LACCATI DELLA LINEA WAVE DESIGN

- Profili in alluminio e vetro ultrachiaro
- Dotati di centralina elettronica e lampade Wave
- Disponibili in 3 diverse misure, sia in colore bianco che nero

**RICHIEDI IL CATALOGO AL TUO AGENTE DI ZONA**

[wave@croctrading.it](mailto:wave@croctrading.it) • [www.croctrading.com](http://www.croctrading.com)

# L'ARREDO PRENDE VITA

Il kit acquario Askoll Pure M contiene tutto l'occorrente per funzionare perfettamente e regalare ogni giorno una nuova emozione



ASKOLL UNO SRL  
via Galvani 31/33, 36066 Sandrigo (VI)  
tel. 0444666700, fax 0444666701  
www.askoll.it, askoll@askoll.it

DESIGN sfizioso, manutenzione semplicissima e accessori tecnici già inclusi: *Askoll Pure Medium (M)* è l'acquario per tutti, che rende più bella la casa e la vita. Pensato per gli spazi moderni, occupa poco spazio, porta un tocco di vitalità nell'ambiente domestico e assicura una dose di benessere quotidiano.

*Askoll Pure M* è un kit vero e proprio che risparmia la fatica di scegliere la componentistica tecnica perché contiene tutto l'occorrente per funzionare perfettamente: filtro e riscaldatore, infatti, sono già inclusi.

Considerati i piccoli ingombri e i grandi benefici che procura, è ideale anche in ufficio, per esempio, oppure nello studio del dentista: dappertutto l'effetto relax è assicurato, grazie a un complemento d'arredo ricercato che contiene vita ed emozione, da godere giorno dopo giorno.

BELLO, PRATICO E FUNZIONALE. Sono tre i colori tra cui sceglierlo, e ogni tonalità è pensata per fondersi con l'arredamento e per annullare la struttura stessa dell'acquario, in maniera da esaltare lo spettacolo naturale contenuto al suo interno:

- ▶ *Pure White* è per chi preferisce il luminoso candore del bianco;
- ▶ *Absolute Black* è per chi ama la determinazione rigorosa del nero;
- ▶ *Ambitious Burgundy* è per chi predilige la ricercatezza del bordeaux.

*Askoll Pure M* ha uno sviluppo principalmente verticale, che cambia la solita prospettiva e premia l'esperienza visiva: tutti gli elementi

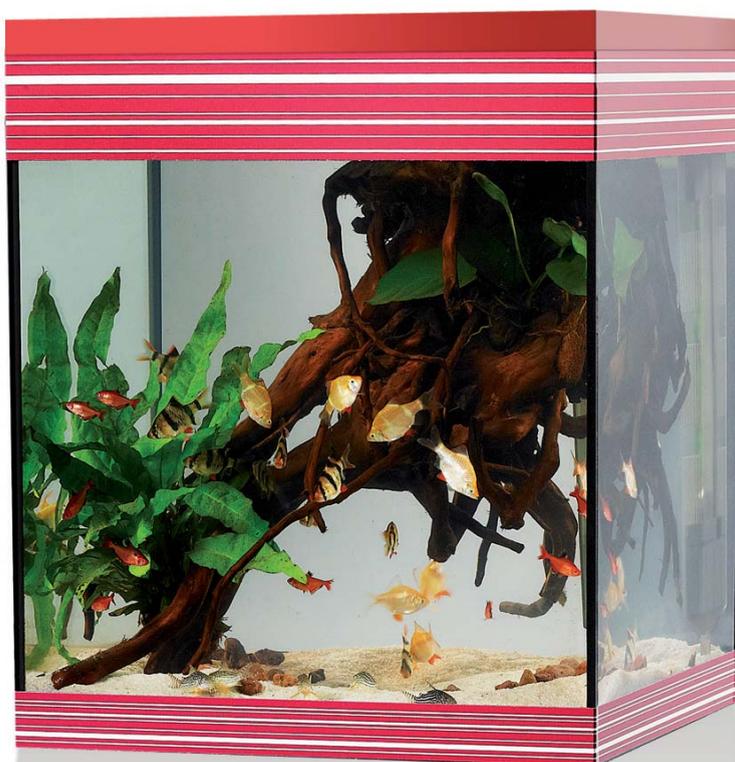


A CIASCUNO LA SUA TAGLIA. Il modello M appartiene alla gamma *Askoll Pure*, che comprende acquari per tutti i gusti: una gamma fresca, nuova e soprattutto facile, pensata per chi si è sempre sentito inadeguato nei confronti dell'acquario ma non vuole negarsi la gioia legata al suo bellissimo mondo. Ogni acquario è un contenitore di emozioni, un complemento d'arredo vivo che risponde ai canoni moderni di design e semplicità. La tecnologia innovativa, rigorosamente nascosta sotto il coperchio, riduce al minimo gli interventi di pulizia lasciando spazio solo al godimento dell'universo sommerso.

*Askoll Pure* è adatta a tutte le esigenze: dalla S (13 l) alla XL (94 l). Tutti i modelli sono prodotti in bianco (*Pure White*) e nero (*Absolute Black*). I modelli S e M hanno una tonalità in più, e cioè rispettivamente *Natural Sand* e *Ambitious Burgundy*.

DIFFERENT SIZES. The M model belongs to the *Askoll Pure* range that includes tanks for all tastes: a fresh, new and easy-to-manage line designed for those who have always felt inadequate to run an aquarium but do not want to renounce to such a beautiful show. Each tank is a container of feelings, a live interior element with a modern design. Innovative technology - hidden under the hood - reduces cleaning operations to a minimum and leaves room to the underwater world.

*Askoll Pure* suits all demands: from the S model (13 l) to the XL one (94 l). All models are available in white (*Pure White*) and black (*Absolute Black*). The S and M ones come also respectively in *Natural Sand* and *Ambitious Burgundy*.



## FISH & CO.

### A LIVELY TANK

The aquarium kit Askoll Pure M contains all you need to make the tank work perfectly and ensure great satisfaction

Attractive design, easy maintenance and technical equipment are already included: *Askoll Pure Medium (M)* is the tank for everybody. Designed for modern environments, it takes little space, adds a touch of vitality in the home and improves daily wellness.

*Askoll Pure M* is a real kit that contains all you need to make your aquarium work perfectly: filter and heater are already included.

Given the small size and great benefits it offers, it is excellent also in the office, in the waiting room and in any other place where the relax effect is demanded – an element that contains life and offers emotions.

**BEAUTIFUL, CONVENIENT AND FUNCTIONAL.** You can choose among three colours - each one is designed to combine with the home interior and stress the natural show the aquarium contains:

- *Pure White*: for the hobbyist that chooses pure white;
- *Absolute Black*: for the hobbyist that loves the rigorous black;
- *Ambitious Burgundy*: for the hobbyist that prefers the refined burgundy.

*Askoll Pure M* basically develops vertically and changes the traditional perspective. It also eliminates all visually disturbing elements. The technological equipments are hidden and practically invisible: they are placed under the hood and keep the aquatic environment good for fish and reduce maintenance at a minimum.

All you have to do is replace the sponges and filtering matters periodically – this operation is very simple and requires a few seconds; no need to wet your hands for that. An adjustable timer controls automatically the lamp. Given the aquarium must be a pleasure and certainly not a complication, Askoll has prepared the kit for hooking the automatic feeder *Askoll Robofood*.

The kit includes: tank, filter and filtering matter, pump, lighting system, heater and spiral to roll up the cable.

di disturbo per lo sguardo sono stati eliminati. E la tecnologia è stata mimetizzata e resa invisibile: nascosta sotto il coperchio, lavora per mantenere l'ambiente idoneo per gli ospiti pinnati e ridurre al minimo la necessità di interventi.

Bisogna semplicemente ricordarsi di sostituire le spugne e le cialde filtranti contenute nel vano del filtro secondo le periodicità consigliate, un'operazione in tutto e per tutto simile all'inserimento della capsula nella macchina del caffè: richiede pochi secondi e non serve nemmeno introdurre le mani in acqua. Un timer programmabile controlla quotidianamente l'accensione automatica della lampada e assicura così l'illuminazione perfetta dello scenario acquatico.

#### SCHEDA TECNICA

CAPACITÀ 44 l di emozione fluida

DIMENSIONI 36x36x43,5h cm

MATERIALE Vetro

ILLUMINAZIONE Lampada fluorescente compatta da 18 W

#### TECHNICAL DETAILS

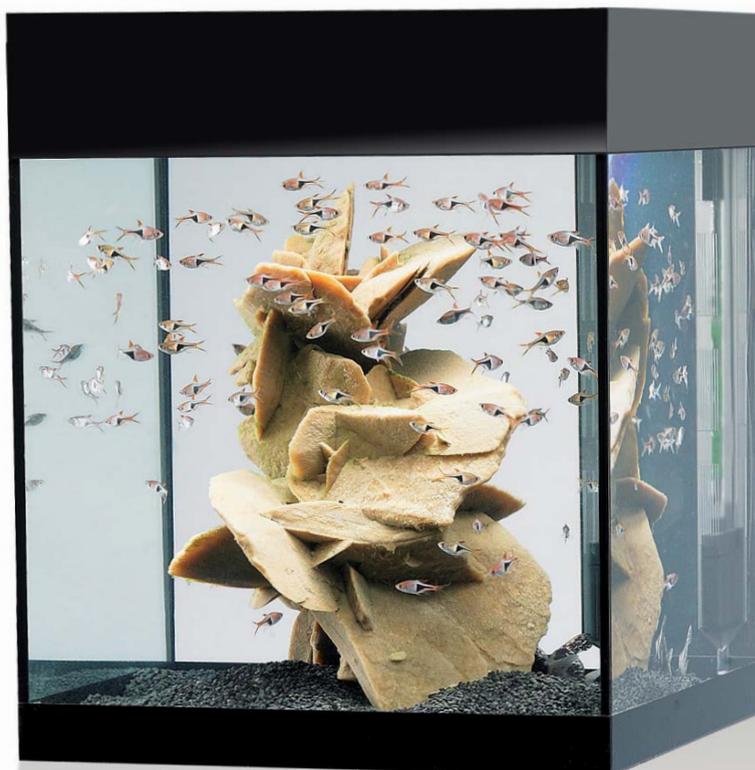
CAPACITY 44 l of fluid emotion

SIZE 36x36x43.5h cm

MATERIAL Glass

LIGHT Fluorescent bulb 18 W

E, poiché l'acquario deve essere un piacere e non una complicazione, Askoll ha predisposto l'aggancio per *Askoll Robofood*, il distributore automatico di cibo che provvede a nutrire i pesci quando si è fuori casa. Il kit comprende: vasca, filtro completo di materiale filtrante, pompa, sistema di illuminazione, termoriscaldatore e spirale raccogliocavi. (F.C.) ●



di Marco Raldi, foto di Luciano Di Tizio

# OTTO GENERI, TANTE SPECIE

Si fa presto a dire pitone: è così, infatti, che vengono comunemente chiamati tantissimi serpenti, tutti della stessa famiglia: Pythoidae.

Allevarli non è facile, ma neppure impossibile

CON il nome comune pitone sono indicati numerosi serpenti, tutti ascritti alla famiglia Pythoidae, descritta da Fitzinger nel 1826. Attualmente vi sono compresi otto generi per complessive 28 specie, tra cui alcuni degli ofidi più grandi al mondo. L'areale di diffusione comprendeva sino al penultimo decennio del secolo scorso tre continenti: Africa, Asia e Australia, dove i Pythoidae sono autoctoni. Dagli anni Novanta si è aggiunta l'America, visto che una specie, il pitone delle rocce indiano, si è acclimatata negli Stati Uniti, dove è considerata invasiva (per esempio nel Parco Nazionale delle Everglades).

È un pitone anche l'arboricolo *Morelia viridis* (pitone verde), abbastanza frequente in commercio. Il genere più noto tra gli appassionati è tuttavia, da sempre, *Python* (Daudin, 1803). Ne fanno parte sette specie con diverse sottospecie diffuse tra l'Africa e il Sud-Est asiatico, incluse le isole dell'Indonesia (oltre agli Usa, con l'"invasione" di cui s'è detto). Si tratta di serpenti di taglia medio-grande, con dimensioni massime che possono oscillare nelle varie specie tra 1,30 e 8-9 m.

I Pitonidi sono soggetti a protezione internazionale e in particolare tutte le specie del genere *Python* sono incluse nell'Allegato B del regolamento CE che recepisce la Convenzione di Washington, tranne la sottospecie *Python molurus molurus*, inclusa in Allegato A e soggetta a maggiore protezione. Si tratta quindi di serpenti commercializzabili soltanto con apposita documentazione Cites.

Ma ecco, qui di seguito, qualche informazione di base sulle specie oggi riconosciute, elencate in ordine alfabetico e ascritte al genere *Python*, quello dei "veri" pitoni:

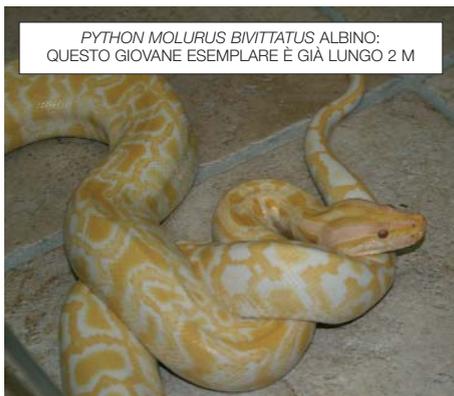
**PYTHON ANCHIETAE.** Originario di Angola e Namibia (Africa), raggiunge una taglia massima di poco superiore ai 180 cm. È poco diffuso in cattività per via del costo non proprio da... saldi: il prezzo al pubblico oscilla intorno ai millequattrocento euro. Non ha sottospecie.

**PYTHON CURTUS.** Il termine *curtus* non si riferisce al serpente in sé, che arriva agevolmente a superare il metro e mezzo di lunghezza (femmine sino a 1,80 m), ma alla coda. Il nome comune è infatti pitone dalla coda corta, caratteristica che gli dà un aspetto particolarissimo. Anche questa specie è poco diffusa sul mercato, ma per ragioni diverse rispetto alla precedente. Non è tanto il prezzo elevato a renderlo poco apprezzato, bensì oggettive difficoltà di allevamento che ne fanno un ofide da riservare ai più esperti. Ha tre sottospecie, una delle quali, *Python curtus brongersmai*, ha caratteristiche tali da indurre alcuni zoologi a considerarla una specie a sé, sebbene per il momento la gran parte degli studiosi non si sia ancora pronunciata favorevolmente su questa proposta. È presente in diverse aree del Sud-Est asiatico: Indonesia, Thailandia, Malesia, Singapore, Vietnam.

**PYTHON MOLURUS.** Il nome comune di questo serpente è pitone delle rocce indiano, ma in realtà il suo areale spazia ben oltre l'India: è infatti diffuso, tra l'altro, in Pakistan, Bangladesh, Nepal, Sri Lanka, Laos, Vietnam e Thailandia oltre che nell'ovest della Malesia, nelle regioni meridionali della Cina (compresa Hong Kong) e nelle isole indonesiane. Frequenta margini di acquitrini, risaie, rive fluviali, foreste umide, radure ma anche zone coltivate. Le sue abitudini di vita sono tendenzialmente crepuscolari e notturne.

È terribile, ma è pure capace di arrampicarsi e si trattiene spesso, in particolare nelle ore più calde del giorno, tra i cespugli o sui rami bassi degli alberi. Caccia mammiferi, uccelli, sauri e animali domestici fino alla grandezza di capre e maiali. La preda viene addentata, poi soffocata tra le spire prima di essere ingerita. Ne sono state descritte tre sottospecie: *Python molurus molurus* (diffuso in Pakistan, India, Nepal e Bangladesh); *Python molurus bivittatus* (Birmania e Cina meridionale, penisola malese, Indocina, Borneo e Giava); *Python molurus pimbura* (Sri Lanka), che diversi autori considerano un semplice sinonimo della specie precedente. L'allevamento va riservato a un terrariofilo esperto. Il pitone delle rocce indiano è

PYTHON MOLURUS BIVITTATUS ALBINO:  
QUESTO GIOVANE ESEMPLARE È GIÀ LUNGO 2 M



uno dei serpenti più frequenti sul mercato, per via della facilità riproduttiva e del prezzo accessibile. La controindicazione è data invece dalla taglia ragguardevole che può raggiungere, tale da richiedere all'allevatore un notevole impegno, anche in termini di spazio e di difficoltà di gestione. Un esemplare adulto, di grossa taglia, per essere maneggiato ha bisogno dell'impegno contemporaneo di più persone e può essere pericoloso, in particolare per un bambino.

La sottospecie *Python molurus bivittatus* (della quale peraltro è abbastanza comune in commercio una bella varietà albina) è in assoluto quella che tocca le dimensioni maggiori, a tal punto da essere considerata, insieme al pitone reticolato, all'anaconda verde, al pitone di Seba e a *Morelia ametista*, uno dei serpenti più grandi al mondo. Le femmine possono infatti superare senza troppe difficoltà i 5 m di lunghezza, mentre i maschi rimangono di solito al di sotto di questa soglia, ma sono comunque bestioni di 4 m e passa, pesanti e robusti.

E non mancano le eccezioni: il più grande serpente oggi detenuto in cattività, nel rettilario Serpent Safari dell'Illinois (Usa), sarebbe proprio un *Python molurus bivittatus*, lungo circa 8 m per un peso intorno ai 182 kg e che, con scontata ironia, è stato chiamato Baby. Per capirsi: 8 m rappresentano più o meno la lunghezza di due auto utilitarie in fila.

Il pitone delle rocce indiano vanta una caratteristica assolutamente rara per un serpente: "cova" le uova. Le femmine vi si acciambellano intorno riscaldandole con continue contrazioni della propria muscolatura. La specie è prolificata: ciascuna femmina depone tra le 30 e le 100 uova che schiudono in 55-75 giorni.

I piccoli già alla nascita misurano oltre 50 cm e, dopo tre o quattro anni, al momento della maturità sessuale, i maschi toccano i 3 m, le femmine anche i 4. È documentata la sopravvivenza sino a 28 anni, ma probabilmente la longevità può essere maggiore.

**PYTHON REGIUS.** Originario dell'Africa centro-occidentale, tra Togo, Sierra Leone e Senegal, è detto pitone reale per evidente assonanza con il nome scientifico, o pitone palla per la singolare abitudine di raggomitolarsi appunto "a palla", con la testa nascosta tra le spire. Lo fa quando viene disturbato e se si sente intimorito, ma a volte senza alcuna apparente ragione. Del resto sta raggomitolato, in questo caso con la testa in mostra, anche solo per riposarsi.

Tra i pitoni è probabilmente quello più diffuso sul mercato internazionale dei pet perché timido e difficilmente aggressivo e anche grazie alla sua taglia, decisamente più abbordabile rispetto a quella di altri pitonidi. Difficilmente supera i 150 cm di lunghezza e, di norma, si ferma a stazze intorno a 1,30 m o poco più (maschi più piccoli).

Il problema più frequentemente incontrato dagli appassionati nell'allevamento è una certa incostanza nell'alimentazione: mangia topi e altri piccoli mammiferi, ma anche volatili di modeste e medie dimensioni, stringendoli tra le spire prima di ingollarli.

# Nuovi Prodotti Zoo Med



## Reptifresh® – la sabbia assorbi odori

Una sabbia minerale e naturale che assorbe gli odori del terrario.  
Perfetto per draghi barbuti, gechi leopardati, iguane, paguri e molte altre specie di rettili.



## Reptibator® incubatrice digitale per uova

L'incubatrice digitale per uova Reptibator offre un controllo completo della temperatura e del livello di umidità per la cura delle uova in schiusa.



## Reptisticks™ alimento galleggiante per tartarughe acquatiche

Per tutti i tipi di tartarughe acquatiche, tritoni, rane e granchi.

Con l'aggiunta di vitamine e minerali.



Ecco un altro fantastico prodotto per tartarughe Zoo Med!  
**Zoo Med è troppo forte!**

[www.zoomed.eu](http://www.zoomed.eu)

**ZOO MED EUROPE**  
Klein Hagelkruis 13 • B-2180 Ekeren, Belgium  
Tel: +32 475 76 3663 • Fax: +32 329 000 15  
e-mail: [info@zoomed.eu](mailto:info@zoomed.eu)

**CROCI SPA**  
Quality & Service for Pets

via S. Alessandro, 8  
21040 Castronno (VA) - Italy  
tel 0332-870860  
fax 0332-462439  
[www.crocitrading.com](http://www.crocitrading.com)



PITONE REALE

In natura, il più delle volte, cerca le sue prede di notte, e offrirglielo a luci spente può essere un buon sistema per risvegliare il suo istinto alla caccia nei periodi di inappetenza. Si tenga conto che si tratta di una specie terricola, ma anche parzialmente arboricola, che si trattiene volentieri sui rami bassi di cespugli e alberelli.

Il pitone palla si riproduce abbastanza facilmente anche in cattività. Vengono deposte tra due e sei grandi uova che schiudono dopo 39-80 giorni, in base a temperatura e condizioni ambientali. I giovani alla nascita sono lunghi circa 40 cm. Gli esemplari nati in cattività, frequenti in commercio, sono quasi sempre più resistenti e longevi e certamente da preferire rispetto a quelli di cattura. Per l'allevamento si consiglia un terrario medio-grande discretamente sviluppato anche in senso verticale. I giovani possono essere tenuti in piccoli gruppi, gli adulti vanno stabulati da soli.

**PYTHON RETICULATUS.** Il pitone reticolato è un altro serpente di grossa taglia, accreditato di una lunghezza massima che oscilla tra i 4,5 e i 9,5 m, con un peso che può superare i 140 kg. È diffuso in Asia, vive

nelle zone umide all'interno delle foreste pluviali, ma anche in laghetti poco profondi se non addirittura in pozzanghere nelle foreste.

È un abile nuotatore, sebbene si trattienga a lungo a terra, di solito mai troppo lontano dalla tana. La colorazione di fondo è giallo dorata con disegni neri. È un efficiente predatore che può catturare persino piccole antilopi e coccodrilli.

Della sua dieta fanno parte anche topi, uccelli, sauri, altri serpenti, rane, pesci. Ovviamente gli esemplari giovani, o comunque di taglia minore, cattureranno le prede più piccole mentre i più grandi (il reticolato vive sino a 30 anni) possono attaccare animali di discreta mole.

È uno dei serpenti più grandi del mondo, ma in natura gli esemplari veramente grossi sono sempre più rari, vittime della caccia indiscriminata che li ha perseguitati a lungo per trasformarne la pelle in cinture, scarpe e borsette.

Questa specie è oggetto di un'ipotesi di revisione tassonomica: oggi dovrebbe chiamarsi *Broghammerus reticulatus* e come tale si trova a volte citato in letteratura, quasi sempre con l'aggiunta "ex *Python reticulatus*". In attesa di un chiaro e univoco pronunciamento della comunità scientifica internazionale, è preferibile utilizzare la denominazione tradizionale, certamente ancora oggi la più diffusa.

**PYTHON SEBAE.** Ennesimo pitone di taglia extralarge, il pitone delle rocce africano o pitone di Seba è il più grande fra i serpenti africani, con una lunghezza massima che può superare i 5 m e per le femmine addirittura i 7. Le cronache raccontano che nel 1932 in Costa d'Avorio, presso Bingerville, venne ucciso un esemplare lungo 9,81 m; ma si trattò, sempre che la narrazione sia davvero un resoconto puntuale dell'accaduto, di un caso decisamente eccezionale. Il pitone di Seba frequenta preferibilmente savane e valli fluviali, ma si trova nei più svariati ambienti, praticamente ovunque tranne che nelle foreste troppo fitte e nei deserti.

Se ne conoscono due sottospecie: quella nominale, *Python sebae sebae*, è diffusa nell'Africa Centrale e Meridionale; *Python sebae natalensis*, detto pitone delle rocce minore, più piccolo (supera solo raramente i 3,5 m), si rinviene invece in Natal e nelle aree limitrofe.

**PYTHON TIMORIENSIS.** Ha una lunghezza complessiva variabile tra i 130 e i 300 cm, taglia che sembrerebbe ideale per favorirne la diffusione tra gli appassionati. Invece il pitone di Timor non è tra i più gettonati: colpa dell'indole timida e nervosa ("selvatico" è forse l'aggettivo più adatto per descriverne il comportamento), che lo porta a una scarsa confidenza nei confronti dell'allevatore anche dopo anni di convivenza. Caratteristica che lo fa ovviamente catalogare come "mordace" e, quindi, "da evitare" o al più "per appassionati". Inoltre, la riproduzione in cattività non è semplice. Non è dunque tra le specie più frequentemente importate. In natura sembra preferire praterie e foreste ma si trova anche in zone aride se non addirittura semidesertiche.

A dispetto dell'indicazione che sembrerebbe derivare dal suo nome scientifico, questo pitone non è presente sull'isola di Timor. È invece endemico delle cosiddette Isole Inferiori della Sonda (Indonesia), situate a nordovest di Timor. La maggior parte degli esemplari sul mercato proviene dalla zona di Larantuka (isola di Flores).

**OSPITE NEL TERRARIO.** Stiamo parlando di serpenti impegnativi, che hanno bisogno di spazio e adeguate attenzioni. Il terrario dev'essere grande e tenuto costantemente pulito. Circa lo spazio da mettere a disposizione, non si può far troppo conto sulla lunghezza al momento dell'acquisto, perché i pitoni crescono piuttosto in fretta. Va curata anche la robustezza dell'impianto, data la mole e la forza di questi ofidi.

Arredamento con rami, legni, piante finte o piante rampicanti d'appartamento. Molto utile una tegola, un pezzo di sughero, un mattone forato o altro che possa fungere da rifugio consentendo al serpente un po' di... privacy.

Indispensabile la presenza di un'ampia bacinella, ben ancorata al suolo, da colmare ogni giorno con acqua fresca e pulita. Temperatura tra i 25 e i 30 (massimo 34) °C tutto l'anno, con escursione termica di 6-8 °C tra giorno e notte. Un breve periodo a 23-25 °C, e un successivo innalzamento della temperatura, stimolerà l'avvio della dinamica riproduttiva. Per l'alimentazione in cattività la scelta più pratica è quella di utilizzare roditori, topi in particolare. ●

di Lorenzo Luchetta

# ALLEVIAMO IL CONIGLIO VOLPE

Ecco una bellissima razza a pelo lungo, forse meno nota di altre, ma sempre più apprezzata dagli appassionati

ALLEVATO da sempre a scopo amatoriale, il coniglio volpe è presente nel registro anagrafico dell'ANCI (Associazione Nazionale Coniglicoltori Italiani) tra le razze classificate come "speciali". Ultimamente ha trovato una sua nicchia di amatori, soprattutto tra chi ama gli angora e i testa di leone. Ha una pelliccia folta (il pelo, sul corpo, può raggiungere i 6 cm di lunghezza), ma è privo di ciuffi sulle orecchie.

Il suo nome deriva da una vaga somiglianza con la volpe, ma solo a livello fisico, non certo per quanto riguarda le abitudini: questa razza, esattamente come le sue "sorelle", è infatti vegetariana al cento per cento.

UN TIPO DOCILE. Il coniglio volpe è molto tranquillo: ecco qual è la caratteristica che ha contribuito a farlo apprezzare come animale domestico. Si lascia accarezzare il pelo lungo e lucente senza agitarsi, pur non apprezzando, ovviamente, alcune manovre "strane", come essere messo a pancia in su o sollevato per le orecchie.

Il modo più giusto per prenderlo in grembo è sollevarlo delicatamente con due mani, sostenendo con una mano la parte posteriore dell'animale e mettendo l'altra sotto le zampe anteriori.

CURATO E COCCOLATO. Come tutti i conigli a pelo lungo, il volpe necessita di un'accurata "manutenzione" del manto per prevenire la formazione di nodi e ammassi di pelo.

L'ideale è pettinarlo con una spazzola a denti fini almeno due volte alla settimana. E, in presenza di nodi, *non insistere*: occorre invece tagliare la ciocca di pelo con una forbicina, quindi continuare a lisciarlo per evitare che il nodo si riformi. Le zone più a rischio, in questo senso, sono il sottogola e la zona caudale.

Se spazzolando l'animale si notano aree in cui il pelo è mancante e con la cute rossastra, probabilmente si è in presenza di una forma di dermatofitosi; questa, e qualsiasi lesione del manto, va subito sottoposta a un adeguato esame veterinario. Il medico specializzato è il solo in grado di individuare l'eventuale agente patogeno (tra i più comuni ci sono miceti e acari), instaurare un'adeguata terapia e informare circa le giuste manovre da adottare per non contrarre l'infezione. Alcune patologie dermatologiche del coniglio possono infatti essere trasmesse all'uomo (si tratta tuttavia di eventi rari e privi di conseguenze pericolose).

Nel periodo cosiddetto di "muta", durante la spazzolatura l'animale perderà molti più peli, ma questo è un fenomeno del tutto fisiologico e, anzi, indispensabile al coniglio per mantenersi in salute. Un manto lucido e morbido è indice inequivocabile di buona salute.



MANTO COLOR MARRONE IN MUTA E, NELLA FOTO SOPRA, MANTO GRIGIO



DUE PAROLE SUL CIBO. La scorretta alimentazione è spesso responsabile di problematiche di vario genere (soprattutto dentarie e gastrointestinali). Il coniglio è un erbivoro, quindi la base della sua dieta è costituita da fieno ed erba, da integrare con un mangime pellettato specifico e qualche saltuaria "leccornia" come frutta o stick e snack appositamente formulati per questo mammifero. Anche in questo caso, il veterinario è il miglior referente (oppure un allevatore esperto). Attenzione, invece, alle notizie in rete: alcune possono essere attendibili, altre decisamente meno. ●

di Cristiano Papeschi

# LA SALUTE INIZIA A TAVOLA

L'alimentazione della cavia è il punto di partenza per il suo benessere. Serve una dieta corretta e bilanciata per far fronte alle sue esigenze metaboliche e prevenire molte patologie tipiche della specie

LA cavia (o porcellino d'India) ha un metabolismo molto veloce e per farvi fronte è costretta a mangiare per la maggior parte della giornata. Pur essendo un roditore, non va alimentata come i criceti, i topi o i ratti, quindi niente miscele di cereali, niente semi e niente frutta secca.

La *Cavia porcellus*, questo il suo nome scientifico, è infatti un roditore atipico dal punto di vista nutrizionale: come il coniglio, è esclusivamente erbivora. Il suo apparato digerente si è evoluto in maniera da trarre il massimo profitto da alimenti ricchi di fibra lunga come erbe e foraggi, che l'animale tritura finemente con i suoi denti taglienti e a crescita continua, elaborandoli tramite un primo processo digestivo che porta alla formazione del ciecotrofo, ovvero feci primarie e provvisorie che vengono reingerite prelevandole direttamente dall'ano per poi essere sottoposte a una seconda digestione.

Il significato evolutivo del ciecotrofo è estremamente importante, se contestualizzato in un ambiente dove la disponibilità di cibo è rappresentata da soli alimenti ricchi di fibra, sostanza notoriamente poco digeribile. All'interno del cieco, la porzione sacciforme dell'intestino, la fibra viene attaccata e demolita da batteri "cellulosolitici", in grado di trasformare la cellulosa in elementi più semplici, con produzione di energia. In pratica, il ciecotrofo rappresenta un boccone facilmente assimilabile, e con la seconda digestione l'apparato digerente della cavia riesce a estrarre tutti i nutrienti di cui l'animale ha bisogno.

Quanto ai denti a crescita continua, anch'essi adattati all'alimentazione a base di foraggi, necessitano di un consumo regolare dato dall'atto masticatorio in associazione alla durezza e all'abrasività degli alimenti. Quindi, la somministrazione costante di cibi inadeguati (per esempio semi e frutta secca) non solo comporta squilibri nutrizionali e digestivi, ma porta anche inevitabilmente alla crescita abnorme dei denti, con conseguenze spesso letali.



GINGER ALL'ABBEVERATA (PROPR. MARIANGELA DEGENNARO)

GINGER MENTRE GUSTA DELLA FRUTTA FRESCA (PROPR. MARIANGELA DEGENNARO)



**CONTRO IL RISCHIO SCORBUTO.** La cavia è l'unico roditore che non riesce a sintetizzare la vitamina C. Per sopperire al proprio fabbisogno deve dunque ricavarla dal cibo, altrimenti rischia una patologia molto grave e spesso mortale chiamata scorbutto.

La carenza di quest'importantissima sostanza determina depressione del sistema immunitario, gonfiore delle articolazioni, dimagrimento e problemi di occlusione fino alla caduta dei denti. Alla cavia servono 30-50 g di vitamina C al giorno, ricordando che questo elemento è estremamente labile e quindi, per un corretto apporto, è necessario somministrare alimenti sempre freschissimi.

Tra i vegetali che ne sono più ricchi ricordiamo i peperoni rossi, il prezzemolo, il cavolo e gli spinaci, tra i frutti il kiwi, la papaia, la fragola e l'arancia; ovviamente nessuno vieta di somministrare altri tipi di frutta, evitando però cocco e avocado perché eccessivamente grassi.

Qualora la cavia non gradisse questi alimenti, la vitamina C dovrà essere somministrata direttamente in bocca utilizzando appositi integratori ed evitando invece di aggiungerla all'acqua da bere, e questo per due ottime ragioni: punto primo, non possiamo essere sicuri di quanta acqua l'animale assumerà nel corso della giornata; punto secondo, come abbiamo già detto la vitamina C si deteriora molto rapidamente (per via della luce e dell'ossigeno), quindi l'integrazione potrebbe non essere più efficace nel giro di poche ore.

I mangimi in pellet per cavie sono arricchiti di vitamina C (la quantità giusta dovrebbe essere di 1 g per ogni chilogrammo di mangime), ma anche in questo caso non possiamo fare affidamento sulla sua durata, una volta aperta la confezione. Il mangime pellettato, prodotto a partire da farine di foraggi compresse, rappresenta un'ottima integrazione poiché è molto concentrato, tuttavia non deve mai e poi mai essere considerato l'alimento principale. La sua composizione media deve contenere un minimo del 16-17% di fibra e un massimo del 16% di proteine.

**L'IMPORTANZA DEL FIENO.** Contrariamente al pellet, il fieno è il vero pilastro dell'alimentazione del porcellino d'India. Contiene fibra lunga, indispensabile per il corretto funzionamento dell'apparato digerente, ed è alla base della buona salute della flora microbica intestinale.

Il fieno deve essere di ottima qualità, profumato, mai polveroso e privo di odori fastidiosi. Molto importante è la sua conservazione: in caso di umidità, infatti, può sviluppare muffe e micotossine altamente tossiche, che sono poi quelle che gli conferiscono un odore sgradevole.

Siccome i foraggi per cavie e conigli vengono commercializzati di solito in buste di nylon sigillate, è sempre bene verificare l'integrità dell'involucro e, dopo l'apertura, togliere il contenuto dalla plastica e riporlo in sacchi traspiranti, di cotone o iuta, in luoghi areati e non umidi.

La mancanza di fieno nell'alimentazione della cavia predispone a problemi di stasi intestinale e stipsi con conseguente meteorismo, spesso molto grave, nonché all'abnorme crescita dei denti e alla formazione di punte dentali.



**VERDURE E ACQUA.** I vegetali freschi sono un altro impor-

tantissimo capitolo dell'alimentazione del porcellino, poiché apportano vitamine e sali minerali. La cavia può mangiare una gran varietà di verdure, basta che siano sempre ben lavate e mai somministrate a temperatura di frigorifero.

Comunque, è sempre bene introdurre gradualmente i nuovi alimenti per evitare fastidiosi fenomeni diarroici. Attenzione a non eccedere con le brassicacee (tipo broccolo e verza) e con le verdure a foglia verde scura (bietta, spinacio, cime di rapa e cicoria); contengono molto calcio e ossalati e il loro consumo eccessivo può predisporre a calcoli urinari.

Altamente tossiche sono invece le parti verdi di pomodori, patate, melanzane e peperoni che, insieme a latte, cioccolato, alimenti lievitati e cereali, rappresentano quanto di più vietato e pericoloso ci sia.

Infine, un piccolo accenno all'acqua. L'acqua è alla base della vita e una cavia in salute deve bere spesso per evitare la disidratazione. L'acqua di abbeverata deve essere microbiologicamente pura e non deve contenere eccessive quantità di sali e metalli, quindi non dovrà essere troppo dura e nemmeno addizionata di disinfettanti, come spesso avviene per le acque degli acquedotti; in caso di dubbio sulla sua salubrità, meglio ricorrere alle acque minerali (non frizzanti).

E attenzione al beverino, dove spesso si annidano germi e alghe: va ispezionato, lavato e disinfettato almeno una volta ogni due o tre giorni in modo da garantire una sana "bevuta"...

Una cavia correttamente alimentata defeca palline asciutte e compatte, non presenta diarrea e ha l'aspetto di un animale sano, con masse muscolari adeguatamente sviluppate, poco grasso e pelo lucido. Non dimentichiamoci che la salute inizia a tavola. In questo caso, dalla ciotola! ●

di Alberto Tonelli

# OCCHIO AL PAVONE

Come riconoscere, prevenire e curare  
le principali patologie di un magnifico uccello ornamentale originario dell'India

Il *Pavo cristatus*, o pavone comune, è originario dell'India ed è probabilmente il più antico uccello ornamentale mai allevato dall'uomo. Le prove della sua esistenza in avicoltura risalgono a oltre duemila anni avanti Cristo. Gli antichi Romani se ne cibavano, considerando la sua carne ottima.

È un volatile rustico, facile da allevare. Essendo sensibile al freddo e agli sbalzi di temperatura, è preferibile fornirgli un rifugio riparato per la notte e in inverno.



PAVO CRISTATUS: UN MASCHIO E, NELLA FOTO SOTTO, UNA FEMMINA

Simile, ma di taglia leggermente superiore e con un comportamento più selvatico, indipendente e aggressivo, è il *Pavo muticus*, o pavone spicifero.

**PERICOLI PER I GIOVANI.** Specialmente nei primi giorni di vita, ma anche nelle successive settimane, i pavoni sono particolarmente delicati. Se li si alleva in libertà, in un parco o in giardino, è preferibile che la madre venga rinchiusa con i suoi piccoli in un recinto adatto, non troppo grande, per evitare che i giovani si disperdano, rischiando di morire.

Ed è soprattutto in giovane età che questi uccelli sono sensibili a parassitosi come la coccidiosi, l'ascaridiosi (o altre verminosi intestinali) e l'istomoniasi. È dunque importante eseguire l'esame delle feci per ricercare l'eventuale presenza di parassiti e/o fare trattamenti preventivi.

I coccidi si localizzano a livello intestinale e possono provocare enterite (infiammazione dell'intestino) e diarrea. Gli ascaridi sono invece vermi dal corpo allungato e cilindrico che da adulti vivono nel lume intestinale sottraendo risorse nutritive all'organismo parassitato: se presenti in numero elevato possono provocare enterite, dimagrimento e debilitazione, fino alla morte.

In qualche caso, un numero particolarmente elevato di parassiti può causare un'occlusione del lume intestinale. Spesso, sempre nei soggetti giovani, sono presenti contemporaneamente sia gli ascaridi sia i coccidi, una concomitanza che ovviamente peggiora gli effetti negativi di entrambe le malattie.

**PARASSITI E ISTOMONIASI.** L'istomoniasi è una malattia da parassiti microscopici (protozoi flagellati) alla quale il pavone, insieme al tacchino, è molto sensibile. È chiamata anche tifloepatite perché provoca lesioni che possono essere gravissime a livello dei ciechi e del fegato. Il microrganismo responsabile è *Histomonas meleagridis*, facilmente osserva-



bile al microscopio prelevando campioni dai tessuti colpiti prima che il parassita (molto labile nell'ambiente esterno) perda la sua capacità di movimento (che lo rende riconoscibile). Il flagellato può essere osservato al microscopio anche su un campione di feci.

Nonostante la vulnerabilità, al di fuori dei propri ospiti *Histomonas meleagridis* riesce a permanere a lungo negli ambienti frequentati da volatili portatori o malati perché è in grado di sopravvivere nelle uova di un piccolo nematode (verme parassita) chiamato *Heterakis gallinarum*. Se il pavone, beccando gli alimenti presenti su un terreno contaminato dalle uova di questo verme, le ingerisce, può infettarsi; fra l'altro, queste uova possono incistarsi all'interno del corpo dei lombrichi, di cui i pavoni sono ghiotti, e resistono molto bene specialmente su un terreno umido (dove anche i lombrichi sopravvivono meglio).

In Italia l'istomoniasi è più frequente nei mesi caldi, da maggio a ottobre, perché il caldo favorisce la sopravvivenza e la trasmissione dell'agente causale, ma può comparire anche in inverno, soprattutto nei giovani soggetti.



GRAVE FORMA DI SINUSITE

I polli, pur potendosi ammalare a loro volta, sono più resistenti all'istomoniasi ma possono fungere da portatori trasmettendo la parassitosi ai pavoni, per i quali la malattia è talmente importante e frequente da richiedere una sistematica e periodica chemiopprofilassi.

Questi i sintomi clinici: scarsa vivacità, tendenza a dormire durante il giorno, piumaggio arruffato, dimagrimento, anoressia e diarrea (di colore giallastro, scura o nerastra).

**MALATTIE DELL'APPARATO RESPIRATORIO.** Come abbiamo già detto, il pavone è piuttosto sensibile al freddo e agli sbalzi di temperatura e così, più frequentemente di altri galliformi domestici e in particolare nei mesi freddi, in autunno e in primavera, può capitare che compaiano malattie a carico dell'apparato respiratorio.

Con una certa frequenza si osservano forme di rinosinusite e congiuntivite, facili da diagnosticare per l'aspetto caratteristico delle lesioni: l'occhio colpito presenta abbondante scolo ed è parzialmente o completamente occluso dal gonfiore del sottostante seno infraorbitale, ripieno di materiale patologico. Il seno infraorbitale è una cavità comunicante con quelle nasali, localizzato al di sotto dell'occhio e che si prolunga fino al becco. In caso di sinusite, questa cavità può riempirsi di materiale patologico che non trova sfogo e quindi si accumula, fino a raggiungere talvolta volumi notevoli, determinando un'alterata fisionomia dell'animale che, in qualche occasione, non riesce praticamente più a vedere dal lato colpito. Queste forme morbose sono facilmente curabili con una terapia antibiotica idonea, a patto che l'intervento sia tempestivo.

I pavoni possono anche essere colpiti da malattie caratterizzate da una notevole dispnea (difficoltà respiratoria), causate da batteri, virus, miceti o parassiti. Il nematode *Syngamus trachea*, per esempio, si localizza a livello tracheale e, in caso di infestazioni massicce, può provocare una gravissima difficoltà respiratoria; nei casi più lievi la sintomatologia può essere pressoché assente.

**BATTERI E COLISETTICEMIA.** La colissetticemia è una delle malattie infettive di origine batterica più frequente nei galliformi. È provocata dal batterio *Escherichia coli*. Nei pavoni si rileva principalmente nei passaggi di stagione estate-autunno e inverno-primavera, ma può comparire in qualsiasi momento dell'anno.

I sintomi sono generici: scarsa vivacità, arruffamento del piumaggio, aspetto sofferente, anoressia. Una terapia antibiotica tempestiva è in grado di salvare i soggetti colpiti.

Per la prevenzione/terapia di gruppi di volatili si possono somministrare i medicinali nell'acqua da bere. Il singolo caso richiede invece una terapia individuale, eseguita possibilmente anche per via parenterale (iniezioni intramuscolari). ●

**ZANZARE KILLER.** Il pavone è sensibile al diftero-vaiole aviare trasmesso dalle punture di zanzara. In questa specie è stato isolato un ceppo di poxvirus (responsabile della patologia) correlato a quello del pollo, ma difterente, tanto che la vaccinazione eseguita con il ceppo del pollo è risultata inefficace.



**FIEM**  
INCUBATRICI E SCHIUSE DAL 1975

COSMO EVO



COLIBRI REP



**LA SICUREZZA DI AFFIDARSI ALL'ESPERIENZA**  
**THE SURENESS TO RELY UPON EXPERIENCE**

22070 Guanzate - (Como) Italy - Via Galileo Galilei, 3 - Tel. +39.031.976.672 - Fax +39.031.899.163  
www.fiem.it - incubators@fiem.it - fiem@fiem.it

di Gianni Ravazzi

# SIMPATICI ASSIOLI

Sono magnifici predatori notturni, sono spesso chiamati "chiù". E per saperne di più...

GLI assioli sono predatori notturni appartenenti alla famiglia degli Strigidi. Hanno un corpo robusto e compatto, nonostante spesso la taglia sia molto ridotta, e un richiamo assai caratteristico, che ha ispirato l'altra denominazione comune, ovvero "chiù".

Al gruppo degli assioli, nome che deriva dal diminutivo del termine latino *axio* ("gufo") che diventa *axionis* ("gufetto"), usato da Plinio per identificare questa particolare specie di predatore notturno, fanno capo in realtà diverse specie con nomi scientifici diversi e appartenenti a diversi generi. Noi ne conosceremo due molto interessanti: l'assiolo comune (*Otus scops*) e l'assiolo faccia bianca di Temminck (*Ptilopsis leucotis*).

**ASSIOLO COMUNE.** *Otus scops* (Linneo, 1758), con i suoi 18-23 cm di lunghezza e un peso variabile dai 60 ai 100 g, è il più piccolo rapace notturno europeo dopo la civetta nana. Il piumaggio è grigio-bruno o bruno-rossastro variamente sfumato, con barrature longitudinali scure,

più evidenti sui fianchi, e macchiettature chiare: questo colore gli permette un forte mimetismo, essendo simile alla corteccia dei tronchi.

La specie non mostra variazioni stagionali nella colorazione. Gli adulti non presentano evidente dimorfismo sessuale, anche se spesso le femmine sono leggermente più robuste. Il piumaggio dei giovani assomiglia a quello degli adulti, ma con striature più diffuse e colori più opachi. Le parti superiori sono sempre un po' più scure. La testa è piccola e piatta, con due ciuffetti di piume che si possono sollevare quando l'animale è in attenzione. Il disco facciale è poco evidente perché dello stesso colore del piumaggio. Gli occhi, posti anteriormente, hanno iride gialla. Il becco è breve, circa 2 cm, uncinato, nero-grigio con sfumature giallastre alla base. Le ali sono larghe e arrotondate, con

un'apertura intorno ai 50 cm. La coda, bruno-grigia con barre chiare, è corta e misura circa 7 cm. Le zampe sono piumate e munite di artigli affilati.

Per la silhouette, la colorazione e i ciuffi auricolari, gli assioli ricordano il gufo comune, sebbene abbiano dimensioni nettamente inferiori. Hanno un portamento molto elegante. Inconfondibile il richiamo, un monotono grido ripetuto a lungo, a brevi intervalli.

**DOVE VIVE.** Questa specie predilige gli ambienti aperti, talvolta aridi, come uliveti, foreste di pini, boschetti di frassini con radure, boschi misti, campagne alberate, parchi e giardini. Vive in pianura e in montagna sin dove crescono i castagni, anche nei pressi dei centri abitati. Nel territorio di espansione settentrionale si trova soprattutto nelle vigne e sulle rive. Non frequenta le foreste chiuse. Nei sei mesi dell'inverno europeo si sposta nella savana africana.

L'assiolo comune è diffuso nelle zone che si affacciano sulle coste del Mar Mediterraneo, con concentrazioni numeriche notevoli in Spagna, Croazia e Turchia. In Francia e in Italia la sua diffusione è molto frammentata, così come in Africa del Nord; in Svizzera è oggi quasi scomparso, come in Austria, dove ormai popola soltanto alcuni ambienti nella Stiria e nella Carinzia meridionali. In Germania (Baviera) è di passo, ma da qualche anno si osservano anche coppie nel periodo riproduttivo.

**RIPRODUZIONE, STATUS, COMPORTAMENTO.** Gli assioli comuni raggiungono la maturità sessuale intorno ai 10 mesi, sono stagionalmente fedeli (le coppie, cioè, non cambiano partner durante una stagione riproduttiva, anche in caso di morte), ma non è detto che la coppia resti insieme per la vita.



ASSIOLI COMUNI

Nidificano preferibilmente negli anfratti rocciosi o negli alberi cavi, ma occasionalmente utilizzano caverne ed edifici diroccati; sono state osservate nidiate anche nei nidi abbandonati di gru e gazze. La stagione riproduttiva va da marzo a maggio e la femmina depone tre-sette uova tondeggianti. La covata, normalmente di tre-cinque uova, viene incubata per circa 25-26 giorni dalla femmina, mentre il maschio va a caccia e la nutre.

I piccoli escono dal nido, anche se non sanno volare, a circa tre settimane. A sei settimane sono in grado di cacciare autonomamente, ma vengono seguiti per altre tre settimane, trascorse le quali lasciano il territorio dei genitori.

Censito come specie minacciata, negli ultimi decenni l'assiolo comune ha subito un forte calo numerico in molte regioni dell'Europa Centrale a causa delle modificazioni ambientali e dell'uso indiscriminato di antiparassitari, che hanno provocato la morte di molti degli insetti di cui si nutre. È ancora relativamente comune e abbondante nella penisola iberica, nella Francia meridionale, nei Balcani e in Medio Oriente. In Italia, sebbene sia in calo, è ancora abbastanza diffuso fatta eccezione per l'arco alpino e le aree più elevate della catena appenninica. Uno studio approfondito del 1988 stimava circa 10.000 coppie nidificanti.

Conduce una vita prevalentemente solitaria, raramente in piccoli gruppi, di solito famigliari. È attivo soprattutto di notte, con due momenti di massima attività: dal tramonto a mezzanotte circa e dalle tre alle prime luci dell'alba, quando si ritira nel suo rifugio, sempre ben riparato, a trascorrere la giornata in un ozio sereno, intervallato da brevi momenti di pulizia del piumaggio.

La specie, normalmente migratrice, è divisa in sei sottospecie poco differenziate tra loro: quella di riferimento, *Otus scops scops*, che vive nell'Europa continentale; *Otus scops cycladum*, che popola le Cicladi e Creta; *Otus scops cypricus*, localizzata a Cipro e in alcune aree del Levante; *Otus scops mallorcae*, endemica delle Baleari; *Otus scops pulchellus*, che vive nelle zone vicine al lago Baikal; *Otus scops turanicus*, che vive nei territori delle steppe e nelle oasi del Medio Oriente, fino al Pakistan.

**ASSIOLO FACCIA BIANCA DI TEMMINCK.** *Ptilopsis leucotis* (Temminck, 1820) ha una taglia di 19-24 cm e un peso variabile dai 190 ai 220 g; il piumaggio è a base grigio-argentea, con striature verticali nero-brune e panna. Le parti superiori del corpo sono più scure, a base grigio-bruna con segni nero-argentei, quelle inferiori sono bianchicce con striature grigio-brune.

La testa è molto caratteristica, con un disco facciale bianco bordato di nero molto contrastato e occhi grandi, dall'iride arancio. Questo assiolo possiede poi i tipici ciuffi auricolari dei gufi, piuttosto lunghi, che solleva o abbassa a seconda dell'umore. Il becco carnacino-verdastro è quasi completamente coperto da filopiume argenteo e bianche, mentre le zampe, piumate, hanno artigli affilati. Apertura alare intorno ai 50 cm.

C'è una curiosità che lo riguarda. Diversi Paesi gli hanno dedicato un francobollo commemorativo, una sorta di ringraziamento perché questa specie preda animali dannosi per l'uomo, soprattutto scorpioni e topi: per esempio la Repubblica Democratica del Congo, il Gambia (addirittura due diversi), la Namibia, il Ruanda, São Tomé e Príncipe, la Sierra Leone e lo Zimbabwe.

**DOVE VIVE.** Vive nella tipica savana africana, nelle boscaglie e nelle praterie alberate, spesso vicino ai corsi d'acqua. Predilige le zone dove crescono gradi acacie, perché il suo piumaggio gli permette di mimetizzarsi bene tra i rami, essendo dello stesso colore della corteccia di queste piante.

In Kenya è stato avvistato fino a 1.700 m di quota. Ha un areale distributivo ampio che attraversa l'Africa tra il Sahara e l'Equatore: è presente in Benin, Burkina Faso, Camerun, Repubblica Centrafricana, Ciad, Repubblica Democratica del Congo, Costa d'Avorio, Gibuti, Eritrea, Etiopia, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Kenya, Liberia, Mali, Mauritania, Niger, Nigeria, Senegal, Sierra Leone, Somalia, Sudan, Togo e Uganda.

**RIPRODUZIONE, STATUS, COMPORTAMENTO.** Nidifica a terra, spesso utilizzando i nidi dismessi di altre specie di uccelli (altri rapaci, turachi, passeriformi). La femmina depone da due a quattro uova che si schiudono dopo 29-30 giorni. La stagione riproduttiva varia a seconda della zona di nidificazione e può andare da agosto a novembre (in Zimbabwe) oppure da luglio a febbraio (nelle aree di diffusione più a sud).

La specie non corre nessun rischio di estinzione vista l'estrema vastità del suo areale distributivo. Questo gufetto ha abitudini diurne e non è un gran volatore, ma preferisce saltellare sul terreno in cerca di piccole prede, soprattutto piccoli mammiferi come roditori, scorpioni, insetti e, occasionalmente, piccoli uccelli.

Se disturbato, gonfia il piumaggio e allarga le ali in modo da apparire più grande; se invece il predatore ha dimensioni tali da mettergli paura, si rimpicciolisce fino a sembrare un animale denutrito e malato, quindi poco appetibile.

Il genere *Ptilopsis*, un tempo incluso nel genere *Otus*, in realtà si è dimostrato diverso dal punto di vista degli studi molecolari sul Dna, sia tassonomicamente, data la maggiore dimensione degli occhi. È un genere monotipico con due sottospecie: *Ptilopsis leucotis leucotis* e *Ptilopsis leucotis granti* (assiolo faccia bianca meridionale). ●



di Sahara Sebastiani

# ALLA SCOPERTA DI MALTA

E del suo arcipelago, dei suoi miti, della sua storia.

E soprattutto della sua natura straordinaria

INCASTONATA nel cuore del Mediterraneo come una spilla preziosa, fiore all'occhiello dell'Europa, Malta e le due isole dell'omonimo arcipelago, Gozo e Comino, offrono al visitatore l'atmosfera magica di una vacanza a trecentosessanta gradi, "vera" in ogni stagione grazie a un clima mite da eterna primavera. Già, perché Malta coccola i suoi ospiti cullandoli tra le attrattive monumentali dei suoi settemila anni di storia, quelle naturali dei suoi paesaggi mozzafiato e del suo straordinario patrimonio faunistico e sottomarino, quelle divertenti di un'impagabile ospitalità, di una vivace vita culturale e notturna, di una ghiotta tradizione gastronomica.

## PRONTI A PARTIRE.

- Per informazioni su Malta e il suo arcipelago: Ente per il Turismo di Malta, via Gonzaga 7, Milano, tel. 02867376, [www.visitmalta.com](http://www.visitmalta.com).

- Per l'ingresso nell'arcipelago è sufficiente la carta d'identità valida per l'espatrio: non sono richiesti visti o vaccinazioni.

- Due le lingue ufficiali delle isole, il maltese e l'inglese, ma non è raro trovare chi parla l'italiano.

- Per approfondire i temi naturalistici: [www.bird-lifemalta.org](http://www.bird-lifemalta.org) e [www.naturetrustmalta.org](http://www.naturetrustmalta.org).

Vicinissima all'Italia (è a soli 93 km dalle coste siciliane), la Repubblica di Malta, indipendente dal 1964, ha visto nei secoli un susseguirsi di occupazioni di popoli diversi (dalle civiltà paleolitiche ai fenici, dai greci ai romani, e poi arabi, spagnoli, francesi, inglesi) che hanno lasciato sul suo territorio colossali testimonianze del loro passaggio: dai misteriosi templi megalitici alle splendide impronte architettoniche e artistiche impresse dai Cavalieri dell'Ordine di San Giovanni che, dal 1530 al 1798, regnarono sull'isola contribuendo alla sua massima espansione.

E per comprendere quanto imponente sia questo patrimonio, basta guardare quel capolavoro di architettura militare che è La Valletta, la

capitale, oppure passeggiare tra le costruzioni della cittadella medioevale o, ancora, lasciarsi conquistare dal fascino immortale dei Giardini Superiori Baracca, della co-Cattedrale di San Giovanni, del Palazzo dei Grandi Maestri (ora sede del Parlamento), della Sacra Infermeria (oggi adibita a centro congressuale).

PARADISO NATURALE. Ciò che più colpisce avventurandosi alla scoperta dell'arcipelago è la sua natura intatta e variegata, che sembra essere miracolosamente scampata agli attentati ecologici che, nell'età contemporanea, tanti disastri hanno provocato in vaste aree del bacino del Mediterraneo e non solo. Qui abbondano piante autoctone come l'olivo, il carrubo, il fico, il mandorlo e la quercia sempreverde accanto ad altre, importate, come l'eucalipto e le conifere.

Ma sono le scogliere i monumenti naturali più spettacolari delle isole maltesi: raggiungono i 250 m sul livello del mare, sono classificate tra i paesaggi più belli dell'intero Mediterraneo e, soprattutto, rappresentano il rifugio ideale per molte specie di uccelli selvatici.

Il modo migliore per avvicinarsi alla fauna maltese e apprezzarne in pieno tutta la ricchezza e varietà è senz'altro quello di esplorare le sue riserve naturali: come quella di Ghadira, oppure l'isolotto di Filala, o i Giardini di Buskett o, ancora, Simar. Ghadira, per esempio, situata accanto alla costa settentrionale e caratterizzata dalle acque salmastre, è una sorta di rifugio ideale per volatili come il colombo, la gallinella d'acqua, il martin pescatore e l'airone comune, oltre all'airone bianco e ai fenicotteri.

Non è difficile, in qualunque stagione, alzare lo sguardo e scoprire che quel cielo dal blu tanto intenso è solcato da battiti d'ali: non a caso nell'arcipelago sono state classificate ben 350 specie diverse di uccelli, e non a caso le isole si trovano proprio al centro di movimenti migratori che attraversano l'Africa per raggiungere il nord Europa.





E se può non stupire che, tra le specie indigene, ci siano usignoli, strillozzi e pavoncelle inanellate, può essere una piacevole sorpresa scoprire che il volatile nazionale è il raro tordo blu delle rocce che nidifica sulle inaccessibili scogliere a sud di Malta, o che a Filala nidifica la più numerosa colonia di procellarie di tutto il Mediterraneo o, ancora, che le scogliere di Ta' Cenc, meta preferita per il pasto dei falconi ai tempi dei Cavalieri di Malta, oggi attraggono migliaia di esemplari di berta maggiore.

**CON I PIEDI PER TERRA.** Gozo è famosa per le sue api (che, tra l'altro, producono un ottimo e ricercatissimo miele), per le sue farfalle, per le dozzine di specie di insetti. E Ghadira è un rifugio perfetto per rettili, anfibi, piccoli mammiferi.

A proposito di anfibi: a Malta non sarà difficile imbattersi

in rane, camaleonti, gechi. Un punto privilegiato per chi vuole vederli da vicino è Chadwick Lakes, dove una serie di corsi d'acqua, che poi confluiscono nella sottostante vallata Mdina, permettono lo sviluppo di una vita acquatica selvaggia: in primavera, quando il bacino è pieno e il profumo delle erbe aromatiche pervade l'aria, gli avvistamenti sono assicurati.

Ma non mancano neppure diverse specie di rettili (innocui), pipistrelli, piccoli roditori, donnole e, naturalmente, moltissimi conigli selvatici che, da sempre, sono i protagonisti del piatto nazionale maltese, oggi preparato esclusivamente con esemplari di allevamento. Timidi e paurosi, i conigli selvatici cercano con tutte le loro forze di nascondersi agli occhi dei turisti curiosi, ma se volete imbarcarvi nell'impresa di avvistarne uno provate ad appostarvi in assoluto silenzio, e senza muovere neppure un filo d'erba, nei luoghi isolati di campagna o nei pressi delle scogliere di Selmun: con un pizzico di fortuna non sarete delusi!



**LA CASA ADDOSSO.** Un capitolo a parte meritano le tre diverse specie di tartaruga marina che non è poi così difficile incontrare nuotando nelle acque maltesi. La prima è la rara *Dermocheilus coriacea*, che può arrivare a misurare fino a 180 cm di lunghezza. Non è nativa del Mediterraneo, e probabilmente è arrivata fino alle coste dell'arcipelago oltrepassando lo Stretto di Gibilterra.

Più famosa la *Caretta caretta*, che può arrivare a 1 m di lunghezza per 180 kg di peso, ma che, nelle acque maltesi, difficilmente supera i 70 cm. Rara e a rischio di estinzione, tra maggio e agosto raggiunge le coste sabbiose più isolate di Gozo per deporvi fino a cento uova destinate a schiudersi in un lasso di tempo compreso tra i 20 e i 60 giorni, dipende dalla temperatura della sabbia. Assistere allo spettacolo della schiusa e delle cucciolotte di tartaruga che si precipitano verso il mare, quasi fossero guidate da un precisissimo radiocomando, regala emozioni intense, indimenticabili.

Infine, tra giugno e agosto un'altra tartaruga-rarità sceglie le coste maltesi per deporre il suo prezioso carico di uova (fino a 120 per ogni esem-

plare!): è la tartaruga verde, nome scientifico *Chelonia mydas*. Caratterizzata da un carapace più ovale di quello della *Caretta caretta*, ha dimensioni tali da incutere un doveroso rispetto: può raggiungere i 110 cm di lunghezza e arrivare a pesare fino a 230 kg.

**COME UN GRANDE ACQUARIO.** Se, fino a qui, le attrattive naturali di Malta già giustificano l'idea di programmare una vacanza nell'arcipelago, figuriamoci dopo aver scoperto quale straordinario universo sommerso si cela nel suo mare. Il benvenuto, in questo caso, lo danno tonni e delfini: soprattutto d'inverno, quando si avvicinano più facilmente alla costa in cerca di acque più temperate, non è raro che danzino intorno alle barche di pescatori e turisti.

E poi ci sono le grotte, le scogliere, i relitti di migliaia di anni di storia, l'alternanza di fondali sabbiosi e rocciosi: un insieme di condizioni privilegiate, insomma, che ha consentito lo sviluppo di una flora e di una fauna sottomarina che sarà davvero difficile dimenticare. Immergersi in queste acque equivale a sentirsi protagonisti di un immenso acquario naturale dove tutto è perfetto, tutto è vitale, tutto è sapientemente equilibrato e colorato.

Sulle scogliere e nelle grotte, che di notte rappresentano il rifugio preferito dalle murene, di giorno si possono ammirare diverse varietà di coralli le cui tinte sfumano dal rosa all'arancio acceso. Intanto, intorno nuotano pacifici pesci pappagallo, cernie, polpi, pesci volanti, calamari, seppie, sarde, razze, triglie, ricciole, saraghi, orate.

Sul fondo ammiccano mossi dalla corrente gli aculei dei ricci marini, accanto a loro le stelle marine sembrano adagiate su un morbido cuscino, mentre dietro le rocce, dove le acque si fanno più profonde, si intravedono cernie, scorfani, pesci sampietro: meraviglie da guardare e non toccare non solo per rispetto della natura, ma anche per evitare possibili, e fastidiosissime, reazioni da contatto. ●

# la domanda e l'offerta

## CLASSIFIED ADS

### Manda il tuo curriculum vitae in redazione!

Per agenti e rappresentanti che desiderano ampliare la propria attività, *Vimax Magazine* tiene a disposizione delle aziende del settore pet l'elenco dei candidati. I contatti fra aziende e agenti avvengono in forma totalmente autonoma. Il servizio di redazione è GRATUITO.

Inviare richieste a: VIMAX srl - P.O. Box 551 - 22100 Como 4, fax 031301418, info@vimaxmagazine.it - Citare Rif. A/R

### LAVORO / domanda

**Ex titolare di negozio per animali e toelettatore cerca lavoro come commesso, gestore o toelettatore** presso negozi di animali a Roma.  
Info: tel. 063058277, cell. 339/5796001

**Apprendista toelettatore cerca lavoro** in zona Milano ovest.  
Info: cell. 347/2493637 Giancarlo, fortunacarlo@alice.it

**Serio professionista** con esperienza di vendita nel settore acquariofila **esamina proposte di aziende alla ricerca di coordinatore agenti e/o** venditore direzionale. Si valutano anche altri ambiti merceologici del mercato pet.  
Info: cell. 340/8314200

Importante **negozio** a Bergamo **cerca toelettatore/trice** capace.  
Info: tel. 035303072

**Toelettatore** anche di stripping e taglio a forbici (anche gatti) **cerca lavoro** nella zona di Napoli e provincia **anche a domicilio** su prenotazione.  
Info: cell. 333/7127917

### LAVORO / offerta

**AQUARIALAND ricerca agenti** per le regioni Umbria e Toscana.  
Info: tel. 0113112967, cell. 348/2246469

**PTL IMP-EXP**, azienda proprietaria del marchio *PFISH OK!* *Idea Franchising* e distributrice nazionale di pesci tropicali e di acqua fredda, coralli, piante, alimenti, biocondizionatori e articoli di arredo natura a marchio, **ricerca e seleziona concessionari, collaboratori e agenti plurimandatari** su tutto il territorio nazionale motivati e desiderosi di far parte di un team di professionisti. Si assicurano bonus e incentivi economici molto interessanti.  
Inviare curriculum al fax 0881339154 o a info@piranhatropicalife.it o contattare il resp. rete vendita al 333/6578738

**KO.ME. PETFOOD seleziona agenti** nelle regioni Marche, Umbria, Lazio, Abruzzo, Molise, Basilicata, Puglia.  
Inviare curriculum a kome.sas@email.it, www.komepetfood.com

**ESTELLA srl**, produttrice e distributrice del marchio *Myfamily*, linea di accessori originalissimi, ciondoli, orologi e t-shirt, **cerca agenti** per zone libere.  
Info: tel. 0131950063, fax 0131952944, info@myfamilypets.com

**Cercasi toelettatore** con esperienza, freelance, zona Milano e dintorni. Buone opportunità.  
Info: cell. 339/8941602, tel. 02/48707365

**La F.A.C.O. snc**, distributore esclusivista per il centro-sud Italia dei prodotti *BioMill*, **ricerca collaboratori esperti** per consolidare la sua presenza sul mercato.  
Info: tel. 0736814604, fax 0736811549, faco@transeurot.it

**LIDY FACTORY srl**, azienda produttrice, **seleziona agenti** plurimandatari per potenziamento rete vendita nel settore accessori (escluso food) per le zone Toscana, Liguria, Valle D'Aosta, Friuli Venezia Giulia. Si richiede forte motivazione, si offrono provvigioni di sicuro interesse.  
Inviare curriculum a info@lidyfactory.it o telefonare allo 0445520430

**EURO SERVICE**, importatrice ed esclusivista nazionale del prodotto olandese *Denkadog* (crocchette per cani e gatti) e del prodotto *Micromed* (pulizia/igiene a base di ioni d'argento bioattivi), **cerca collaboratori** per zone libere. Il nostro interlocutore ideale è attratto dalla qualità, dall'utilizzo di materie prime assolutamente naturali e totalmente esenti da qualsiasi tipo di "chimica", rigorosamente cruelty free, no Ogm. Il nostro cliente finale è il cane/gatto (e la sua salute), per cui il nostro collaboratore è anche colui che ha un rapporto coinvolgente con l'animale.  
Info: www.denkadog.it

**Importante e strutturato grossista** di integratori, accessori, alimenti e medicinali per piccoli animali agente con due punti vendita in Emilia Romagna e Lombardia **cerca agenti** mono e plurimandatari per Bergamo e provincia e Novara/Vercelli e provincia.  
Info: Area Commerciale, cell. 347/3183897

**MELCOS**, azienda produttrice delle cucce *Guendy la cuccia da personalizzare* e *La Cucceria*, **seleziona agenti** per Emilia Romagna, Toscana, Liguria e Veneto. La provenienza dal settore pet e una consolidata esperienza nella vendita di accessori esclusivi costituiranno elemento preferenziale. Si offre una formula di vendita originale e competitiva e un trattamento economico di alto livello.

Inviare curriculum al fax 0459584078 o a job@guendy.com specificando l'autorizzazione al trattamento dei dati personali

**MONGE & C. spa**, azienda leader di mercato nei prodotti umidi per cani e gatti, proprietaria dei marchi *Monge Superpremium*, *Lechat*, *Special Dog*, *Gran Bonità* e *Simba*, in forte crescita di fatturato nell'ultimo triennio e con ambiziosi obiettivi per il 2011-2011, **ricerca agenti** pluri/mono nel canale specializzato per le regioni Sicilia e Sardegna. Previsto interessante trattamento provvigionale e incentivi legati a obiettivi di vendita in grado di soddisfare anche le candidature più qualificate.  
Inviare curriculum a commerciale@monge.it

**DOGGYDOLLY**, azienda leader nella distribuzione di abbigliamento per cani, e **REQUAL**, leader nel campo della cosmesi, **cercano agenti** in tutta Italia per potenziamento rete vendita nell'ottica di una maggiore penetrazione di mercato. Si richiedono serietà e preferibilmente esperienza nel settore.  
Inviare curriculum a c.guarino@hlappiacani.it specificando l'autorizzazione al trattamento dei dati personali.

**Dinamica azienda leader nella distribuzione di accessori per piccoli animali e acquariofila**, nell'ambito del rafforzamento della forza vendita **ricerca agenti** plurimandatari per le province di Foggia, Isernia, Campobasso, Matera, Potenza, Benevento e Avellino. Offresi inquadramento Enasarco con provvigioni interessanti e incentivi.  
Inviare curriculum a humanresources1@hotmail.it

**MACROPET srl**, azienda leader nel settore degli alimenti per animali e accessoristica, con l'obiettivo di potenziare la sua rete di vendita **cerca agenti** monomandatari e plurimandatari per le zone libere con esperienza di vendita nei settori petshop, garden e agrarie.  
Inviare curriculum (all'attenzione della Direzione Commerciale) a Macropet srl, via Rive delle Seriole 4, 47893 Borgo Maggiore, RSM

**DUCETTI srl**, azienda produttrice dei marchi *The Zazu* e *UrbanPet*, e distributrice in esclusiva per l'Italia dei marchi *Petstages*, *Wouapy*, *DogsCuir*, *Gavel* e *Ines de la Fressange*, **ricerca agenti** plurimandatari per potenziamento rete di vendita. Inquadramento Enasarco. Si richiede esperienza nel settore.  
Inviare curriculum specificando l'autorizzazione al trattamento dei dati personali a info@thezazu.it

**TEWUA**, azienda produttrice di cosmetica pet, leader in Europa per ampiezza di gamma, **cerca agenti** plurimandatari in Piemonte, Liguria, Puglia, Sicilia orientale, Milano e provincia. Provvigioni di sicuro interesse.  
Inviare curriculum a avitabilenapoleone@interfree.it o al fax 0815737522

**ZOOSAN** linea *Ornil* e *C&G* **cerca agenti** plurimandatari per zone libere, per la vendita di preparati per la cura e l'igiene di cani, gatti e uccelli.  
Info: tel. e fax 081918501, cell. 389/4228215, www.arca-zoosan.com, direzione@arca-zoosan.com

**T.A.F. TRANS AQUARIUM FISH srl**, ingrosso di pesci tropicali dolci e marini, piante, tartarughe, distributore di importanti marchi del settore (*JBL*, *Aquarium System*, *Hydor*, *CS Aquaristik*, *Sylvania*, mangimi surgelati), **ricerca agenti** plurimandatari già introdotti nel settore per potenziare la propria rete di vendita.  
Inviare curriculum al fax 0119866143 o a info@tafsrl.it

**Azienda distributrice di prestigioso marchio di alimenti USA** - superpremium, all natural, holistic pet foods - per cani e gatti **ricerca/seleziona agenti e/o concessionari-distributori** per organizzazione rete vendita in Italia. Ottime possibilità di guadagno/carriera.  
Info: job@canidae.it, tel. 800-228083

**ANTICHI FENICI**, concessionari per la Sicilia di *Professional Food Bio Form Hunting Dog*, **cerca agenti** motivati. Offresi ottimi guadagni e incentivi.  
Info: cell. 347/6711950, 347/4044615

Per lancio nuova linea **IV SAN BERNARD** **cercasi agenti** mono e/o plurimandatari per Liguria, Lombardia, Emilia Romagna, Campania, Piemonte, Puglia e Sicilia.  
Info: tel. 0517509106, irene@ivsanbernard.it

**DOG LINE**, leader nella produzione di cappottini, con un nuovo vastissimo assortimento di accessori, **cerca agenti** per zone libere. Altissime provvigioni.  
Info: tel. 0444240653, fax 0444532511, dogline@dogline.it

**CHEMI-VIT srl**, azienda leader nella produzione di alimenti per uccelli e roditori, cosmetici e snack per cani e gatti con il marchio *Cliffi*, **cerca agenti** per le province di Parma, Reggio Emilia, Modena e Bologna. Interessanti opportunità provvigionali.  
Inviare curriculum a info@chemivit.com

**NORD-ZOO IMPORT**, presente da circa vent'anni sul territorio nazionale, **cerca informatore-agente** (con partita Iva) per MI e provincia e TO e provincia, per una linea di parafarmaci-nutraceutici già conosciuti e distribuiti sul territorio (*Arthritum*, *Serene um*, *Urinary um* ecc.).  
Inviare curriculum a nord-zoo@libero.it

**E'QUO srl**, azienda produttrice e distributrice nel settore acquari ornamentali, **cerca agente** plurimandatario, possibilmente già introdotto nel settore, per completare la propria rete di vendita, nelle regioni: Basilicata, Calabria, Campania, Sicilia. Info: tel. 0574591931

**JOSERA**, alimenti naturali per cani e gatti prodotti in Germania, **cerca grossisti** a cui affidare zone in esclusiva, senza obblighi di fatturato, a condizioni veramente vantaggiose. Si richiede la massima serietà. Ottime opportunità di guadagno. Info: gammapet@libero.it

**HOBBYFISH**, azienda leader in Calabria nella distribuzione di pesci tropicali e materiali, dopo vent'anni di esperienza desidera ampliare la propria clientela fuori il territorio calabrese, e **cerca agenti** plurimandatari con esperienza, per tutta Italia. Ottime possibilità di guadagno. Info: cell. 347/6493877, tel. 096655132, RuggieroFrancesco89@yahoo.com

#### ATTIVITÀ & ATTREZZATURE / domanda

**Negozio di acquariofilia** a Torino **cerca per acquisto stock di merce** da chiusura attività o fondi di magazzino, soprattutto decorazioni per acquari e accessori o piccoli acquari. Info: cell. 340/6867957 ore negozio

#### ATTIVITÀ & ATTREZZATURE / offerta

Causa trasferimento all'estero **cedesi attività petshop** di 360 mq in prima cintura Torino sud. Presenti alimenti, accessori, toelettatura, veterinario e reparto acquariofilia unico in un raggio di 40 km. Ampio parcheggio, zona di forte passaggio di strada provinciale. Clientela fidelizzata, otto vetrine. Info: tel. 0119623686, chiedere di G. Marengo

Causa cambio attività **vendesi** in zona Cuneo **arredamento negozio** compreso di moduli per alloggiamento uccelli, roditori e rettili. Tutto in ottime condizioni. **Vendesi** anche rimanenze di magazzino. Ottimo prezzo. Info: Fabrizio Dematteis, cell. 366/5397401

Per chiusura attività **vendesi vasche per negozio**, metrature varie. Prezzo trattabile. Info: cell. 338/4914271, tel. negozio 0571711127

Causa trasferimento **cedesi negozio di accessori e alimenti per animali con toelettatura** (nuova), cuccioli, pesci tropicali e acquari. 150 mq + 60, sei vetrine. Zona Brianza nord. Info: giorgio.salm@gmail.com

**Cedesi avviata attività di vendita alimenti e accessori con annessa toelettatura**, tutto a norma, avviamento decennale, ottimo fatturato, clientela consolidata. Negozio ubicato in periferia di Pisa. Info: cell. 339/4658185

Causa trasferimento, zona Pisa **vendesi scaffali** color avorio per negozio, praticamente nuovi, composti da gondole singole e doppia altezza 136 cm dotate di tre ripiani e da scaffali altezza 244 cm. 1500 euro. Info: cell. 339/4860367

In provincia di Bergamo **cedesi attività di toelettatura con annesso petshop**, 30.000 euro, affitto modico. Affiancamento per un periodo di due mesi. Info: cell. 347/7914709

In provincia di Bari **vendesi piccola catena di negozi pet (tre unità)** dislocati in tre paesi diversi a distanza di 15 km l'uno dall'altro. Tutte le sedi sono dotate di toelettatura, settore acquariofilia, omifilia, alimenti e accessori, e tutte sono ubicate in maniera fortemente commerciale e dotate di personale con esperienza decennale, oltre che di sistemi software e hardware che consentono il controllo e la visione dei punti vendita da remoto (cioè da dove si vuole, senza la necessità di essere presenti in sede) grazie all'ausilio di impianti di videosorveglianza connessi a un pc portatile e non. Info: Vito Cristofaro cell. 329/6144904, vitowilly@alice.it

**Vendesi vasca elettrica professionale in acciaio** con filtro, usata pochissimo, praticamente nuova. Info: tel. 0182580439, fax 0182582101

**Vendesi attrezzature per toelettatura** a 7000 euro composta da: 1 vasca in vtr per lavaggio con porta ingresso molossi + tavolino interno per cani di piccola taglia con scarico a norma per recupero peli; 1 phon con annesso soffiatore completo di staffa a muro; 1 phon digitale con programmazione temperatura con staffa a muro; 1 tavolo a sollevamento elettrico con tappeto antiscivolo e asta per aggancio guinzaglio, 1 sterilizzatrice per testine e forbici; 1 pratica cassettera di plastica; 1 mobile vetrina; 1 scaldabagno da 100 l. Tutto ha un anno di vita ed è perfettamente funzionante. Visionabile in provincia di Caserta. Info: cell. 339/6120662

A Milano **vendesi box per cani** in rete zincata verniciata a fuoco di colore verde scuro, misure 220x150x140h cm, con tetto in rete e porta d'ingresso scorrevole sul lato più lungo. Usato solo un mese (agosto) per tre anni al chiuso come box per gatti. 200 euro. Info: tel. 038182185, cell. 348/7318405

Per chiusura attività **vendesi attrezzatura per toelettatura** (vasca elettrica Vivog, tavolo elettrico Pelomagia, phon e soffiatore Vivog, tosatrice Aescu-lap con varie lame, set completo di forbici Polla ecc.). **Vendesi inoltre serie espositori** negozio in metallo di varie dimensioni e altezze. Tutto con non più di tre anni di vita. Prezzo allestente. Info: cell. 340/2706565, ciaomiaobao@mac.com

**Cedesi attività petshop alimenti e accessori + toelettatura** a Roma, zona S. Giovanni. 90.000 euro più merce e attrezzatura toelettatura. Info: cell. 320/2990669

**Vendo tre gabbie Terenziani** 1x70x70h in ottimo stato, utili per pensione gatti o animali in convalescenza. 130 euro l'una. Info: cell. 393/9123340 ore pasti

Per motivi famigliari **cedesi avviata attività** ventennale alimenti per pet, accessori, giochi vari, abbigliamento e acquari per rivendita pesci. A Lainate (MI) in ottima posizione. Ottimo fatturato. Negozio in affitto di 300 mq circa, fronte strada, con toelettatura. Info: cell. 335/5969338 ore negozio

**Vendesi stock di merce** (guinzaglieria, cappottini, cucce, ciotole) delle migliori marche - tipo Camon, United Pets, Dog Line, Linky, Flexi, Rinaldo Franco, Hunter, Red Dingo, Trixie. La vendita è al 50% del prezzo d'acquisto per un importo scontato di circa 3.500 euro + Iva. Info: tel. 0432480848 oppure info@misterdog.it

Per motivi famigliari **cedesi negozio** con attività ultratrentennale in pieno centro a Sanremo (vendita animali, alimenti, abbigliamento, acquari) + **toelettatura**. Ottimo fatturato incrementabile. Info: cell. 335/7025421

In provincia di Bologna **cedesi avviata attività di toelettatura**, zona di grande passaggio, ottimo parcheggio. 25.000 euro. Negozio in affitto. Info: cell. 348/2843442 Tiziana, tittig69@hofmail.it

Causa gravi ragioni di salute non più compatibili con l'attività, **cedesi avviatissimo petshop** in centro Sanremo (200 m dal Teatro Ariston). Negozio storico (21 anni) specializzato in alimenti e accessori per cani, gatti e roditori, **con annessa toelettatura** (locale ristrutturato) e **pensione cani/gatti**. Scaffalature nuove. Autorizzazioni in regola, clientela consolidata con possibilità di ampliare il giro d'affari, target alto, ambulatorio veterinario nelle immediate vicinanze, parcheggio a pochi metri, affitto nella norma e bloccato per i prossimi anni. Possibilità di affiancamento temporaneo nella vendita. Prezzo trattabile. Info: cell. 392/6706712

A Rivolta d'Adda (CR) **cedesi negozio di agraria, mangimi e accessori per animali e articoli giardinaggio + ampia toelettatura**. Attività esistente dal 2003. 130 mq. Ampio parcheggio, tre vetrine su strada di forte passaggio. Prezzo interessante Info: tel. 036379115

Causa trasferimento per motivi di salute, a Genova **cedesi avviato negozio di alimenti e accessori per animali con annessa toelettatura** (vasca, phon a muro, soffiatore, macchinette, tavolo grande e tavolo piccolo). Licenza per vendita animali. 25.000 euro. Info: cell. 346/3500783

In provincia di Padova **cedesi decennale attività di petshop** ben avviata (vendita alimenti e accessori) **con toelettatura**. Ottimo fatturato e consolidato pacchetto clienti. Negozio di oltre 90 mq, quattro vetrine, completamente arredato, climatizzato, con merce inclusa. Situato accanto ad avviato ambulatorio veterinario. Info: tel. 0495352427

Causa trasferimento all'estero **cedesi attività ben avviata di petshop** (vendita alimenti e accessori) + **toelettatura** a Milano. Negozio con due vetrine, 110 mq, ottima visibilità. Ottima clientela in continua espansione. Prezzo molto interessante. Info: cell. 329/1164816

**Cedesi avviata toelettatura con vendita accessori** (guinzaglieria, abbigliamento, shampoo, profumi ecc.) a Lavena Ponte Tresa (VA), unica in zona. Collaborazione con lo studio veterinario nelle vicinanze. Info: bobbywila@live.it, tel. 0332523572, cell. 389/0480862

COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO. LA DOMANDA E L'OFFERTA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato per posta (Vimax srl - via Rezzonico 23, 22100 Como), fax (031301418) o e-mail (info@vimaxmagazine.it) precisando se nell'annuncio devono comparire i vostri dati oppure se desiderate restare anonimi. Tutti gli annunci, anche quelli anonimi, devono essere completi di nome, cognome, indirizzo, telefono ed eventualmente fax ed e-mail. La redazione si riserva il diritto di accettare la pubblicazione degli annunci. *Vimax Magazine* offre esclusivamente un servizio, non riceve provvigioni sulle contrattazioni, non effettua commerci, non è responsabile per la qualità, la provenienza e la veridicità delle inserzioni.

HOW TO PUBLISH YOUR AD. LA DOMANDA E L'OFFERTA is a free classified ads column for pet professionals. Texts can be sent by mail (Vimax srl - via Rezzonico 23, 22100 Como, Italy), by fax (+39/031301418) or by e-mail (info@vimaxmagazine.it) saying whether you like to have your name published or not. All ads (included the anonymous ones) must be complete with name, address, phone (fax and e-mail). The editor reserves the decision to publish the ads or not. *Vimax Magazine* exclusively offers a service: the magazine does receive no commission, does not make trades and is not responsible for the quality, the source and the truthfulness of the adverts.

# gli appuntamenti

## NOT TO BE MISSED

### pet expo

#### 13-15 SETTEMBRE 2011 SUPERZOO 2011

Mandala Bay Convention Center, Las Vegas, NV, Usa  
Info: tel. +1(0)626/4472222, fax +1(0)626/4478350  
www.superzoo.org, info@superzoo.org

#### 19-21 SETTEMBRE 2011 GLEE PETINDEX 2011

National Exhibition Centre (NEC), Birmingham, United Kingdom  
Info: tel. +44(0)20/77284262, +44(0)20/77284200  
www.petindex.co.uk, glee@emap.com

#### 24-27 SETTEMBRE 2011 PET FAIR ASIA 2011

Shanghai Everbright Exhibition Center, China  
Info: www.pettairasia.com

#### 29 SETTEMBRE - 1 OTTOBRE 2011 IBERZOO 2011

Hall 2 Montjuic, Barcelona, Spain  
Info: tel. +34(0)93/4524598, fax +34(0)93/4524599  
www.iberzoo.com, info@iberzoo.com

#### 30 SETTEMBRE - 2 OTTOBRE 2011 PETBIZ 2011

Sofia, Bulgaria  
Info: +359(0)2/4160388, www.petbiz.bg, info@welldone.bg

#### 5-6 OTTOBRE 2011 AQUA 2011

Telford International Centre, England  
Info: tel. +44(0)1892/862484, www.aquatelford.co.uk

#### 9-11 OTTOBRE 2011 DIBEVO 2011

Evenementenhal Gorinchem, Gorinchem, the Netherlands  
Info: tel. +31/334550433 - fax +31/334552835  
www.dibevo.nl - info@dibevo.nl

#### 14-16 OTTOBRE 2011 PET INDUSTRY CHRISTMAS TRADE SHOW 2011

Donald E. Stephens Convention Center, Rosemont, Chicago, IL, Usa  
Info: tel. +1(0)312/5781818, fax +1(0)312/5781119  
www.hhbacker.com, hhbacker@hhbacker.com

#### 18-20 OTTOBRE 2011 PET SOUTH AMERICA 2011

Expo Center Norte, Sao Paulo, Brasil  
Info: tel. +55(0)11/3205-5000, fax +55(0)11/3205-5070  
www.petsa.com.br, petsa@nm-brasil.com.br

#### 20-23 OTTOBRE 2011 INDONESIA FISHERIES & SEAFOOD EXPO 2011

Balai Kartini Expo Center, Jakarta, Indonesia  
Info: fax +6221(0)7890647  
www.indonesiafisheriesexpo.com, wpcitra@dnet.net.id

#### 22-23 OTTOBRE 2011 ZORFEXPO 2011

Infra City, Upplands, Väsby, Stockholm, Sweden  
Info: tel. +46/40929291 - fax +46/40929201  
www.zoorf.org - info@zoorf.org

#### 27-28 OTTOBRE 2011 PET EXPO 2011

Sydney Convention & Exhibition Centre, Darling Harbour, Sydney, Australia  
Info: tel. +61/296595811, www.piaa.net.au - info@piaa.net.au

#### 16-19 NOVEMBRE 2011 CIPS 2011

Guangzhou China Import & Export Fair Pazhou Complex, China  
Info: tel. +86(0)1088102257/88102270 fax +86(0)1088102243  
www.cipscom.com, zhangyu626@263.net, wangxinyu@263.net

#### 17-19 NOVEMBRE 2011 PARK ZOO

Sokolniki Exhibition Center, Moscow, Russia  
Info: tel. +7(0)495/7976443, fax +7(0)495/7976481  
www.parkzoo.msk.ru, info@parkzoo.msk.ru

#### 18-20 NOVEMBRE 2011 KOPET 2011

Seoul Trade Exhibition & Convention Center, Seoul, Republic of Korea  
Info: tel. +82/263001462 - fax +82263001611, www.kopet.com

#### 23-26 NOVEMBRE 2011 ZOOSPHERE 2011

Lenexpo, St. Petersburg, Russia  
Info: tel. +7(0)812/3212875  
www.zoosphere.lenexpo.ru/en, s.hansen@lenexpo.ru

#### 12-13 FEBBRAIO 2012 ANIDO 2012

Kortrijk Xpo, Kortrijk, Belgium  
Info: tel. +3256241111 - fax +3256204295  
www.anido.be - anido@kortrijkxpo.com

#### 17-19 FEBBRAIO 2012 ZOORUSSIA 2012

Crocus Expo, Moscow  
www.zoorussia.ru

#### 29 FEBBRAIO-2 MARZO 2012 GLOBAL PET EXPO

Orange County Convention Center, Orlando, FL, Usa  
Info: tel. +1(0)203/5320000, fax +1(0)203/5320551  
www.globalpetexpo.org, www.americanpetproducts.org

#### 7-9 MARZO 2012 AQUARIYA EXPO 2012

Dubai, Uae  
Info: tel. +971(0)4/2988144, fax +971(0)4/2987886  
www.orangefairs.com, orangex@emirates.net.ae

#### 20-21 MARZO 2012 PATS 2012

Sandown Park, Surrey, UK  
Info: www.patshow.co.uk, helen.price@impact-exhibitions.com

#### 10-12 APRILE 2012 ZOOVETEXPO 2012

IEC, Kyiv, Ukraine  
Info: tel. & fax +38(0)44/2580123, www.zoovetexpo.com  
manager@troyan.kiev.ua

#### 18-20 APRILE 2012 PET INDUSTRY SPRING TRADE SHOW 2012

Donald E. Stephens Convention Center, Rosemont, Chicago, IL, Usa  
Info: tel. +1(0)312/5781818, fax +1(0)312/5781119,  
www.hhbacker.com, hhbacker@hhbacker.com

#### 17-20 MAGGIO 2012 INTERZOO 2012

Nürnberg, Germany  
Info: tel. +49(0)911/86060, fax +49(0)911/86068228, www.interzoo.com

### congressi nazionali national forums

#### 23-25 SETTEMBRE 2011 70° CONGRESSO NAZIONALE SCIVAC

"MEDICINA D'URGENZA" Palacongressi d'Abruzzo, Montesilvano (PE)  
Info: SCIVAC, tel. 0372403508, www.scivac.it, info@scivac.it

#### 21-23 OTTOBRE 2011 71° CONGRESSO NAZIONALE SCIVAC

"QUANDO IL SISTEMA IMMUNITARIO DIVENTA IL NEMICO"  
Centro Affari e Convegni, Arezzo. Info: SCIVAC

### expo cani dog shows

#### 8-9 OTTOBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Bastia Umbra (PG)

Info: ENCI, tel. +39/0270020346, fax +39/0270020323  
www.enci.it, expo@enci.it

#### 16 OTTOBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Campobasso - Info: ENCI

#### 22-23 OTTOBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Busto Arsizio (VA)

Info: ENCI

#### 29 OTTOBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Reggio Calabria - Info: ENCI

#### 30 OTTOBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Messina - Info: ENCI

#### 13 NOVEMBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Foggia - Info: ENCI

#### 19-20 NOVEMBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Genova - Info: ENCI

### expo gatti cat shows

#### 10-11 SETTEMBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE FELINA Ivrea (TO)

Info: ANFI, tel. +39/0114344627, fax +39/0114332479  
www.anfitalia.it, sede@anfitalia.net

#### 17-18 SETTEMBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE FELINA Milano

Info: FIAF, tel. +39/011530801, fax +39/0117432136  
www.fiafonline.it, segreteria@fiafonline.it

#### 24-25 SETTEMBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE FELINA Milano - Info: ANFI

#### 1-2 OTTOBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE FELINA Trieste - Info: ANFI

#### 15-16 OTTOBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE FELINA Prato - Info: ANFI

#### 15-16 OTTOBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE FELINA Torino - Info: FIAF

#### 5-6 NOVEMBRE 2011 ESPOSIZIONE INT.LE FELINA Roma - Info: ANFI

### expo uccelli bird shows

#### 24-25 SETTEMBRE 2011 MOSTRA INT.LE ORNITOLOGICA Pordenone

Info: FOI, tel. +39/0523593403, fax +39/0532571613, www.foi.it, foi@foi.it

#### 14-16 OTTOBRE 2011 MOSTRA INT.LE ORNITOLOGICA Reggio Calabria

Info: FOI

#### 16 OTTOBRE 2011 MOSTRA INT.LE ORNITOLOGICA Ancona - Info: FOI

#### 21-23 OTTOBRE 2011 MOSTRA INT.LE ORNITOLOGICA Piacenza - Info: FOI

#### 22-23 OTTOBRE 2011 MOSTRA INT.LE ORNITOLOGICA Catania - Info: FOI

#### 22-23 OTTOBRE 2011 MOSTRA INT.LE ORNITOLOGICA Udine - Info: FOI

#### 28-30 OTTOBRE 2011 MOSTRA INT.LE ORNITOLOGICA Bari - Info: FOI

#### 29-30 OTTOBRE 2011 MOSTRA INT.LE ORNITOLOGICA Canegrate (MI)

Info: FOI

# i contatti

## BUSINESS CONTACTS

- Alimenti / food
- Accessori / accessories
- Igiene e cura / pet care
- Vivo / live pets

### Acquari & co. Fish & co.

**Acquarama Italia S.r.l.** ● 0661662407  
Via di Santa Cornelia, 11 fax 0697247039  
00060 Formello Roma  
www.acquaramaitalia.it - acquarama.italia@tiscali.it

**Acquario di Bologna S.r.l.** ● ● ● ● 051796030 - 051790120  
Via Matteotti, 37 fax 051796203  
40064 Ozzano dell'Emilia (BO) www.acquariodibologna.it - info@acquariodibologna.it

**Acquario di Bologna S.r.l.** ● ● ● ● 0266011497  
Via Telemaco Signorini, 9 fax 0266011498  
20092 Cinisello Balsamo (MI) www.acquariodibologna.it - info@acquariodibologna.it

**Acquariolandia Italia** ● tel. e fax 024598320  
Via F. Rismondo, 119  
20153 Milano  
acquariola@tiscali.it

**Acquario Lombardo S.r.l.** ● ● 0392459689  
Via Trento, 18/35 tel. e fax 039482534  
20035 Lissone (MI) www.acquariolombardo.com - info@acquariolombardo.com

**All Pet S.r.l.** ● 0296450470  
Via Trieste, 603 fax 0296450464  
21042 Caronno Pertusella (VA) www.allpet.it - info@allpet.it

**Amblard S.a.** ● (+33)563987153 - (+33)563987154  
20, Avenue de la Chevalière fax (+33)563612491  
81200 Mazamet (Francia) www.amblard.fr - italia@amblard.fr

**Aquarialand S.a.s.** ● ● ● 0113112967  
Corso Tazzoli, 228/10 fax 0113147463  
10137 Torino  
www.aquarialand.com - aquarialand@aquarialand.com

**Aquaristica S.r.l.** ● ● ● 0516814188  
Via A. Labriola, 10/12 fax 0516814294  
40010 Sala Bolognese (BO) www.aquaristica.it - aquaristica@aquaristica.it

**Aquarium S.n.c.** ● ● ● 0997771064  
Via Stelle Marine, 27 fax 0997771242  
74029 Talsano (TA) aquasnc@tin.it

**Aquarium Boutique** ● tel. e fax 090719090  
Via XXVII Luglio, 66  
90123 Messina  
www.aquariumboutique.it - info@aquariumboutique.it

**Aquarium La Torre** ● tel. e fax 0882375861  
Via A. Righi, 1/E-F tel. e fax 0882374476  
71016 San Severo (FG) www.aquariumlt.com  
aquariumlt@tiscalinet.it

**Aquili Andrea** ● ● tel. e fax 071740640  
Via dell'Artigiano, 25  
60037 Monte San Vito (An) www.aquili.it - info@aquili.it

**Askoll Uno S.r.l.** ● ● ● ● 0444666700  
Via Galvani, 31/33 fax 0444666701  
36066 Sandrigo (VI) www.askoll.it - askoll@askoll.it

**Avi Fauna** ● 070564836  
Via Italia, 135 fax 070564023  
09134 Pirri (CA) www.avifaunasnc.it - muacor@tiscali.it

**Bionatura Impianti S.r.l.** ● 0399241247  
Via Alpi, 5 fax 0399201971  
23873 Missaglia (LC) www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it

**Calcio Mare S.n.c. di Corizzato P. & C.** ● ● ● ● 0423724073  
Via per Salvatonda Z.I. Esp. 48 fax 0423742252  
31033 Castelfranco V.to (TV) www.calcioimare.com, www.aqualine.it  
info@calcioimare.com

**Carmar S.a.s.** ● ● ● ● 0815743501-0815743459  
Via Aldo Moro, 28 fax 0815743496  
80046 San Giorgio a Cremano (NA) www.carmarsas.it - info@carmarsas.it

**Carmar New S.r.l.** ● ● ● ● 0817529205  
Via Repubbliche Marinare 126/128 fax 0817529262  
80147 Napoli www.carmarnew.it - carmar.pr@tin.it

**CE.A.B. di Ferrari Pierluigi** ● 0302667121  
Via Pietro Rescatti, 20 fax 0302168469  
25124 Folzano (BS) www.ceabacquiari.it - info@ceabacquiari.it

**Chemi-Vit S.r.l.** ● 0522887959  
Via Don Milani, 5/C fax 0522888200  
42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com

**Cia S.r.l.** ● ● ● ● 0114508893  
Strada del Francese, 152/6L fax 0114508901  
10156 Torino www.cia-acquari.it - commerciale@ciasrl-acquari.it

**Croci S.p.a.** ● ● ● ● 0332870860  
Via S. Alessandro, 8 fax 0332462439  
21040 Castronno (VA) www.crocitrading.com - info@crocitrading.it

**Dennerle GmbH** ● ● +49/63317241703  
Kroepferstraße, 17 fax +49/63317241203  
66957 Vinningen (Germania) www.dennerle.de - b.kaufmann@dennerle.de

**Eschematteo S.r.l.** ● ● ● ● 0521607889  
Via Uguzzolo, 101/A fax 0521399245  
43122 Parma info@eschematteo.it - www.eschematteo.it

**Ferplast S.p.a.** ● ● ● 0445429111  
Via I Maggio, 5 - Z.I. fax 0445429115  
36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com

**Fishfan S.r.l.** ● 051780868  
Via G. Puccini, 3/3 fax 051780849  
40055 Villanova di Castenaso (BO) rocco@fishfan.it

**Franc. Isa Pet Gruppo Soria S.r.l.** ● ● ● ● 0823457981  
Via Fabbria sn fax 0823457981  
81020 San Marco Evangelista (CE) francisagrupporsoria@libero.it

**Giumar S.r.l.** ● 0817741925 - 0818982101  
Via Tamburiello, 34 fax 0817747430  
80040 Volla (NA) www.giumarsrl.it - giumarsrl@virgilio.it

**Globus International S.r.l.** ● 0182559495  
Via Burrone, 4 fax 0182559482  
17031 Albenga (SV) www.beachworld.it - ceo@beachworld.it

**Hydor S.r.l.** ● ● ● 04248877  
Via Voiron, 27 fax 0424887887  
36061 Bassano del Grappa (VI) www.hydor.com - info@hydor.com

**Iemmi Ermanno** ● ● ● ● tel. e fax 059386076  
Via Viazza, 120  
41010 Ganaceto (MO) www.iemmiermannojbl.com - iemmi.ermanno@tiscalinet.it

**Italia Azoo** ● ● ● ● 0549941190  
Strada Cardio, 18 fax 0541489924  
47899 Serravalle Repubblica di San Marino www.sottacqua.net - info@sottacqua.net

**Kuda Tropical Fish S.r.l.** ● 0373234461  
Via delle Industrie, 34 fax 0373236714  
26010 Bagnolo Cremasco (CR) www.kudafish.it - info@kudafish.it

**Macropet S.r.l.** ● 0549907399  
Via Rive delle Seriole, 4 fax 0549906629  
47893 Borgo Maggiore (RSM) www.macropet.com - info@macropet.com

**Piranha Tropical Life** ● ● ● ● 0881638838  
III Traversa Corso del Mezzogiorno fax 0881339154  
71100 Foggia www.piranhatropicalife.it - info@piranhatropicalife.it

**Porsa Italy S.r.l.** ● 0302650248  
Via Romolo Gessi, 210 fax 0302150016-0302650211  
25135 Sant'Eufemia (BS) fax 0302151221-0302158315  
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com

**Pro.D.Ac. International S.r.l.** ● ● ● ● 0495971677  
Via Padre Nicolini, 22 fax 0495971113  
35013 Cittadella (PD) www.prodac.it - prd@prodac.it - info@prodac.it

**Raggio di Sole Mangimi S.p.a.** ● 0523980100  
Via Cappuccini, 7 fax 0523980300  
29017 Fiorenzuola d'Arda (PC) www.raggiolisole.it - www.mckerk.it - info@raggiolisole.it

**Red Sea Europe** ● ● ● ● +33/2/32377137  
Saint Denis, Route Betreuil fax +33/2/32377136  
27130 Verneuil Sur Avre - France www.redseafish.com - info@redseafish.com

**Reef International S.a.s.** ● ● ● ● 0331792443  
Via Arconti, 11 fax 0331772839  
21013 Gallarate (VA) www.reef-international.com - reefint@tin.it

**Rinaldo Franco S.p.a.** ● ● ● ● 0248376157  
Via Kulsciuff, 26/28 fax 0241291840  
20152 Milano www.recordit.com - record@recordit.com

**Saima Pet International** ● ● ● ● tel. e fax 0815550699  
Via San Gennariello, 8  
80040 Cercola (NA) saimapet@libero.it

**Sera Italia S.r.l.** ● ● ● ● 0516661301  
Via Gamberini, 110 - Gavaseto fax 0516661333  
40018 San Pietro in Casale (BO) fax 0516669133  
www.sera.it - info.seraitalia@sera.biz

Via Aldo Moro 28 - 80046 San Giorgio a C. (NA)  
Tel +39 - 081 - 574 - 35 - 01 Fax +39 - 081 - 574 - 34 - 96  
E-mail - info@carmarsas.it Sito - www.carmarsas.it

**CARMAR S.a.s.**  
IMPORT-EXPORT  
LINE

SINIFAM ProdiBio AQ engineering Tropic Marin AQUAFIM  
Tetra DENNERLE TECO CYMAX JBL Seachem EHEM OCEAN NUTRITION

Il futuro del vostro acquario passa per Carmar s.a.s.

**AQUAFIM**

DISTRIBUITO IN ESCLUSIVA NAZIONALE DA:  
**Carmar s.a.s.**  
via Aldo Moro, 28  
80046 S. Giorgio a Cremano (NA)  
tel. 081 5743501 - fax 081 5743496  
www.carmar.it - info@carmarsas.it

- Sicce Italia S.r.l.** ● 0444462826  
Via Vittorio Emanuele, 115 fax 0444462812  
36050 Pozzoleone (VI)  
www.sicce.com - info@sicce.com
- TAF Trans Aquarium Fish** ●●●●● 0119866465  
Via Casale, 27 fax 0119866143  
10060 Scalenghe (TO)  
www.tafsrli.to - info@tafsrli.to
- Teco S.r.l.** ● 0544408333  
Via A. Sansovino, 35 fax 0544280084  
48100 Ravenna  
www.tecoonline.com - teco@tecoonline.com
- Tetra Italia S.r.l.** ●●●●● 0290448368  
Via Ludovico il Moro, 6 fax 0290756096  
20080 Basiglio (MI)  
www.tetraitalia.it - italia@tetra.net
- Trixie Italia S.p.a.** ●●●●● 0444835329  
Via E. Fermi, 6 fax 0444833352  
36045 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it
- Tucano Internazionale S.r.l.** ●●●●● 031513082  
Via Asiago, 25 fax 0313347491  
22100 Como  
www.tucanoint.it - info@tucanoint.it
- Valpet S.r.l.** ● 0395321255  
Via Cartiera, 1 fax 0395321433  
23883 Brivio (LC)  
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it
- Valverde Aquarium S.r.l.** ● 037188127  
Via dei Ronchi, 15 fax 0371/88614  
26813 Graffignana (Lo)  
valverde.aquarium@libero.it
- Vitakraft Italia S.p.a.** ●●●●● 075965601  
Via Piana, 4 fax 0759656020  
06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
- Vitrea S.r.l.** ● 059565688  
Prov. Limidi-Ravariano, 62 fax 059859183  
41010 Limidi (MO)  
www.vitrea.it - info@vitrea.it
- Zanolli Mario** ●●●●● 045973472  
Via Mattarana, 11/A fax 045973473  
37141 Verona  
www.mariozanolli.it - info@mariozanolli.it
- Zolux S.a.s.** ●●●●● +33/5/46746969  
141, Cours Paul Doumer fax +33/5/46747070  
17100 Saintes  
www.zolux.com - info@zolux.com
- Zolux Italia** ●●●●● 051754816 - 051759896  
Via Balzani, 14  
40069 Zola Pedrosa (BO)  
www.zolux.com - info@zolux.it
- A&G S.r.l. Div. Nutrexa** ● 0321862871  
Via Montello, 19/A fax 0321861674  
28066 Galliate (NO)  
www.nutrexa.com - info@nutrexa.com
- Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l.** ● 092423013  
Via Porta Palermo, 131 fax 092422424  
91011 Alcamo (TP)  
www.adragna.it - info@adragna.it
- Agras Delic S.p.a.** ● 010588586  
Via San Vincenzo, 4 fax 010588914  
16121 Genova  
www.schesir.it - contact@agras-delic.com
- Agrizoo 2000 S.a.s.** ● tel. e fax 0815712523  
Via Circumvallazione esterna 7  
80018 Mugnano di Napoli (NA)  
www.professionalfood.it - dacennam@libero.it
- Alframa S.r.l.** ● tel. e fax 0226141945  
Via Leoncavallo Ruggero, 41  
20131 Milano  
www.catnature.com - alframarsl@virgilio.it
- Allevamento della Fioravanta** ● 051854594  
Via Cappelletti, 983  
40059 Sant'Antonio di Medicina (BO)  
www.allevamentodellaforavanta.it - fioravanta@virgilio.it
- Almo Nature S.p.a.** ● 0102535450  
P.za dei Giustiniani, 6 fax 0102535498  
16123 Genova  
www.almo.it - info@almo.it
- Alpi Service S.n.c.** ●●●●● 011975941  
Via dell'Artigianato, 5 fax 011974453  
12033 Faule (CN)  
www.alpisservice.com - info@alpisservice.com
- Animaland** ● tel. e fax 0426334310  
Via delle Capinere, 1088 cell. 347/2409512  
47017 Loreo (RO)  
www.animalanditalia.it - info@animalanditalia.it
- Animal House S.r.l.** ● 0309651831  
V.le Europa, 67 fax 0309651310  
25015 Montichiari (BS)  
www.animalhouseonline.it - mprignac@unipoint.it
- Arovit Italia S.r.l.** ● 0309914488  
Via dal Molin, 86 fax 0309120174  
25015 Desenzano Del Garda (BS)  
www.arovit.it - info@arovit.it
- Avi Fauna** ● 070564836  
Via Italia, 135 fax 070564023  
09134 Pirri (CA)  
www.avifaunasnc.it - muacor@tiscali.it
- Avitabile Napoleone S.r.l.** ●●●●● 0815737519  
Via Petrarca, 34 fax 0815737522  
80022 Arzano (NA)  
avitabilenapoleone@interfree.it - www.tewa.it  
contatto@tewa.it
- Baldecchi S.n.c.** ● 0559705281  
Zona PIP Frazione Penna fax 0559705352  
52028 Terranuova Bracciolini (AR)  
www.baldecchi.it - infotech@baldecchi.it
- Ballatore Pietro** ● tel. e fax 067236701  
Via Gasperina, 96  
00118 Roma  
www.ballatoreroma.com - info@ballatoreroma.com
- Bau Fioc Madigest S.r.l.** ● 075953817  
Z.I. Pucciarelli fax 075951128  
06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.baufioc.com - info@baufioc.com
- Bayer S.p.a.** ●●●●● 0239781  
V.le Certosa, 130 fax 0239784660  
20156 Milano  
www.vetclub.it - www.petclub.it
- Beaphar Italia S.r.l.** ● 054464418  
Via Fossombrone, 66 fax 0544479252  
48124 Ravenna  
www.beaphar.com - info@beaphar.com
- Bolton Alimentare S.p.a.** ● 031779111  
Via L. Einaudi, 18/22 fax 031779302  
22072 Cernenate (CO)  
www.boltonalimentati.it
- Borgovit S.r.l.** ● 031650344  
Via Roma, 48 fax 031651419  
22046 Merone (CO)  
www.borgovit.it - info@borgovit.it
- Bosch Italia - Animali.it** ● 339/3516852  
Via Manzoni, 9  
20010 Vanzago (MI)  
www.bosch-Tiernahrung.de - info@animali.it
- Bruma S.r.l.** ● 0733549333  
Contrada Vaglie, 23/B fax 0733549054  
62010 Pollenza (MC)  
www.bruma.it - bruma@bruma.it
- Camon S.p.a.** ●●●●● 0456608511  
Via Lucio Cosentino, 1 fax 0456608512  
37041 Albaredo d'Adige (VR)  
www.camon.it - camon@camon.it
- Canicom S.r.l.** ● 0583462363  
Via di Sottopoggio, 32  
fax 0583462411  
55060 Guamo (LU)  
www.canicomitalia.com - info@canicomitalia.com
- Cargill S.r.l.** ● 02890441  
Via Girardo Patecchio, 4 fax 0289044820  
20141 Milano  
www.cargill.com
- Cerere S.p.a.** ● 017367271  
Via del Molino, 42 fax 017367180  
12057 Neive (CN)  
www.cerere.com - cerere@cerere.com
- Ceva Vetem S.p.a.** ● 03965591  
Via Colleoni, 15 fax 0396559244  
20041 Agrate Brianza (MI)  
www.cevavetem.it - marketing.italy@ceva.com
- Chemi-Vit S.r.l.** ●●●●● 0522887959  
Via Don Milani, 5/C fax 0522888200  
42020 Quattro Castella (RE)  
www.chemivit.com - info@chemivit.com
- Chifa S.r.l.** ● 0257300068-93  
Via Ripamonti, 227 fax 0255213485  
20141 Milano  
www.chifa.it - chifasrl@tiscali.it
- CI.A.CRI. S.a.s.** ● 0815260121  
Via della Libertà, 473 fax 0815240312  
80010 Villaricca (NA)  
www.ciacri.it - ciacri@ciacri.it
- Ciam S.r.l.** ●●●●● 0736250484  
Via Piemonte, 4 fax 0736257854  
63100 Ascoli Piceno (AP)  
www.ciamanimali.it - ciam@ciamanimali.it
- Ciao Cucciolo S.a.s.** ● tel. e fax 0228901816  
Via Palmanova, 67  
20132 Milano  
www.ciaocucciolo.com  
matteoaugi88@hotmail.com
- Ciuffogatto S.r.l. Unipersonale** ●●●●● 0114513929  
Piazza Castello, 99 piano 5 fax 011737089  
10151 Torino  
www.ciuffogatto.it - info@ciuffogatto.it
- Coltelleria Polla** ● tel. e fax 0131264774  
Via Vochieri, 69  
15100 Alessandria  
www.polladino.com - lipolla@libero.it
- Conagit S.p.a.** ● 075851781  
Via Rosa Luxemburg, 30 fax 0758517804  
06012 Città di Castello (PG)  
www.conagit.it - info@conagit.it
- Continental Nutrition Italia Trading S.r.l.** ● 035235751 - 035270451  
Via Tasso, 31 fax 0354136994  
24121 Bergamo  
www.continentale-italia.it - info@continentale-italia.it
- Croci S.p.a.** ●●●●● 0332870860  
Via S. Alessandro, 8 fax 0332462439  
21040 Castronno (VA)  
www.crocitrading.com - info@crocitrading.it
- Cuccioli in Casa S.r.l.** ● 069890273  
Via del Cavallo Morto, 49 fax 0698929226  
00040 Lido dei Pini - Anzio (RM)
- Dalla Grana Mangimi** ● 0444830501  
Via Zara, 74  
36045 Lonigo (VI)  
nicola@officinalis.net
- Disegna Group** ●●●●● 0424471424  
Via Marsan, 28/30 fax 0424476392  
36063 Marostica (VI)  
www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it

## Cani & Gatti Dogs & Cats



**Blu Line**<sup>®</sup>

Lo specialista dell'acquario

Distribuito dal tuo fornitore di fiducia  
**CARMAR NEW SRL**  
via Repubblica Marinare 124/128 - 80147 Napoli  
tel. 081 7529205, fax 081 7529262  
carmar.pr@tin.it - www.carmarnew.it



**KUDA TROPICAL FISH s.r.l.**

VENDITA ALL'INGROSSO  
DI PESCI TROPICALI D'ACQUA DOLCE,  
PESCI MARINI,  
INVERTEBRATI, PIANTE

Via delle Industrie, 34  
26016 Bagnolo Cremasco (CR)

Tel. 0373234461, fax 0373236714  
info@kudafish.it - www.kudafish.it

- Diusa Pet S.r.l.** ● 0382947500  
S.P. per Lardirago, 8 fax 0382947488  
27010 Marzano (PV)  
www.diusapet.it - info@diusapet.it
- DM LAB - Lilliboo** ● tel. e fax 0236550758  
Ripa Di Porta Ticinese, 13  
20143 Milano  
www.lilliboo.com - dm.lab@libero.it
- Dog Line S.n.c.** ● 0444240653  
Via Della Tecnica, 94 fax 0444532511  
36043 Camisano Vicentino (VI)  
www.dogline.it - dogline@dogline.it
- Dog Performance** ● 0321923244  
strada dei Boschi, sn fax 0321923211  
28040 Marano Ticino (NO)  
www.dogperformance.com - info@dogperformance.com
- Doppiaemme International S.r.l.** ● ● 048190001  
Via Forans, 8 fax 0481950811  
34076 Romans D'Isosno (GO)  
www.silvercat.it - info@silvercat.it
- Dorado S.r.l.** ● 042659140  
Via Romea, 10 fax 0426308158  
30010 Monsole di Cona (VE)  
www.baubon.it - infoservice@baubon.it
- DRN S.r.l.** ● ● 0373938345  
Via Bellisario, 23/25 fax 0373982427  
26020 Palazzo Pignano (CR)  
www.drnsrl.it - marketing@drnsrl.it
- Duecci S.r.l.** ● 3489006997  
Via Saccani, 2 fax 05221860236  
42023 Cadelbosco di Sopra (RE)  
www.dueccisrl.com - info@dueccisrl.com
- Eagle S.r.l.** ● ● tel. e fax 050803275  
Via Pavoncella, 8  
56010 Migliarino Pisano (PI)  
www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it
- Eco & Biofood S.r.l.** ● ● 0522792968  
Via Agnoletti, 6 fax 0522562897  
42100 Reggio Emilia (RE)  
www.n1bio.com - info@n1bio.com
- Enac S.p.a.** ● 0382483059  
Strada Paiola, 16 fax 0382483056  
27010 Cura Carpignano (PV)  
www.enac.it - info@enac.it
- Estella S.r.l.** ● 0131950063  
Via Vittorio Veneto, 12  
fax 0131952944  
15048 Valenza (AL)  
www.myfamilypets.com - info@myfamilypets.com
- Fag S.n.c.** ● 0106514952  
Via dei Costo, 7/H fax 0108682528  
16154 Genova  
www.fag.genova.it - info@fag.genova.it
- Farmafit Italia S.n.c.** ● 0722350102  
SS 423 Urbinate, 98 fax 0722350182  
61029 Urbino (PU)  
www.farmafit.com - farmafit@farmafit.com
- Farm Company Pet Products S.r.l.** ● ● 015511310  
Via Amendola, 532 - Regione Spolina fax 0158129259  
13876 Cossato (BI)  
www.farmcompany.it - info@farmcompany.it
- Farmina Pet Foods Italia** ● 0818236000  
Via Nazionale delle Puglie fax 0815122135  
80035 Nola (NA)  
www.farmina.com - info@farmina.it
- Faza S.r.l.** ● ● 069476419  
Via Casilina Km 22.600 fax 069476033  
00040 Laghetto Di Montecompatri (RM)  
www.areaspet.it - info@areaspet.it
- Ferplast S.p.a.** ● ● 0445429111  
Via 1° Maggio, 5 - Z.I. fax 0445429115  
36070 Castelgomberto (VI)  
www.ferplast.com - info@ferplast.com
- Ferribiella S.p.a.** ● ● 0152558103  
Strada Trossi, 33 fax 0152558083  
13871 Verrone (BI)  
www.ferribiella.it - info@ferribiella.it
- F.I.E.M. S.n.c.** ● 031976672  
Via G. Galilei, 3 fax 031899163  
22070 Guanzate (CO)  
www.fiem.it - info@fiem.it
- Flair Pet S.r.l.** ● 0424383101  
Via Valle S. Felicità, 5/B fax 0424390792  
36060 Romano d'Ezzelino (VI)  
www.flairpet.com - info@flairpet.com
- Flexi-Bogdahn Int. GmbH & Co.** ● (+49)4532/40440  
Carl Benz Weg, 13 (+49)4532/40466  
22941 Bargeheide (Germania) fax (+49)4532/404442  
www.flexi.de - info@flexi.de
- FOP S.p.a.** ● 0444436491  
Via E. Majorana, 10/12 fax 0444436509  
36045 Lonigo (VI)  
www.fop.it - fop@fop.it
- Formevet S.r.l.** ● ● 024345891  
Via Correggio, 19 fax 0243458922  
20149 Milano  
www.baomiaio.com - vetline@formevet.it
- Forza10 - SANYpet S.p.a.** ● 0429785401  
Via Austria, 3 fax 0429767006  
35023 Bagnoli di Sopra (PD)  
www.forza10.com - forza10@forza10.com
- Franc. Isa Pet Gruppo Soria Srl** ● ● ● ● 0823457981  
Via Fabbrica sn fax 0823457981  
81020 San Marco Evangelista (CE)  
francisagruposoria@libero.it
- Gheda Mangimi S.r.l.** ● 038632677  
Via Comuna Santuario, 1 fax 038632664  
46035 Ostiglia (MN)  
www.gheda.it - gheda@gheda.it
- Gimborn Italia S.r.l.** ● ● ● 05221717257  
Via G. Falcone, 12 fax 05221717258  
42021 Barco di Bibbiano (RE)  
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it
- Giolo Giorgio** ● 042659305  
Via Marconi, 76/78 fax 042659306  
30010 Pegolotte di Cona (VE)  
www.giologiogiolo.it - info@giologiogiolo.it
- Giolo Guido** ● 042659197  
Via Roma, 22/24/26 fax 042659030  
30010 Pegolotte di Cona (VE)  
www.giologiogiolo.it/guidogiolo - info@guidogiolo.it
- Globalcibo S.r.l.** ● 0141747820  
Via Cortiglione, 25 fax 0141747821  
14045 Incisa Scapaccino (AT)  
www.globalcibo.it - franco.bianchi@globalcibo.it
- Gruppo Novelli S.r.l.** ● 0744803301  
Via del Commercio, 22 fax 0744814345  
05100 Terni (PG)  
www.grupponovelli.it - infopet@grupponovelli.it
- Haf Italia S.a.s.** ● 0432746150  
Via della Stazione, 54/6 fax 0432604739  
33048 San Giovanni al Natisone (UD)  
www.hafitalia.com - info@hafitalia.com
- Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l.** ● 06545491  
Via Giorgione, 59-63 fax 0654549560  
00147 Roma  
www.hillspet.it
- Hunter International GmbH** ● +49/5202/91060  
Grester Strasse, 4 fax +49/5202/15333  
33818 Leopoldshoehe  
www.hunter.de - info@hunter.de
- Imac S.r.l.** ● 0444482301  
Via Ghisa, 24 fax 0444482500  
36070 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it
- Interpet S.r.l.** ● ● ● 058394480  
Via San Piere, 42 fax 0583403381  
55060 Badia Contignano (LU)  
www.interpetmarket.com - interpet@libero.it
- Intervet Italia S.r.l. (sede amministrativa)** ● 02516861  
Via Fratelli Cervi, snc  
Centro direzionale MilanoDue - Palazzo Borromini  
20090 Segrate (MI)  
www.exspot.it - www.scalibor.it
- ISB Group S.r.l.** ● ● ● 0571509106  
Via Limitese, 112/116 fax 0571509618  
50053 Spicchio Vinci (FI)  
www.ivalsanbernard.it - info@ivalsanbernard.it
- Italsystem S.a.s.** ● 0541731428  
Via Corciano, 14 fax 0541731395  
47900 Rimini  
www.1allsystems.com - info@1allsystems.com
- Karlie Heimtierbedarf GmbH** ● ● +49/2957/770  
Graf Zeppelin Straße 13 fax +49/2957/77399  
33181 Bad Wuennenberg, Haaren (Germany)  
www.karlie.de - info@karlie.de
- La Ticinese Farmaceutici S.n.c.** ● ● ● 0382573789  
Via Vigentina, 102 fax 0382575576  
27100 Pavia  
www.laticinese.it - info@laticinese.it
- Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.** ● 0586434000  
Via L. Da Vinci, 21 fax 0586434210  
57123 Livorno  
www.laviosa.it - info@laviosa.it
- Lazzari Luigi S.r.l.** ● 035640118  
Via Borgo Antico, 9 fax 035644927  
24031 Almenno San Salvatore (BG)  
www.lazzarigabbie.it - info@lazzarigabbie.it
- Kiotolife Italia** ● tel. 074664051  
Via Salaria per l'Aquila, 60 fax 0746694051  
02010 Santa Rufina di Cittaducale (RI)  
www.kiotolife.com - info@kiotolife.com
- Life Petcare S.r.l.** ● tel. e fax 0575411013  
Via di Basserone, 57  
52041 Badia al Pino (AR)  
www.lifepetcare.it - info@lifepetcare.it
- Macropet S.r.l.** ● ● ● 0549907399  
Via Rive delle Seriole, 4 fax 0549906629  
47893 Borgo Maggiore (RSM)  
www.macropet.com - info@macropet.com
- Marchioro S.p.a.** ● 0444901700  
Via Croce, 60 fax 0444901710  
36030 Castelnuovo (VI)  
www.marchioro.it - info@marchioro.it
- Mars Italia S.p.a.** ● 025776111  
V.le Milano Fiori Str. 2 Pal C3 fax 0257510890  
20090 Assago (MI)  
www.pedigree.it
- Melcos S.n.c.** ● 0459584077  
Via Roma, 52 fax 0459584078  
37060 Castel D'Azzano (VR)  
www.guendy.com - info@guendy.com
- Merial Italia S.p.a.** ● 02577661  
Milano Fiori, Strada 6, Palazzo E/5 fax 0257766305  
20090 Assago (MI)  
www.merial.com - merial.italia@merial.com
- Merini Maurizio** ● tel. e fax 0661560728  
Via Baveno, 7/A  
00166 Roma  
www.merinioverline.it - maurizio.merini@libero.it
- Monge & C. S.p.a.** ● ● 0172747111  
Via Savigliano, 31 fax 0172747198  
12030 Monasterolo di Savigliano (CN)  
www.monge.it - info@monge.it
- Morando S.p.a.** ● 0119433311  
Via Chieri, 61 fax 0119434289  
10020 Andezeno (TO)  
www.morando.it - morando@morando.it

**Amblard®**   
Chiedeteci il mare

Biodiversità per l'acquario  
pesci, invertebrati e piante acquatiche  
Certificato da Marine Aquarium Council

Consegne a domicilio possibili in tutta Italia  
Contattare Karine, parla italiano  
Vendita solo per i professionisti

20, Avenue de la Chevalière  
81200 MAZAMET (FRANCIA)  
tel. (0033)563 987153 - (0033)563 987154  
fax (0033)563 612491  
www.amblard.fr - italia@amblard.fr

**Canina®**

I prodotti Canina sono distribuiti  
in esclusiva per l'Italia da

**DRN**

DRN srl V. Bellisario, 23/25 Palazzo Pignano  
Tel +39 0373 938345 - Fax +39 0373 982427  
e mail marketing@drnsrl.it - sito web: www.drnsrl.it

- MP Group S.r.l.** ● ● 0522942788  
Via dell'Industria, 7/1 0522942755  
42025 Cavriago - Corte Tegge (RE) fax 0522946191  
www.versele-laga.com - mp@versele.it
- MPS S.n.c.** ● 0444572190  
Via Zambon, 69 fax 0444370902  
36051 Creazzo (VI)  
www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it
- Natural Line S.r.l.** ● 0187413799  
Via Repubblica, 82 fax 0187415142  
54011 Frazione Albiano Magra Aulla (MS)  
www.natural-line.eu - info@natural-line.eu
- Naturina S.a.s.** ● 0109415459  
Via Bobbio, 1/3 rosso fax 0108392921  
16137 Genova  
www.naturina.it - info@naturina.it
- Nestlé Purina Petcare S.p.a.** ● ● ● 0281811  
V.le G. Richard, 5 800-525505  
20143 Milano fax 0281817133  
www.purina.it
- Nova Foods S.r.l.** ● 0445941494  
Via Pecori Giraldi, 59/A fax 0445941522  
36070 Castelgomberto (VI)  
www.novafoods.com - info@novafoods.it
- N.P. Industries S.r.l.** ● ● ● 0432699322  
Via Valcellina, 37 fax 0432691008  
33097 Spilimbergo (PN)  
www.professionalpets.it - info@professionalpets.it
- Nuova Fattoria S.r.l.** ● 0309032308  
Via Industriale, 70 fax 0309031460  
25016 Ghedi (BS)  
www.nuovafattoria.com - info@nuovafattoria.com
- Nutrix Più S.r.l.** ● 0737641171  
Via Potenza, 92 fax 0737643011  
62022 Castelraimondo (MC)  
www.nutrixpiu.com - nutrix@nutrixpiu.com
- On Site S.r.l.** ● 0342200070  
Via Carducci, 47 fax 0342211815  
23100 Sondrio  
www.lilloshop.it - info@onsitepet.it
- Original Legno Italia S.a.s.** ● 0924514511  
di Maltese & C. fax 0924515292  
Zl C.da Fegotto  
91013 Calatafimi Segesta (TP)  
www.original-legno.it - info@original-legno.it
- P.A.C. Dog Italia S.r.l.** ● 0583952945  
Via Carignani, 120 fax 0583953162  
55100 San Filippo (LU)  
www.pacdogitalia.com - info@pacdogitalia.com
- Pampered S.r.l.** ● ● 0717108279  
Via Chinnici, 12 fax 0717105251  
60027 Osimo (AN)  
www.pampered.it - info@pampered.it
- Pet360 S.r.l.** ● 022043764  
P.le Bacone, 2  
20129 Milano  
www.pet360.it - diego.villa@pet360.it
- Petinitaly** ● 0245712959  
Via Palermo, 9 fax 0245714694  
20090 Assago (MI)  
www.petinitaly.it - info@petinitaly.it
- Pets Fitness** ● tel. e fax 07131935  
Via Soderini, 8  
60027 Osimo (AN)  
www.petsfitness.com - info@petsfitness.com
- Pet Village S.r.l.** ● ● ● 054464418 - 0544471768  
Via Fossombrone, 26 fax 0544479252  
48100 Ravenna  
www.petvillage.it - info@petvillage.it
- Prima S.r.l.** ● 0429783975  
Via Negrelli, 21 fax 0429789768  
34043 Monselele (PD)  
www.prima-srl.com - prima.srl@tin.it
- Proma Soc. Coop** ● tel. e fax 0746694051  
Via Salaria per l'Aquila snc  
02010 S. Rufina di Città Ducale (RI)
- Promogreen.com S.r.l.** ● 038345143  
Via Emilia, 27 fax 0383214617  
27058 Voghera (PV)  
www.promogreen.com - info@promogreen.com
- Q.Vet S.r.l.** ● tel. e fax 038666326  
Via Argine Valle, 68 int. C  
46022 Felonica (MN)  
www.qvet.it - info@qvet.it
- Raggio di Sole Mangimi S.p.a.** ● ● 0523980100  
Via Cappuccini, 7 fax 0523980300  
29017 Fiorenzuola D'Arda (PC)  
www.raggiadisole.it - www.mckerk.it - info@raggiadisole.it
- Rebo S.r.l.** ● 0331502700  
Via Morelli, 34/B fax 0331502703  
21053 Castellanza (VA)  
reboitalia@libero.it
- Rinaldo Franco S.p.a.** ● ● ● 0248376157  
Via Kuliscioff, 26/28 fax 0241291840  
20152 Milano  
www.recordit.com - record@recordit.com
- Royal Canin Italia S.r.l.** ● 023347611  
Via Anton Checov, 50/2 fax 0233490091  
20151 Milano  
www.royalcanin.it - info@royal-canin.it
- Saima Pet International** ● ● ● tel. e fax 0815550699  
Via San Gennariello, 8  
80040 Cercola (NA)  
salvatoresoria01@libero.it
- Sepiolsa S.a.** ● 0233610725  
Ufficio Italia fax 02316560  
Via General Govone, 56  
20155 Milano  
www.sepiolsaitalia.com - info@sepiolsaitalia.com
- Slow Global** ● 0161219438  
Cascina Malcotta fax 0161220542  
13010 Stroppiana (VC)  
slowglobal@gmail.com
- Snogghy by La Boutique di Fido S.n.c.** ● ● 0759669496  
Via Brodolini, 21 fax 0755172574  
06070 Ellera di Corciano (PG)  
www.snogghy.com - info@snogghy.com
- Solvay Chimica Italia S.p.a.** ● 02290921  
V.le Lombardia, 20 fax 0270048203  
20021 Bollate (MI)  
www.solvay.com - lettere.vendite@solvay.com
- Spagnol Group** ● 0445369877  
Via della Fisica, 15 fax 0445368612  
36016 Thiene (VI)  
www.spagnolgroup.it - infopet@spagnolgroup.it
- Spinacè S.r.l.** ● 0422853929  
Via Comunale di Faè, 66 fax 0422853775  
31046 Oderzo (TV)  
www.spinace.it - info@spinace.it
- Stefanplast S.p.a.** ● ● ● 0444639011  
Via Piazza, 2 fax 0444638315  
36020 Castegnero (VI)  
www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it  
comm.estero@stefanplast.it
- Stracani S.a.s.** ● 0499131744  
Via Cengolina, 83 fax 0499139441  
35030 Galzignano Terme (PD)  
www.stracani.com - cuccioli@stracani.com
- Telcom S.p.a.** ● 0831348111  
Via dell'Industria, 1 fax 0831304510  
72017 Ostuni (BR)  
www.telcomitalia.it - telcom@telcomitalia.it
- Tienne S.r.l.** ● tel. e fax 095653858  
Contrada S. Croce Calcare, sn 800-228083  
95040 Ramacca (CT)  
tienne@tiscali.it
- Tolsa Italia S.r.l.** ● ● 0458780364  
V.le del Lavoro, 43 fax 0458780374  
37036 San Martino Buon Albergo (VR)  
www.tolsa.com - info@tolsa.com
- Tria-De S.r.l.** ● ● ● 0245712422 - 0257511907  
Via Marconi, 29 fax 0245704560  
20090 Rozzano (MI)  
www.tria-de.it - triade@tria-de.it
- Trixie Italia S.p.a.** ● ● ● 0444835329  
Via E. Fermi, 6 fax 0444833352  
36045 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it
- Tucano Internazionale S.r.l.** ● ● ● 031513082  
Via Asiago, 25 fax 0313347491  
22100 Como  
www.tucanoint.it - info@tucanoint.it
- Unipro S.r.l.** ● 0758085198  
Via Barrocciai, 19 fax 0758044167  
06081 Santa Maria degli Angeli (PG)  
www.unipronline.it - info@unipronline.it
- United Pets S.r.l.** ● 023927041  
V.le Certosa, 46 fax 0239219774  
20155 Milano  
www.unitedpets.it - info@unitedpets.it
- Valla** ● 0108391440  
Via N. Costa, 42/R fax 0108391440  
16139 Genova  
www.vallaitaly.com - sales@vallaitaly.com
- Valpet S.r.l.** ● ● ● 051760349  
Via Marconi, 4/2 fax 0516056448  
40057 Granarolo E. (BO)  
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it
- Venturi Giuseppe** ● 0543945316  
Via S. F. D'Assisi, 31 fax 0543945184  
47016 S. Savino di Predappio (FC)  
www.venturionline.it - info@venturionline.it
- Veter Zoo S.r.l.** ● 0755051546  
Via Morettini, 19 fax 0755051143  
06128 Perugia  
www.veter-zoo.com - veter-zoo@veter-zoo.com
- Vetline** ● 0775841024  
Via Monti Lepini, 112 fax 0775838562  
03100 Frosinone  
www.olistikavetline.com - info@olistikavetline.com
- Vitakraft Italia S.p.a.** ● ● ● 075965601  
Via Piana, 4 fax 0759656020  
06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
- Wonderfood S.p.a.** ● ● ● 0549943311  
Strada dei Censiti, 2 fax 0549943312  
47891 Repubblica di San Marino  
www.wonderfood.com - info@wonderfood.com
- Zolux Italia** ● ● ● 051754816 - 051759896  
Via Balzani, 14  
40069 Zola Predosa (BO)  
www.zolux.com - info@zolux.it
- Zodiaco** ● ● ● 0425474645  
V.le della Cooperazione, 16 fax 0425474647  
45100 Borsea (RO)  
www.zodiaco.com - zodiaco@zodiaco.com
- Zoo Planet S.r.l.** ● ● ● 0499350400  
Via Malcanton, 6 fax 0499350388  
35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it
- Zoosan - L'Arca** ● ● ● tel. e fax 081918501  
Via A. Cesarano, 99 info 389 4228215  
84016 Pagani (SA)  
www.arca-zoosan.com - direzione@arca-zoosan.com
- Zootecnica Alimentare S.r.l.** ● 065214500  
Via di Macchia Palocco, 280 fax 0652310023  
00125 Acila (RM)  
www.zoal.it - zoal@tin.it

## Uccelli Birds

- Allevamento Max** ● 0423485691  
Via Cacciatore, 2/A fax 0423756928  
31037 Loria (TV)  
www.pappagalli.com - info@pappagalli.com - maxorni@tin.it
- All Pet S.r.l.** ● 0296450470  
Via Trieste, 603 fax 0296450464  
21042 Caronno Pertusella (VA)  
www.allpet.it - info@allpet.it
- Avi Fauna** ● 070564836  
Via Italia, 135 fax 070564023  
09134 Piri (CA)  
www.avifaunasnc.it - muacor@tiscali.it
- Boccacci S.r.l.** ● ● 0620433565  
Via Casilina, 1670 fax 0620433512  
00133 Roma  
www.boccaccisrl.it - info@boccaccisrl.it
- Calcio Mare S.n.c. di Corizzato P. & C.** ● ● 0423724073  
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48 fax 0423742252  
31033 Castelfranco V.to (TV)  
www.calciomare.com - www.aqualine.it  
info@calciomare.com
- Chemi-Vit S.r.l.** ● ● 0522887959  
Via Don Milani, 5/C fax 0522888200  
42020 Quattro Castella (RE)  
www.chemivit.com - info@chemivit.com
- Chifa S.r.l.** ● 025730068-93  
Via Ripamonti, 227 fax 0255213485  
20141 Milano  
www.chifa.it - chifasrl@tiscali.it
- Croci S.p.a.** ● ● ● 0332870860  
Via S. Alessandro, 8 fax 0332462439  
21040 Castronno (VA)  
www.crocitrading.com - info@crocitrading.it
- Fioretta Rag. Gianni S.a.s.** ● ● ● 0341530138  
Via Provinciale, 89 fax 0341530392  
23811 Ballabio (LC)  
www.fiory.com - info@fiory.com
- FOP S.p.a.** ● 0444436491  
Via E. Majorana, 10/12 fax 0444436509  
36045 Lonigo (VI)  
www.fop.it - fop@fop.it
- Formevet S.r.l.** ● ● ● 024345891  
Via Correggio, 19 fax 0243458922  
20149 Milano  
www.baomiao.com - vetline@formevet.it

**Franc. Isa Pet Gruppo Soria S.r.l.** ●●●●● 0823457981  
Via Fabbrica sn fax 0823457981  
81020 San Marco Evangelista (CE)  
francisagrupposoria@libero.it

**Gimborn Italia S.r.l.** ●●● 05221717257  
Via G. Falcone, 12 fax 05221717258  
42021 Barco di Bibbiano (RE)  
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it

**Imac S.r.l.** ●●● 0444482301  
Via Ghisa, 24 fax 0444482500  
36070 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it

**Macropet S.r.l.** ●●● 0549907399  
Via Rive delle Seriole, 4 fax 0549906629  
47893 Borgo Maggiore (RSM)  
www.macropet.com - info@macropet.com

**MP Group S.r.l.** ●●● 0522942788  
Via dell'Industria, 7/1 0522942755  
42025 Cavriago - Corte Tegge (RE) fax 0522946191  
www.versele-laga.com - mp@versele.it

**Nestlé Purina Petcare S.p.a.** ●●● 0281811  
V.le G. Richard, 5 fax 0281817133  
20143 Milano  
www.purina.it

**Raggio di Sole Mangimi S.p.a.** ●●● 0523980100  
Via Cappuccini, 7 fax 0523980300  
29017 Fiorenzuola D'Arda (PC)  
www.raggiadisole.it - info@raggiadisole.it

**Rinaldo Franco S.p.a.** ●●●●● 0248376157  
Via Kuliscioff, 26/28 fax 0241291840  
20152 Milano  
www.recordit.com - record@recordit.com

**Saima Pet International** ●●●●● tel. e fax 0815550699  
Via San Gennariello, 8  
80040 Cercola (NA)  
salvatoresoria01@libero.it

**Trixie Italia S.r.l.** ●●●●● 0444835329  
Via E. Fermi, 14/16 fax 0444833352  
36040 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it

**Tropical World** ●●●●● 0331964758  
Via Torretta, 68 fax 0331949929  
21029 Vergiate (VA)  
www.tropicalworld.it - info@tropicalworld.it

**Tucano Internazionale S.r.l.** ●●●●● 031513082  
Via Asiago, 25 fax 0313347491  
22100 Como  
www.tucano.int.it - info@tucano.int.it

**Valpet S.r.l.** ●●●●● 0395321255  
Via Cartiera, 1 0395321019  
23883 Brivio (LC) fax 0395321433  
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

**Vergerio Mangimi S.r.l.** ●●●●● 049700622  
Via Roma, 56 fax 049703440  
35010 Cadoneghe (PD)  
www.canary.it - info@canary.it

**Vitakraft Italia S.p.a.** ●●●●● 075965601  
Via Piana, 4 fax 0759656020  
06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

**Viten S.r.l.** ●●●●● 0432664401  
Via Faedis, 21 fax 0432679043  
33040 Povoletto (UD)  
www.viten.it - info@viten.it

**Zoodiaco** ●●●●● 0425474645  
V.le della Cooperazione, 16 fax 0425474647  
45100 Rovigo  
www.zoodiaco.com - zoodiaco@zoodiaco.com

**Zoomania** ●●●●● tel. e fax 0818610459  
Via Vittorio Veneto, 414  
80058 Torre Annunziata (NA)  
www.zoomaniarettili.com - info@zoomaniarettili.com

**Zoo Planet S.r.l.** ●●●●● 0499350400  
Via Malcantone, 6 fax 0499350388  
35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

**Zoosan - L'Arca** ●●●●● tel. e fax 081918501  
Via A. Cesarano, 99 fax 081918501  
84016 Pagani (SA) info 389 4228215  
www.arca-zoosan.com - direzione@arca-zoosan.com

**Zoo Varese** ●●●●● 0332310280-9  
Via Giovanni Macchi, 55 fax 0332313111  
21100 Varese  
www.zoovarese.it - zoovarese@libero.it

## Piccoli mammiferi Small mammals

**Avi Fauna** ●●●●● 070564836  
Via Italia, 135 fax 070564023  
09134 Pirri (CA)  
www.avifaunasnc.it - muacor@tiscali.it

**Boccacci S.r.l.** ●●●●● 0620433565  
Via Casilina, 1670 fax 0620433512  
00133 Roma  
www.boccaccisrl.it - info@boccaccisrl.it

**Calcio Mare S.n.c. di Corrizato P. & C.** ●●●●● 0423724073  
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48 fax 0423742252  
31033 Castelfranco V.to (TV)  
www.calciomare.com - www.aqualine.it  
info@calciomare.com

**Chemi-Vit S.r.l.** ●●●●● 0522887959  
Via Don Milani, 5/C fax 0522888200  
42020 Quattro Castella (RE)  
www.chemivit.com - info@chemivit.com

**Chifa S.r.l.** ●●●●● 0257300068-93  
Via Ripamonti, 227 fax 0255213485  
20141 Milano  
www.chifa.it - chifasrl@tiscali.it

**Croci S.p.a.** ●●●●● 0332870860  
Via S. Alessandro, 8 fax 0332462439  
21040 Castronno (VA)  
www.crocitrading.com - info@crocitrading.it

**Fioretta Rag. Gianni S.a.s.** ●●●●● 0341530138  
Via Provinciale, 89 fax 0341530392  
23811 Ballabio (LC)  
www.fiory.com - info@fiory.com

**FOP S.p.a.** ●●●●● 0444436491  
Via E. Majorana, 10/12 fax 0444436509  
36045 Lonigo (VI)  
www.fop.it - fop@fop.it

**Formevet S.r.l.** ●●●●● 024345891  
Via Correggio, 19 fax 0243458922  
20149 Milano  
www.baomiao.com - vetline@formevet.it

**Franc. Isa Pet Gruppo Soria Srl** ●●●●● 0823457981  
Via Fabbrica sn fax 0823457981  
81020 San Marco Evangelista (CE)  
francisagrupposoria@libero.it

**Gimborn Italia S.r.l.** ●●●●● 05221717257  
Via G. Falcone, 12 fax 05221717258  
42021 Barco di Bibbiano (RE)  
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it

**Imac S.r.l.** ●●●●● 0444482301  
Via Ghisa, 24 fax 0444482500  
36070 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it

**Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.** ●●●●● 0586434000  
Via L. Da Vinci, 21 fax 0586434210  
57123 Livorno  
www.laviosa.it - info@laviosa.it

**Macropet S.r.l.** ●●●●● 0549907399  
Via Rive delle Seriole, 4 fax 0549906629  
47893 Borgo Maggiore (RSM)  
www.macropet.com - info@macropet.com

**MP Group S.r.l.** ●●●●● 0522942788  
Via dell'Industria, 7/1 0522942755  
42025 Cavriago - Corte Tegge (RE) fax 0522946191  
www.versele-laga.com - mp@versele.it

**Nestlé Purina Petcare S.p.a.** ●●●●● 0281811  
V.le G. Richard, 5 fax 0281817133  
20143 Milano  
www.purina.it

**Raggio di Sole Mangimi S.p.a.** ●●●●● 0523980100  
Via Cappuccini, 7 fax 0523980300  
29017 Fiorenzuola D'Arda (PC)  
www.raggiadisole.it - www.mckerk.it - info@raggiadisole.it

**Rinaldo Franco S.p.a.** ●●●●● 0248376157  
Via Kuliscioff, 26/28 fax 0241291840  
20152 Milano  
www.recordit.com - record@recordit.com

**Trixie Italia S.r.l.** ●●●●● 0444835329  
Via E. Fermi, 14/16 fax 0444833352  
36040 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it

**Tucano Internazionale S.r.l.** ●●●●● 031513082  
Via Asiago, 25 fax 0313347491  
22100 Como  
www.tucano.int.it - info@tucano.int.it

**Valpet S.r.l.** ●●●●● 0395321255  
Via Cartiera, 1 0395321019  
23883 Brivio (LC) fax 0395321433  
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

**Vitakraft Italia S.p.a.** ●●●●● 075965601  
Via Piana, 4 fax 0759656020  
06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

**Viten S.r.l.** ●●●●● 0432664401  
Via Faedis, 21 fax 0432679043  
33040 Povoletto (UD)  
www.viten.it - info@viten.it

**Zoodiaco** ●●●●● 0425474645  
V.le della Cooperazione, 16 fax 0425474647  
45100 Rovigo  
www.zoodiaco.com - zoodiaco@zoodiaco.com

**Zoomania** ●●●●● tel. e fax 0818610459  
Via Vittorio Veneto, 414  
80058 Torre Annunziata (NA)  
www.zoomaniarettili.com - info@zoomaniarettili.com

## Rettili & Anfibi Reptiles & Amphibians

**Croci S.p.a.** ●●●●● 0332870860  
Via S. Alessandro, 8 fax 0332462439  
21040 Castronno (VA)  
www.crocitrading.com - info@crocitrading.it

**Fioretta Rag. Gianni S.a.s.** ●●●●● 0341530138  
Via Provinciale, 89 fax 0341530392  
23811 Ballabio (LC)  
www.fiory.com - info@fiory.com

**FOP S.p.a.** ●●●●● 0444436491  
Via E. Majorana, 10/12 fax 0444436509  
36045 Lonigo (VI)  
www.fop.it - fop@fop.it

**Franc. Isa Pet Gruppo Soria Srl** ●●●●● 0823457981  
Via Fabbrica sn fax 0823457981  
81020 San Marco Evangelista (CE)  
francisagrupposoria@libero.it

**Gimborn Italia S.r.l.** ●●●●● 05221717257  
Via G. Falcone, 12 fax 05221717258  
42021 Barco di Bibbiano (RE)  
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it

**Imac S.r.l.** ●●●●● 0444482301  
Via Ghisa, 24 fax 0444482500  
36070 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it

**Macropet S.r.l.** ●●●●● 0549907399  
Via Rive delle Seriole, 4 fax 0549906629  
47893 Borgo Maggiore (RSM)  
www.macropet.com - info@macropet.com

**MP Group S.r.l.** ●●●●● 0522942788  
Via dell'Industria, 7/1 0522942755  
42025 Cavriago - Corte Tegge (RE) fax 0522946191  
www.versele-laga.com - mp@versele.it

**Rinaldo Franco S.p.a.** ●●●●● 0248376157  
Via Kuliscioff, 26/28 fax 0241291840  
20152 Milano  
www.recordit.com - record@recordit.com

**Trixie Italia S.r.l.** ●●●●● 0444835329  
Via E. Fermi, 14/16 fax 0444833352  
36040 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it

**Tucano Internazionale S.r.l.** ●●●●● 031513082  
Via Asiago, 25 fax 0313347491  
22100 Como  
www.tucano.int.it - info@tucano.int.it

**Valpet S.r.l.** ●●●●● 0395321255  
Via Cartiera, 1 0395321019  
23883 Brivio (LC) fax 0395321433  
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

**Vitakraft Italia S.p.a.** ●●●●● 075965601  
Via Piana, 4 fax 0759656020  
06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

**Viten S.r.l.** ●●●●● 0432664401  
Via Faedis, 21 fax 0432679043  
33040 Povoletto (UD)  
www.viten.it - info@viten.it

**Zoodiaco** ●●●●● 0425474645  
V.le della Cooperazione, 16 fax 0425474647  
45100 Rovigo  
www.zoodiaco.com - zoodiaco@zoodiaco.com

**SAIMA PET INTERNATIONAL**  
INGROSSO  
ACQUARIOLOGIA CINOFILIA E ORNITOLOGIA  
DISTRIBUTORE DEL PROPRIO MARCHIO AIROS  
DISTRIBUTORE E CONCESSIONARIO PASTOVIT  
PER LA REGIONE CAMPANIA

Via San Gennariello, 8 - 80040 Cercola (NA)  
Tel. e fax 0815550699  
Cell. 3881138287 / 3206891657

**saimapet@libero.it**

**aquarium La Torre**  
• PRODUZIONE ACQUARI •  
Supporti per acquari  
Espositori per negozi - Terrari

**SOLO INGROSSO**

via A. Righi, 1/E-F - 71016 San Severo (FG)  
ufficio: tel. e fax 0882 375861  
deposito: tel. e fax 0882 374476  
www.aquariumlt.com - aquariumlt@tiscalinet.it

settembre 2011 - anno I

**Direttore editoriale**  
Adolfo Somigliana

**Direttore responsabile**  
Patrizia Ribuoli

**Coordinatore editoriale**  
Cristina Mandaglio

**Editor**  
Barbara Bonadeo

**Hanno collaborato a questo numero:**

Marina Moretti, Cristiano Papeschi,  
Paolo Sparaciarì, Isora Vicentini, Valerio Zupo,  
Maria Luisa Mancini, Marco Raldi, Luciano  
Di Tizio, Lorenzo Luchetta, Alberto Tonelli,  
Gianni Ravazzi, Sahara Sebastiani,  
Pascale Sonvico, Daniela Graziadio

**Direzione e redazione**  
Vimax srl

via Rezzonico 23 - 22100 Como  
tel. 031301059 - fax 031301418  
info@vimaxservice.it

**Segreteria di redazione**

Valeria Longhi - valeria.longhi@vimaxmagazine.it

**Produzione grafica**  
Mariagiulia Peduzzi

**VIMAX** PET TRADE SERVICE

**Ufficio pubblicità**

Vimax srl - info@vimaxmagazine.it  
tel. 031301059 - fax 031301418

**Representative for the U.S. and Canada**

Richard A. Wartell - Judi Block Associates  
P.O. Box 1830, Willits, CA 95490 U.S.A.  
phone (001)707/4569200 - fax (001)815/3710757  
rwartell@write.com

**Servizio abbonamenti**

abbonamenti@vimaxmagazine.it - fax 031301418

**Stampa**

Graph Di Celli Ottavio & C. S.N.C. - San Leo (RN)

ISCRIZIONE NEL REGISTRO OPERATORI  
COMUNICAZIONE DELL'AGCOM N. ROC: 21368

Tutti i diritti riservati. Ogni produzione è vietata se non autorizzata espressamente per iscritto dall'Editore.  
Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito, anche se non pubblicato.

La presente pubblicazione viene inviata da Vimax srl in Italia a tutti i petshop, agristori, tolettatori, veterinari, allevatori e rappresentanti. Viene inoltre inviata gratuitamente in Italia e in tutto il mondo a produttori, grossisti, importatori, esportatori, associazioni e stampa specializzata del settore pet.

*This magazine is distributed by Vimax srl to all Italian pet shops, seed shops, groomers, vets, breeders and agents. It is also sent to all Italian and foreign manufacturers, wholesalers, importers, exporters, associations and specialized press working in the pet field.*

Sebbene la rivista venga inviata con abbonamento gratuito, si rende noto che i dati in nostro possesso sono impiegati nel pieno rispetto del D.Lgs 196/2003. L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla suddetta legge. In conformità a quanto disposto dal Codice di deontologia relativo al Trattamento di dati personali art. 2, comma 2, si comunica che presso la nostra sede di Como, via Rezzonico 23, esiste una banca dati a uso redazionale.

Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti dal D.Lgs 196/2003 (consultare, modificare o cancellare i dati) contattando presso la nostra sede di Como, tel. 031301059, fax 031301418, il responsabile Valeria Longhi (abbonamenti@vimaxmagazine.it)

*Although the magazine is delivered under free subscription, the personal data we are using are processed respecting Law Decree 196/2003. You can exercise the rights specified in the above mentioned law. In compliance with the rules specified in the Code of conduct about privacy treatment art. 2, comma 2, we inform you that the database is used for editorial purposes and resides in our headquarter located in Como, via Rezzonico 23. If you wish to exercise the rights specified in Law Decree 196/2003 (to look through, modify or cancel your personal data), please contact our office in Como, phone no. +39 031301059, fax +39 031301418. Responsible for the treatment of personal data is Ms Valeria Longhi (abbonamenti@vimaxmagazine.it)*

**Piranha Tropical Life** ● 0881638838  
III Traversa Corso del Mezzogiorno fax 0881339154  
71100 Foggia  
www.piranhatropicalife.it - info@piranhatropicalife.it

**Raggio di Sole Mangimi S.p.a.** ● ● 0523980100  
Via Cappuccini, 7 fax 0523980300  
29017 Fiorenzuola D'Arda (PC)  
www.raggiolisole.it - www.mckerk.it - info@raggiolisole.it

**Rinaldo Franco S.p.a.** ● ● ● 0248376157  
Via Kuliscioff, 26/28 fax 0241291840  
20152 Milano  
www.recordit.com - record@recordit.com

**Trixie Italia S.r.l.** ● ● ● 0444835329  
Via E. Fermi, 14/16 fax 0444833352  
36040 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it

**Tucano Internazionale S.r.l.** ● ● ● 031513082  
Via Asiago, 25 fax 0313347491  
22100 Como  
www.tucanoint.it - info@tucanoint.it

**Valpet S.r.l.** ● ● 0395321255  
Via Cartiera, 1 0395321019  
23883 Brivio (LC) fax 0395321433  
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

**Vitakraft Italia S.p.a.** ● ● ● 075965601  
Via Piana, 4 fax 0759656020  
06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

**Zoomania** ● tel. e fax 0818610459  
Via Vittorio Veneto, 414  
80058 Torre Annunziata (NA)  
www.zoomaniarettili.com - info@zoomaniarettili.com

**Zoo Varese** ● 0332310280-9  
Via Giovanni Macchi, 55 fax 0332313111  
21100 Varese  
www.zoovarese.it - zoovarese@libero.it

## Marketing specializzato Specialized marketing

**GBS Marketing** (0049)6074/861009  
Moselstrasse, 2 fax (0049)6074/861089  
63322 Rodemark (Germania)

**PETPRO S.r.l.** numero verde 800-984706  
Via Piermarini 10  
20145 Milano  
www.petpro.it - info@petpro.it

**Pfish OK! Franchising** 0881638838  
III Traversa Corso del Mezzogiorno fax 0881339154  
71100 Foggia  
www.pfishok.com - info@pfishok.com

**Vimax S.r.l.** 031301059  
Via Rezzonico, 23 fax 031301418  
22100 Como  
vimaxcomo@gmail.com

**Zoo Planet S.r.l.** 0499350400  
Via Malcantone, 6 fax 0499350388  
35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

AVVERTIAMO I LETTORI CHE GLI INDIRIZZI DI QUESTA RUBRICA VENGONO PUBBLICATI A PAGAMENTO E CHE LO SPAZIO È RISERVATO ESCLUSIVAMENTE A PRODUTTORI, IMPORTATORI, ESPORTATORI E ORGANIZZAZIONI COMMERCIALI CHE OPERANO IN QUALITÀ DI GROSSISTI

## gli inserzionisti

### ADVERTISERS

cover 1 AGRAS DELIC

cover 2 BAYER ANIMAL HEALTH

cover 3 ALL PET

cover 4 VITAKRAFT

ADRAGNA ALIMENTI

ZOOTECNICI p. 95

AMBLARD p. 125

APPA p. 39

AQUARIUM LA TORRE p. 127

B BRAUN p. 33

CARMAR p. 123

CARMAR NEW p. 124

COLTELLERIA POLLA p. 83

CONAGIT p. 97

CROCI p. 47, 105, 109

DISEGNA GROUP p. 51

DRN p. 125

FERPLAST p. 43

FIEM p. 115

FORMEVET p. 11

FRANC.ISA PET GRUPPO SORIA p. 81

GIOLO GUIDO p. 36

IBERZOO 2011 p. 25

INTERVET ITALIA p. 1

ISB GROUP p. 74-75

IV SAN BERNARD DIFFUSION p. 71

KUDA TROPICAL FISH p. 124

LA TICINESE p. 57

MACROPET p. 9

MERIAL ITALIA p. 29 e p. 65

MONGE p. 3

MP GROUP / VERSELE LAGA p. 41

NOVA FOODS p. 7

NUOVA FATTORIA p. 67

PARK ZOO p. 23

PET BIZ 2011 p. 27

RAGGIO DI SOLE MANGIMI p. 77

RINALDO FRANCO p. 35-37

SAIMA PET INTERNATIONAL p. 127

UNIPRO p. 55

WONDERFOOD p. 5

ZOODIACO p. 59

ZOO PLANET / FLATAZOR p. 87

# all·pet

All Pet srl . via Trieste 603  
21042 Caronno P. (Va) . Italy  
Tel. +39 02.96450470  
Fax +39 02.96450464

[www.allpet.it](http://www.allpet.it)  
[info@allpet.it](mailto:info@allpet.it)

# Una linea tutta nuova nella qualita' di sempre.

## i RODITORI



## i VOLATILI



## TARTARUGHE e PESCI

RICHIEDI  
IL CATALOGO  
COMPLETO  
AL TUO  
DISTRIBUTORE

# Vitakraft®

l'energia

Dall'Amore per gli Animali

# SOFT-SNACK

**NOVITÀ**  
**96%**  
di pura carne  
\* complesso naturale di vitamine B



## Morbidi piaceri



nei gusti più appetitosi



### La nuova linea di snack morbidi con una ricetta unica

96 % di pura carne con l'aggiunta di un complesso naturale di vitamine B

- ✓ SENZA cereali
- ✓ SENZA coloranti artificiali
- ✓ SENZA zucchero
- ✓ SENZA conservanti
- ✓ SENZA umidificanti

Un'appetibilità straordinaria: oltre il 95% per i gatti e 99% per i cani!  
Pratica confezione tascabile con zip richiudibile per una freschezza garantita.

Una linea innovativa in un segmento in forte crescita.

## Vitakraft®

l'energia

Dall'Amore per gli Animali

[www.vitakraft.it](http://www.vitakraft.it)

