Vimax Magazine

LA RIVISTA PER I PROFESSIONISTI DEL PET
THE TRADE MAGAZINE FOR THE PET BUSINESS PEOPLE

MY FAMILY®

ViMAX Pet Trade Service

MADE IN ITALY

MY
famil
www.myf

81.950063 - info@myfamily.it - FB: MYFAMILY

SINCE Nutro® 1926

NATURAL CHOICE™

SUPER PREMIUM NUTRITION, NATURALLY

- ☆ NATURALE
- ☆ MIGLIORAMENTO DIMOSTRATO
- ☆ REGOLA IL TRANSITO INTESTINALE
- ☆ SANA DIGESTIONE
- ☆ 100% SAPORE GARANTITO

SENZA aromi artificiali
SENZA coloranti artificiali
SENZA antiossidanti artificiali

★

BENEFICI VISIBILI PER LA SALUTE

Distributore per l'Italia PETFOOD EffeDCi SERVICE

EFFECI SERVICE SRL - Via Enrico Fermi, 5/1 - 27011 Belgioioso (Pv) Tel. 0382 957122 - Fax 0382 955466
www.effeciservicesrl.com - info@effeciservicesrl.com

FATTI TROVARE CON UN CLICK! ENTRA NELLA APP SCALIBOR®MAP.

Oggi puoi dare più visibilità al tuo negozio con un semplice click.
Entra a far parte dell'elenco dei pet-shops sulla **SCALIBOR®Map app**
che mostra le zone a rischio leishmaniosi in Italia.
I proprietari in viaggio con il cane sapranno sempre dove trovarti!

Registrati su **http://petshop.scalibormap.it**
per essere visibile su tutti gli smartphone e tablet.

È GRATIS
È VELOCE
È UN VANTAGGIO PER TE

MSD Animal Health

all·pet

All Pet srl . via Trieste 603
21042 Caronno P. (Va) . Italy
Tel. +39 02.96450470
Fax +39 02.96450464

www.allpet.it
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

Profumo di soddisfazione

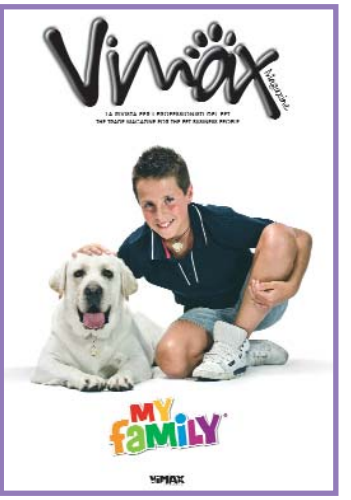
Cristina Mandaglio
Direttore Editoriale / *Editor in chief*

Diciamocelo francamente: a dispetto della situazione economica internazionale che sembrava tutt'altro che rosea, Zoomark International 2013 si è rivelato un vero successo, forse come non accadeva da anni. Prima che la manifestazione aprisse i battenti, infatti, un po' tutti si aspettavano una fiera sottotono vuoi per i grandi assenti (nomi importanti e storici che quest'anno non sono venuti), vuoi per l'aria di crisi che si respira ovunque, vuoi per lo scoraggiamento generale.
E invece… invece il Salone ha mostrato il suo volto migliore regalando grandi soddisfazioni tanto agli espositori quanto ai visitatori. E credetemi: questa non è soltanto una mia opinione, ma è il reale sentimento di tutti quelli che, a qualsiasi titolo, vi hanno partecipato, un sentimento che si poteva percepire in modo quasi palpabile girando tra gli stand.
Indipendentemente dai numeri che fotografano l'andamento della kermesse bolognese e che gli organizzatori oggi sottolineano con giustificato orgoglio (a proposito: chi fosse interessato può trovarli tutti nell'articolo pubblicato a pagina 14), è indiscutibile che Zoomark International 2013 sia andato più che bene: non solo ha come al solito offerto importanti spunti di riflessione e determinanti occasioni di aggiornamento, ma ha anche evidenziato quale strada stia prendendo il mercato, sottolineato i punti di forza dell'innovazione, focalizzato l'obiettivo sui prodotti che meglio intercettano le esigenze dei proprietari di pet, oggi più che mai attenti al benessere dei loro amici animali oltre che sempre più informati.
Non può quindi stupire che questo numero di *Vimax Magazine* dedichi ampio spazio a una serie di articoli incentrati proprio sull'ultima edizione della fiera. Anzi: per facilitare la lettura e venire incontro ai diversi interessi dei lettori, li abbiamo suddivisi per categorie (cani, gatti, pesci, roditori…). In tutti, comunque, troverete le competenti considerazioni dei nostri esperti autori che hanno visitato la manifestazione, in modo che chi non ha potuto intervenire sappia almeno che cosa si è perso e chi, invece, c'era, leggendo trovi un valido aiuto per focalizzare al meglio novità e tendenze.
Personalmente, posso solo aggiungere che durante i miei quattro giorni di visita a Zoomark ho raccolto solamente riscontri positivi: gli espositori erano contenti e soddisfatti per aver concluso ottimi contratti e, in modo particolare, per aver mietuto interessanti agganci per nuove collaborazioni.
Una realtà in controtendenza, dunque, soprattutto se si considera che ormai da anni la partecipazione alle fiere è diventata più una questione di immagine che un'opportunità per stipulare accordi commerciali: gli espositori a Zoomark International 2013, invece, ci assicurano che per loro il Salone è stato davvero un'occasione d'oro per portare a casa ordini consistenti particolarmente dai visitatori stranieri.
Già, perché l'aspetto internazionale è stato uno dei principali fiori all'occhiello di questa edizione: non per niente il 60% degli espositori proveniva dall'estero, il che ha ovviamente condotto a un'impennata dei buyer stranieri arrivati da ben 82 Paesi diversi. Un record assoluto.
Certo un successo simile, almeno noi del mondo della stampa, dovevamo aspettarcelo: non sono infatti stati pochi i segnali positivi giunti in redazione già prima della partenza. Per esempio, mai come per questa edizione di Zoomark sono arrivati tanti inviti a manifestazioni, festival, presentazioni di nuovi prodotti, incontri con esperti presenti negli stand per spiegare quella piuttosto che quell'altra novità….. Noi di *Vimax Magazine* abbiamo cercato di rispondere positivamente partecipando con entusiasmo a tutti questi inviti.
Direi di più: intervenendo agli eventi organizzati dagli espositori, ho trovato la conferma tangibile di quella che all'inizio ho creduto fosse solo una mia sensazione, e cioè che quest'anno le aziende si sono davvero messe in gioco dando il meglio di sé. Tutti si sono preparati con grinta e creatività all'appuntamento: c'è chi ha rinnovato il suo stand, chi ha messo a punto promozioni, chi ha dato vita a iniziative di marketing particolari, a dimostrazioni, a performance spettacolari di grande richiamo… Insomma: era davvero difficile trovare un espositore che si fosse limitato a "prenotare lo stand". Tutti si sono dati da fare e, alla fine, tutti hanno raccolto le giuste soddisfazioni.
Certo, la crisi c'è ed è innegabile, ma è altrettanto innegabile chi ha partecipato a Zoomark International quest'anno si è dimostrato fermamente deciso a contrastarla. E i loro sforzi sono stati ripagati: lo rivelava il profumo di soddisfazione che permeava l'aria quando si sono chiusi i battenti.

The scent of satisfaction

Frankly speaking, despite the international economical situation (which was anything but promising), Zoomark International 2013 has been a real success, even more than the past years. Everyone expected a low profile exhibition: absent companies (important manufacturers were not present this year); a general feeling of crisis; general dejection. However... the exhibition experienced the best outcome, with plenty of satisfaction for both exhibitors and visitors. This is not just my opinion, but it is a shared feeling, palpable even walking among stands.
Besides figures underlining the trend of the Bologna exhibition, which organizers are proud to show (those who are interested can read them at page 14), it is clear that Zoomark International 2013 has been more than successful. Not only it offered important stimuli to reflect and chances to update: it also underlined the trend of the market, stressing the importance of innovation and focusing on the products meeting the needs of pet owners, who are increasingly informed and attentive to the well-being of their pets.
No wonder that the current issue of Vimax Magazine *focuses on the past exhibition. In order to help readers, the articles are divided according to category (dogs, cats, fish, rodents...). Readers will find the opinion of our authors, who visited the exhibition. Those who could not attend will learn about the exhibition, while those who already visited the exhibition will be able to focus on news and trends.*
Personally, I experienced only positive feedbacks: exhibitors were happy and satisfied about their business, and especially for the chances of new collaborations.
In the past years the exhibition had become a matter of public image rather than the chance to start new business partnerships: on the contrary, exhibitors guarantee that Zoomark International 2013 was the perfect chance to receive relevant orders, mainly from foreign visitors.
60% of visitors came from abroad, with a consequent record of foreign buyers, who came from 82 different countries.
We should have expected such a positive outcome: our staff received plenty of invitations to events, festival, presentation of new products, meeting with experts in stands... Vimax Magazine *tried to answer positively, taking part in all events.*
By attending the events organized by exhibitors, I could find the real proof of my feeling: this year companies did their best. Everybody was ready for the event: renewed stand, promotions, special marketing initiatives, attractive shows... It was hard to find exhibitors that just "booked a stand". Everybody worked hard, and at the end everyone was satisfied.
There is a crisis, it is true, but it is also true that those who took part in Zoomark International 2013 were firmly trying to fight it. And their efforts have been rewarded: everyone could smell the scent of satisfaction at the end of the exhibition.

Vimax Magazine
anno III
luglio/agosto 2013



in copertina

10 Il calore della famiglia *(MyFamily)*

cani & gatti

46 Un mondo d'amore *(Wonderfood)*
50 Quell'aiuto in più *(Camon)*
52 Inesauribile carica di energia *(Royal Canin Italia)*
54 Il west highland white terrier *(Italsystem)*
56 Menu all'avanguardia *(Monge)*
58 Bon voyage *(Mondial Pet Distribution)*
60 Sani e in linea *(Nova Foods)*
62 Un micio a pois *di L. Burani*
66 Per chi vuole di più... *(Zoodiaco)*
68 Vizi e coccole *(Vitakraft Italia)*
70 Un mito per amico *di P. Sparaciari*
72 Informare per prevenire *(MSD Animal Health Italia)*
74 Il bello del gioco *(Bayer Animal Health)*
76 Il segreto del benessere *(Marpet)*
78 Colpire nel segno *(Hill's Pet Nutrition Italia)*
80 Poco terrier, molto pastore *di L. Quarta*
86 La scienza per una vita migliore *(Bayer Animal Health)*

SPECIALE ZOOMARK

14 Sempre più in alto *di M. Moretti*
16 Meglio di così non si può
18 Gusto sì. Ma anche benessere *di M. Moretti*
20 Sempre avanti *di M. Moretti*
26 Previsioni per il futuro *di Valerio Zupo*
30 Rettili e anfibi: il nuovo in passerella *di M. Raldi*
32 Ornitologia in scena a Bologna *di G. Ravazzi*
34 Piccoli mammiferi sotto i riflettori *di D. Giannicolo*

acquari & co.

90 Felci fuori posto *di M.L. Mancini*
92 Dalla Cina col... testone *di A. Mancini*
96 Questione di dimensioni *di V. Zupo*
98 Bellezza sommersa *di L. Di Tizio*

uccelli

88 Qua la zampa *di A. Tonelli*

altri animali

100 Una mancanza da evitare *di C. Papeschi e L. Sartini*
102 Senza permesso di soggiorno *di C. Papeschi e L. Sartini*

attualità

84 Lassù qualcuno di ama *di S. Sebastiani*

indagini di mercato

36 Petshop, oltre il food
40 Incertezza e cauto ottimismo
42 I mercati: la Turchia

rubriche

3 Editoriale
6 Le ultimissime
7 Il personaggio
8 Le notizie brevi
45 Dal mondo
48 Norme sotto la lente
87 Groomer si diventa
104 La bacheca
106 Gli appuntamenti
107 I contatti
112 Gli inserzionisti

Ho mangiato cose
che Voi umani non potreste mai immaginare...

Poi ho provato Naxos®!

Ingredienti "garantiti" per i nostri compagni.
Naxos® Super Premium è indicato per l'accrescimento ed il mantenimento di cani di qualsiasi taglia in quanto tiene conto delle particolari esigenze fisiologiche e nutrizionali che caratterizzano gli animali nelle loro rispettive fascie d'età. L'utilizzo di impianti produttivi all'avanguardia, la cottura a vapore degli amidi e l'immissione sottovuoto dei liquidi, unita ad una produzione "espressa" su ordine del cliente consente di realizzare prodotti di eccellenza con una lunga durata a salvaguardia del mantenimento nel tempo di tutte le caratteristiche nutrizionali.

NON TESTATO SU ANIMALI

Naxos®
Super Premium Quality

Phone +39 092 42 30 13 - Web www.adragna.it

diacommunication.com

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* 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 *or to fax +39/031301418. All news are published free. The editorial office reserves the right to publish them.*

ACQUARI D'AUTORE, Avellino Visto il forte interesse riscontrato in occasione di Zoomark International l'azienda comunica che la promozione su urne cinerarie e cofani funebri verrà prorogata fino a fine giugno. Si informa inoltre che è possibile scaricare direttamente dal sito web il nuovo catalogo 2013. *(info@acquaridautore.it)*

ANTICHI FENICI, Mascali (CT) Concessionario per la Sicilia dei prodotti *Arion Premium* e *Dagel Mangimi* informa la clientela che per il mese di giugno sono in atto offerte e promozioni sia sulla linea per gatto e cane *Fun 4 Pets* che sulla linea *Althea*. *(antichifenici@libero.it)*

CANDIOLI SRL, Beinasco (TO) Presentato in anteprima al Congresso di Rimini: *GlutaMax® Forte*, una novità importante nella gestione della funzionalità epatica alterata di cani e gatti. La formula innovativa di *GlutaMax® Forte* si basa sulla presenza di Siliphos®, un complesso fitosomico brevettato di silibina e fosfatidilcolina e una composizione sinergica di 8 attivi come zinco e curcuma. *GlutaMax® Forte* è disponibile in compresse per cani (20 e 40 cpr) e pasta orale per gatti, entrambi altamente appetibili. *(info@candioli.it)*

C.I.A., Torino Seachem, attraverso il suo distributore italiano CIA srl ha attivato una collaborazione con l'Acquario pubblico di Cala Gonone (Dorgali-NU) in Sardegna (gestito da Panaque srl e Costa Edutainment spa) per testare la linea di prodotti: *Reef Phyto Plankton, Reef Zoo Plankton, Reef Plus, Fuel, Vibrance* nelle sue vasche espositive tropicali dedicate ai coralli, nel circuito dedicato alle meduse e nella vasca delle gorgonie. I risultati di questa collaborazione verranno periodicamente aggiornati sul sito ufficiale di Seachem Italia: www.seachem.it *(info@cia-acquari.it)*

CONAGIT SPA, Albaredo d'Adige (VR) Tra i prodotti presentati a Zoomark International hanno ottenuto un grande successo gli snack per cani *Crancy Dog Sticks* e *Crancy Dental Snack* e, tra le linee di alimenti completi per cani e gatti, sono state ampiamente apprezzate, ancora una volta, quelle superpremium *Pro26D* e *Pro 34* grazie anche alle nuove referenze lanciate in fiera e che da Giugno saranno in distribuzione nei punti vendita italiani.
Giuntini ringrazia i numerosi negozianti che hanno visitato il suo stand a Bologna. *(info@conagit.it)*

GIMBORN ITALIA SRL, Reggio Emilia Gimpet propone un nuovo alimento in pasta con erba gatta: *Gras-Paste*, ricco di vitamine e importanti amminoacidi, sostanze nutritive minerali e oligoelementi. Il gatto che sta fuori casa ama mangiare erba gatta quando ne ha a disposizione, e ne trae importanti nutrienti, *Gras-Paste* rappresenta un'integrazione ideale alla dieta del gatto che vive invece in casa. Somministrata direttamente con una striscia sul dito, dal tubetto o nella ciotola *Gras-Paste* non solo fa bene, ma è estremamente appetitosa e gradita. Disponibile nel pratico tubetto tascabile da 50 g e proposto al negoziante per l'esposizione con un accattivante display da banco da 15 pezzi. *(info@gimborn.it)*

I DESIDERI DI OGNI CANE SRL, Roma L'azienda ringrazia tutti i clienti che hanno visitato il loro stand in occasione di Zoomark International, dove hanno potuto ammirare le nuove collezioni di cuccette cuscineria, guinzagli, collari e pettorine fashion *Desy Dog*. Comunica inoltre che è stato aggiornato il sito internet e di essere presenti su Facebook: Idesideridiognicane Srl. *(info@idesideridiognicane.com)*

ISI PLAST SPA, Correggio (RE) Presentata l'innovativa vaschetta *VTS1,* studiata per il contenimento e la conservazione del cibo per animali, in quanto idonea al contatto con gli alimenti, ed è realizzata con l'utilizzo dei migliori materiali presenti sul mercato conformi alle normative vigenti, ovvero il polipropilene (PP). La pratica e sicura chiusura con termosaldatura, inoltre, garantisce una perfetta conservazione degli alimenti contenuti e permette il mantenimento della fragranza. *(isiplast@isiplast.com)*

IUMA SRL, Trezzano sul Naviglio (MI) Sono 2 i nuovi prodotti della linea *BioBLU*: *AntiAccoppiamento Profumato Cani*, che maschera completamente gli odori dei feromoni emessi dalla femmina durante il periodo di estro e *Abituante Profumato Cane e Gatto*, che induce il cucciolo a espletare le proprie esigenze in una zona a lui destinata. Tutti i prodotti della linea *BioBLU* creano una barriera olfattiva che induce gli animali ad allontanarsi e/o a mutare alcune abitudini non gradite. Non contengono prodotti chimici aggressivi bensì combinazioni di oli aromatici totalmente innocui sia per loro che per le persone. Sono inoltre disponibili altre soluzioni naturali per la gestione sia degli animali da compagnia che dei randagi. *(info@iuma.it)*

LA TICINESE FARMACEUTICI SNC, Pavia Orijen annuncia la novità degli *Snack Freeze Dry*, composti interamente da carni fresche e di prima scelta, totalmente prive di conservanti, che vengono delicatamente liofilizzate per conservarne infatti proprietà nutrizionali e sapore. I gusti disponibili saranno 8, in 2 formati differenti da 56 e 100 g. *(info@laticinese.it)*

MYFAMILY SRL, Toscanella di Dozza (BO) In occasione di Zoomark International sono state presentate con grande successo 4 nuove collezioni. Nuovi modelli della linea *Basic*, chiamati *Handmade* (5 colori e 6 forme), realizzati e smaltati con una speciale tecnica di lavorazione artigianale. Nuova collezione *Shine* (3 colori e 4 forme), contraddistinta da una speciale colorazione a smalto che conferisce alla medaglietta un effetto "luccicante". Collezione *Reflective* di medagliette rosse, realizzate e smaltate a mano con uno speciale adesivo rifrangente. Le medagliette *Classic* che riproducono il logo MyFamily in 3 modelli differenti e in diverse colorazioni. E infine un ampliamento della linea *Colors* con nuove razze. *(info@myfamily.it)*

MONDIAL PET DISTRIBUTION SPA, Fossano (CN) *Pelostop Pet* e *Pelostop Home* sono le nuovissime spazzole leva pelucchi adesive di Fortesan. *Pelostop Pet* è una spazzola antiacaro profumata che elimina il 99% degli acari adatta per animali e tessuti. *Pelosop Home,* invece, è una spazzola antibatterica profumata che elimina il 90% dei batteri ed è adatta su tessuti e oggetti. Entrambi sono prodotti innovativi ed efficaci disponibili presso i migliori negozi specializzati. *(info@fortesan.it)*

PET'S CREATION, Mola di Bari (BA) Il marchio *Richdog* si avvale di pavé Swarovski autentici e luminosi, per la realizzazione di guinzagli in corda marina, tutto rigorosamente fatto a mano all'interno della sede pugliese della Pet's Creation. I nuovi guinzagli a breve saranno disponibili presso i migliori petshop e visibili sul sito ufficiale della *Richdog*. *(info@pets-creation.com)*

PET VILLAGE SRL, Ravenna Grande successo riscosso a Zoomark International da *PawCare*, il prodotto innovativo, studiato da Joker Technologies (detentori del brevetto Cyberclean) in collaborazione con medici veterinari svizzeri, che consente ai proprietari di prendersi cura delle zampe del proprio cane, rimuovendo sporco e batteri da artigli e polpastrelli in modo veloce e divertente, come se fosse un gioco.
Ai numerosissimi clienti italiani che hanno visitato lo stand dell'azienda sono stati presentati anche 3 nuovi e utili prodotti: *PawCare Kitty*, per la pulizia delle zampe del gatto, *Eyecare*, per la pulizia degli occhi di cani e gatti e *Rollcare*, l'innovativo rullo che rimuove i peli lasciati dai pet da tutte le superfici, eliminando al contempo anche i germi, grazie al suo rivestimento agli ioni d'argento. *(info@petvillage.it)*

RINALDO FRANCO SPA, Milano Un'utilissima novità dell'azienda è la lettiera *Cat&Rina Forest,* in fibre vegetali vergini, completamente atossica, ecologica e biodegradabile. La particolare lavorazione del legno a "Pop Corn" fa sì che i granuli si prestino ottimamente ad accogliere e trattenere al proprio interno i liquidi e gli odori. Non produce polveri fini volatili e presenta invece corpuscoli che a contatto con i liquidi "fanno la palla"; è possibile così rimuovere giornalmente questi grumi e gli escrementi solidi in modo da mantenere pulita la lettiera residua inutilizzata sostituendo soltanto la quantità asportata. Può essere smaltita nel WC domestico grazie all'agglomerazione reversibile. *(record@recordit.com)*

SACCHETTIFICIO NAZ. G. CORAZZA SPA, Ponte San Nicolò (PD) Il nuovo sacco *Pet-Pack®* single lip nella versione Top Slider con maniglia laterale è il risultato dell'unione tra praticità e design. Lo speciale sistema di apertura e chiusura denominato Top Slider e collocato alla bocca del sacco, permetterà di mantenere inalterate le caratteristiche del prodotto che potrà essere versato con maggiore facilità grazie all'utilizzo dell'innovativa maniglia laterale in grado di agevolare il cliente finale anche durante il trasporto del sacco. Un packaging perfetto, capace di soddisfare più esigenze contemporaneamente. *(info@corazzasacks.com)*

SANYPET SPA, Bagnoli di Sopra (PD) Nasce da *Forza10Bio* la nuova linea di prodotti per igiene, protezione e bellezza del cane. Prodotti completamente naturali, a base di estratti di piante dalle benefiche proprietà, biologici certificati, con una soffice profumazione molto delicata e non artificiale, per non infastidire il finissimo apparato olfattivo degli animali e risultare allo stesso tempo gradevole all'olfatto umano e delicato sulla loro pelle. La scelta ideale tra benessere e naturale. *(forza10@forza10.com)*

SICCE ITALIA SRL, Pozzoleone (VI) L'azienda ringrazia tutti coloro che sono andati a fare visita presso il loro stand a Zoomark International. Un grazie per aver contribuito alla buona riuscita di questa fiera. *(info@sicce.com)*

SISSISOFIE COLLECTION, MONZA L'azienda parteciperà alla fiera di Parigi ExpoZoo, con le sue nuove collezioni di borse *Magic Summer Bag*, *Lovely Bag*, *Bauletto Pizzo*, *Mamy Pizzo* e *Trasportino Classico*. Sarà inoltre l'occasione per presentare le collezioni Primavera/Estate 2013: collari, copertine, abbigliamento, cucce, ciotole e tanti altri bellissimi accessori. *(info@sissisofiecollection.com)*

ZOODIACO, Borsea (RO) Per il gatto adulto con sensibilità digestive, *Prolife* propone un nuovo alimento ricco in carne fresca di pesce e patate con la preziosa integrazione nutrizionale Vitality System Nucletides. Il ridotto contenuto di magnesio favorisce inoltre le funzioni renali e la prevenzione dei calcoli. L'alimento è disponibile in confezioni single lip richiudibili da 400 g e 1,5 kg e in size 12 kg. *(zoodiaco@zoodiaco.com)*

La coppia fa la forza

Alberto Avonto: intuizione, coraggio, concretezza e precisione

Quando si dice il destino… Quando si dice la forza dell'amore… e quando si dice la passione… Possono starci a meraviglia tutte e tre queste riflessioni se si parla di Alberto Avonto e come ha finito per essere un personaggio in primo piano nell'universo pet, uno che ha scritto (e continua a scrivere) una pagina importante di questo nostro magnifico settore.
Perché se non fosse stato per il suo grande amore, per Carmen, e per la sua grande passione, per il tennis, il suo destino sarebbe stato ben diverso. Cioè quello del titolare di un'azienda di ferramenta a conduzione familiare: un'attività sicura, un domani già definito. Invece…
Ma andiamo con ordine. Correva l'anno 1980. Alberto è sposato con Carmen dal 1976. Sono giovani, felici, innamorati e condividono le stesse passioni. Compresa quella per il tennis (non per niente lui è presidente del Tennis Club Biella), che li porta a Wimbledon per assistere al Torneo più prestigioso del mondo.

GALEOTTO FU WIMBLEDON. È estate, ma il clima londinese non fa sconti alle stagioni: piove sempre e così, visto che lui è da sempre un patito cinofilo e lei lo segue a ruota (anche oggi condividono l'esistenza con un cocker e un trovatello, un simpatico barboncino), sfuggono alla pioggia andando a vedere una mostra canina. Non sapevano ancora che il destino, il "loro" destino, era in agguato e stava per decidere del "loro" futuro.
Già, perché accanto alla mostra era stato allestito uno stand di guinzaglieria. "Ma non uno stand qualunque", ricorda oggi Alberto Avonto. "Erano prodotti stupendi, che in Italia non ci sognavamo neppure. Oggetti e soluzioni che ci sembrarono avanti anni luce rispetto a quanto proponeva il nostro mercato in quegli anni. In una frazione di secondo ho capito quanto era avanti la Gran Bretagna rispetto a noi".
Cosa può ribaltare un'esistenza (anzi: due) in un attimo? L'intuizione, lo spirito di iniziativa, il coraggio di ripartire da zero anche se potresti startene comodo a giacere su allori precostituiti, la determinazione. Tutte doti che non mancano di certo ad Alberto Avonto. Che, dalla sua, ha anche un altro potente asso nella manica: la complicità e il supporto di Carmen, che lo segue in tutto, che condivide tutte le sue scelte, che lo supporta senza incertezze.
Già sulla strada del ritorno a casa la coppia ha un progetto: quella guinzaglieria deve essere loro, deve conquistare il mercato italiano. Perché mai era così importante? Ecco, è questo il vero lampo di genio che pone Alberto Avonto tra gli uomini che, grazie alla loro intuizione, hanno scritto una pagina importante nella storia del pet market in Italia: perché quella guinzaglieria scoperta in Inghilterra è in nylon, un materiale fino ad allora mai usato in Italia in questo segmento di mercato per il quale venivano realizzati ancora solo articoli in pelle.
"Ma non è stato facile", dice ancora Avonto. "Non volevano vendercela perché avevano già chi li rappresentava. Abbiamo dovuto lottare non poco per realizzare ciò in cui credevamo".

DUE ANNI VISSUTI DI CORSA. Ormai il dado era tratto: per Carmen e Alberto la vita stava imboccando un nuovo cammino. C'è voluto parecchio coraggio e non poca determinazione per compiere certe scelte, ma il tempo ha dato loro ragione.
È ancora il 1980 quando convertono la loro ferramenta in quella che oggi è una realtà e un punto di riferimento internazionale nel mercato del pet comfort. "I primi due anni sono stati importantissimi, e li abbiamo vissuti di corsa", racconta Avonto. "Dopo la guinzaglieria siamo partiti con un'esclusiva di gabbie e, poco dopo, abbiamo iniziato a creare delle linee tutte nostre. E siamo stati anche fortunati, perché non abbiamo mai incontrato grandi difficoltà. Sì, la concorrenza ci ha dato un po' di filo da torcere, ma ci siamo difesi sempre molto bene".

UN'ALTRA INTUIZIONE FELICE. Di passioni, nella vita privata, Carmen e Alberto ne condividono tante: oltre al tennis e ai cani ci sono la nautica, le barche, vivere il mare… Ma condividono anche la grinta e la determinazione: due armi indispensabili per farsi strada nel competitivo mondo del lavoro.
Così non stupisce che si trovino d'accordo quando c'è da scegliere quale strategia adottare per ampliare la loro sfera d'azione. Di nuovo sono l'intuizione e il coraggio che danno loro una mano per farsi conoscere e prendere quota sul mercato. Sono gli anni un cui Zoomark fa la sua apparizione sulla scena fieristica internazionale: Alberto ne comprende subito le potenzialità e l'importanza, non si lascia sfuggire l'occasione. E Carmen è con lui.

"Abbiamo partecipato alla manifestazione fin dalla sua prima edizione", dice Alberto Avonto, "perché abbiamo subito capito che sarebbe stato un formidabile trampolino di lancio per chi, come noi, stava muovendo i primi passi in un mercato a quei tempi ancora nuovo per l'Italia".

CONCRETEZZA E PRATICITÀ. E già dal primo appuntamento con Zoomark Carmen e Alberto riescono a trasmettere al pubblico il loro diktat, quel principio fondamentale che ha segnato tutto il loro percorso professionale: promuovere, proporre e privilegiare ciò che è "utile" per i cani, ciò che sostiene il loro comfort e il loro benessere, non solo quello che attiene all'idea di esposizione o bellezza.
"Sono convinto", spiega Avonto, "che nel tempo risultino vincenti solo le cose pratiche, precise e pulite. Concretezza e praticità prima di tutto, insomma: è un concetto che paga anche nel buisiness".

UNA POLTRONA PER DUE. E non a caso senso pratico e funzionalità rappresentano tratti fondamentali del carattere, della personalità di Alberto Avonto non solo nel lavoro, ma anche nella vita privata. Che sia questo il segreto dell'inossidabilità della coppia che forma con Carmen?
"In un certo senso sì", risponde lui con un tono all'improvviso più tenero. "La verità è che Carmen e io siamo sempre insieme: credo sia questo il segreto di una vita felice. In due le decisioni si prendono in un attimo. Sicuramente il vivere e il lavorare fianco a fianco ha rappresentato il nostro asso nella manica. Non ci scontriamo mai anche perché ci siamo divisi i compiti: lei è più sull'amministrativo, io sul commerciale. L'importante è parlare sempre, risolvere i dubbi appena nascono, e mai scavalcare, cercare di prevaricare".

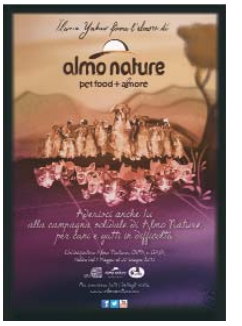
Patrizia Ribuoli
Direttore Responsabile

le notizie brevi

VIAGGI SICURI SENZA PARASSITI Sono milioni gli Italiani che in occasione dei viaggi estivi non rinunciano alla compagnia dei propri animali: spesso però si pone il problema di trovare luoghi dove i nostri amici possano avere uno spazio adatto a loro e individuare lungo la strada zone di sosta sicure e adeguate alle loro esigenze. Le pulci e le zecche si annidano ovunque, nei luoghi più impensati. Da queste esigenze nascono due iniziative promosse da *Frontline Combo Education Program®:* "In viaggio con i nostri amici a 4 zampe" e "Spiagge amiche".

Presso alcune aree di servizio delle principali autostrade italiane – la mappa si trova sul sito *www.frontlinecombo.it*, cliccando sulla carta geografica "In viaggio" - *Frontline Combo Education Program®* organizza punti informativi dove è possibile reperire indicazioni utili per non abbassare la guardia contro pulci e zecche. Inoltre *Frontline Combo Education Program®* ha pensato anche alle spiagge, selezionandone alcune tra le più frequentate che dispongono di un'area dedicata ai cani. In queste zone saranno allestiti espositori con giochi, tende parasole e ciotole per far dissetare il proprio animale. Sarà a disposizione materiale informativo sulla protezione da pulci e zecche. Anche per visualizzare le "Spiagge amiche" aderenti all'iniziativa, è sufficiente visitare il sito web *www.frontlinecombo.it* e cliccare sulla cartina geografica corrispondente.

PER SAPERE TUTTO SULLE FILARIOSI Con l'intento di offrire un servizio completo e approfondito a chi desidera ricevere informazioni e conoscere bene le filariosi, malattie che possono essere letali per il cane e per il gatto, Merial, divisione salute animale di Sanofi, lancia il nuovo sito *www.cardotek.it*. Diviso in due sezioni distinte, una dedicata ai veterinari e l'altra ai proprietari di amici a quattro zampe - e in considerazione del fatto che questa malattia può colpire anche l'uomo – il sito offre una molteplicità di servizi ed è particolarmente interattivo. Le filariosi, nelle forme cardio-polmonare e sottocutanea, sono spiegate con dovizia di particolari per poterle riconoscere e sconfiggere, partendo da quello che medici e specialisti, in assenza di cure efficaci, ritengono sia l'unica arma: la prevenzione. *www.cardotek.it* è anche un sito di informazione con risposte alle domande più frequenti e offre l'opportunità di contattare on line un esperto in parassitologia veterinaria per ogni tipo di dubbio o richiesta. Curiosa e utile la sezione in cui si insegna come crescere un cucciolo equilibrato, grazie ai suggerimenti di un educatore, o quella denominata 'Rendilo famoso' dove la foto del nostro amico a quattro zampe sarà pubblicata per un mese intero. Info: www.cardotek.it



PETFOOD SOLIDALE PER MICI Quanti sono i gatti liberi (quelli che una volta si chiamavano randagi) in Italia? Centinaia di migliaia. Ad aiutarli c'è ora una iniziativa coraggiosa: Almo Nature, l'azienda di petfood naturale e biologico, assieme alle associazioni Oipa (Organizzazione Internazionale Protezione Animali) e Gaia Animali & Ambiente ha deciso di attivarsi e ha promosso lo scorso mese di giugno la campagna "+sconto–CO_2+1=3 vantaggi". Non è una formula matematica astrusa, ma una grande iniziativa nazionale. I clienti hanno beneficiato di uno sconto sui prodotti *Almo Nature* nei negozi che hanno aderito alla campagna. Almo ha quindi consegnato - ogni due confezioni acquistate - una confezione a Oipa o a Gaia da distribuire ai mici più bisognosi. L'iniziativa è anche attenta all'ambiente: il petfood è confezionato in buste invece che in lattine. Con le buste, infatti, si riducono le emissioni di CO_2 (i gas che alterano il clima) di almeno il 75% rispetto alle tradizionali lattine. Ecco spiegati i 3 vantaggi: si compra 2 con lo sconto, si regala 1 agli animali bisognosi e si fa attenzione all'ambiente. Info: www.almonature.eu, www.gaiaitalia.it, www.opia.org

LE COPPIE CAMPIONI DEL GRAND PRIX Grande entusiasmo per il *Grand Prix Royal Canin*, la nota competizione a squadre di agility dog che si è svolta all'Indiana Kayowa di Roma dove i migliori binomi italiani e stranieri si sono sfidati per l'ambito titolo 2013. Il programma della manifestazione è stato in un'unica tappa e con una finalissima individuale, una sfida a eliminazione diretta su un percorso in parallelo. Il *Grand Prix Royal Canin* è una competizione a squadre composta da 2 manche: una di agility e una di jumping, la cui classifica combinata ha determinato la squadra vincitrice di ogni categoria. Ecco i vincitori:

- Agility Debuttanti Large–Madeinevencestnoi di Benito Anastasio;
- Classifica Combinata - Agility/Jumping - 1° Grado/Liv./Large – Wonka dei Matiblu di Valeria Perucchi.

Agility 3° Grado/Liv. Large – Freestyle Latin Border di Ezio Bertoletti. Agility/Jumping - 3° Grado/Liv./Large – Beck's Hill God Luck di Ruggiero Pesce. Info: www.royalcanin.it

NUOVO DISTRIBUTORE PER ELOS Arriva da oltreoceano l'annuncio ufficiale di Elos Usa che sta chiudendo la distribuzione negli Stati Uniti, ma assicura che in Nord America e Messico sarà garantita da un nuovo distributore, la CoralVue.
Info: www.coralvue.com, chris@coralvue.com

foto Javier

INSIEME CONTRO L'INFANTICIDIO IN INDIA In dieci anni, l'India ha perso quasi tre milioni di bambine, un milione in più rispetto ai bambini maschi. Queste le ultime stime ufficiali del servizio di statistica del governo indiano che evidenziano un chiaro squilibrio nel rapporto tra maschi e femmine alla nascita, evidente segno che la pratica dell'infanticidio del neonato o del feto femmina è ancora una realtà in questo paese. Per fermare questo terribile fenomeno, Terre des Hommes porta avanti un intervento attuato grazie a fondi privati. In prima linea c'è oggi anche il gruppo Agras Delic, che ha aderito alla Campagna "indifesa" devolvendo il 2% del ricavato delle vendite in Italia di tutti i suoi prodotti a marchio *Schesir* del mese di febbraio.

"Vogliamo arrivare a produrre un cambiamento culturale e comportamentale che riduca questa pratica orribile", dichiara Paolo Ferrara, responsabile Comunicazione di Terre des Hommes. "Nei 15 anni di attività del progetto nel distretto di Salem abbiamo avuto ottimi risultati: sono state identificate e visitate 6.368 donne incinte a rischio; 1.259 sono i bambini salvati (1.175 femmine; 84 maschi). Con il contributo di Agras Delic sarà possibile finanziare le attività di monitoraggio delle famiglie a rischio e permettere alle bambine salvate di continuare a studiare e ricevere una formazione professionale che le avvii al lavoro e consenta loro di rendersi indipendenti." Info: www.terredeshommes.it, www.agras-delic.com

COLLOQUI DI LAVORO AL BACKER'S TOTAL PET EXPOS Un nuovo Job Service alla fiera *Backer's Total Pet Expos*, in programma dal 20 al 22 settembre 2013, a Chicago (Rosemont) e ad Atlantic City dal 9 al 11 aprile 2014.
Il nuovo servizio, promosso da Pet Industry Sales Resources e da Preferred Pet Recruiting Network e coordinato da Ron Safier e Phil Cooper, sarà offerto in esclusiva per questi due appuntamenti fieristici. Pet Industry Sales Resources/Preferred Pet Recruiting Network avranno uno stand nell'area espositiva con spazi privati in cui poter effettuare i colloqui di lavoro durante le ore della fiera. Info: topgunrecruiter@sbcglobal.net, www.totalpetexpo.com

Bontà a parte

- ✓ Monoproteico
- ✓ Primo ingrediente carne fino al 35%
- ✓ Ottimo rapporto Qualità-Prezzo
- ✓ Ultra Appetibile e digeribile
- ✓ Cruelty Free
- ✓ Non contiene OGM
- ✓ Non contiene ormoni
- ✓ Senza BHT, BHA, Etossichina aggiunti
- ✓ Non contiene glutine di frumento
- ✓ Prodotto in Italia

10 Plus

DaDo®
because we care.

Valpet
PETFOOD INDUSTRY
www.valpet.it

segui DaDo su facebook

www.dadopetfood.it

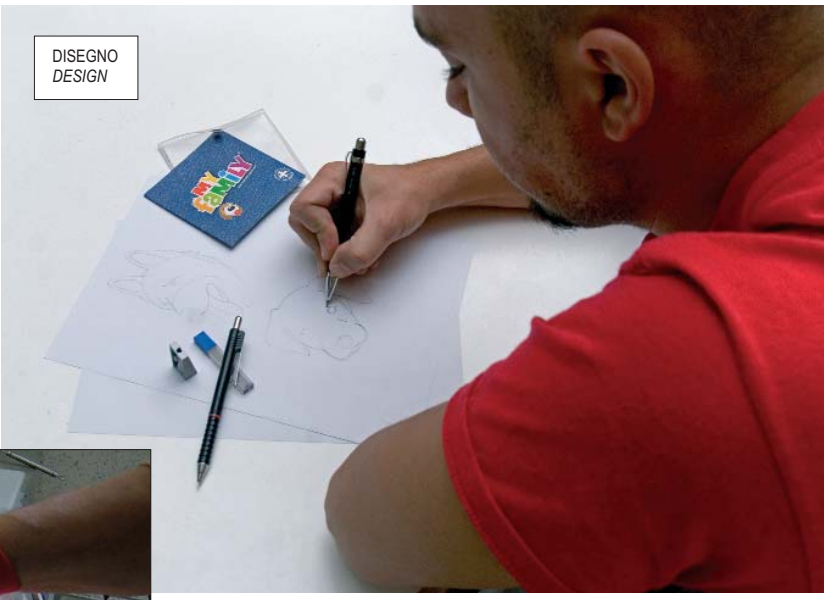
Il calore della famiglia

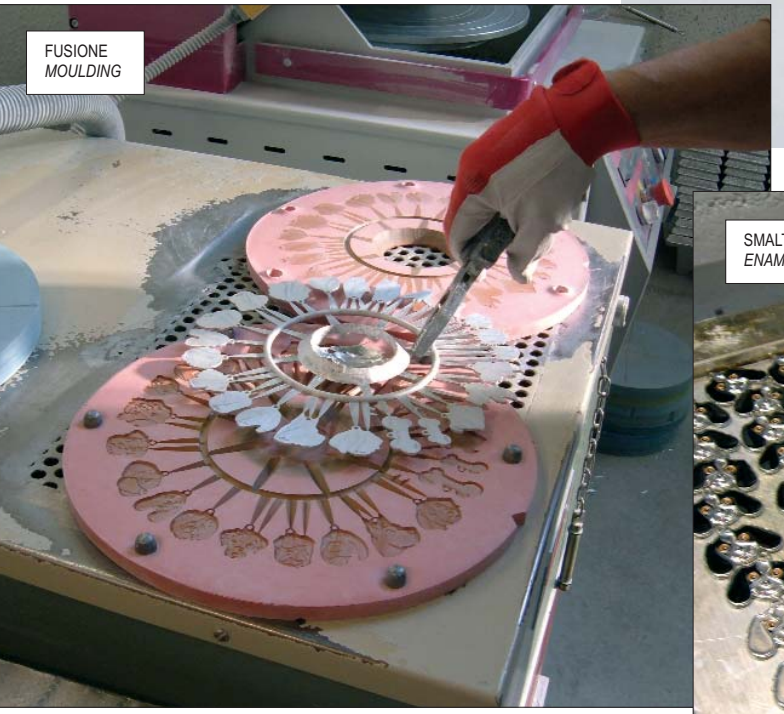
La più grande collezione al mondo di medagliette dedicate a oltre 100 razze tra feline e canine: veri e propri gioielli da incidere

Rivolto al mondo del pet, il giovane e dinamico progetto *MyFamily* ha una filosofia aziendale attenta al marketing e alla comunicazione pari a quella del settore gioielleria.
L'azienda, infatti, nasce dall'esperienza decennale nel settore orafo, un fattore importante per la definizione di un prodotto che assomiglia a un vero monile da regalare agli amici più cari a due e a quattro zampe.
Non a caso, il nome *MyFamily*, che in inglese significa "la mia famiglia", s'ispira al concetto di unione, amore e calore della famiglia, quella famiglia di cui il cucciolo diventa un componente a tutti gli effetti.

MYFAMILY SRL
tel. 0131950063
www.myfamily.it, info@myfamily.it

SCELTE PERSONALIZZATE. *MyFamily* è il marchio presente sul mercato mondiale degli accessori che offre una personalizzazione del prodotto con oltre 100 razze tra canine e feline.
Nei laboratori dell'azienda, tecnici specializzati fondono il metallo e creano i ciondoli grezzi attraverso stampi e appositi forni.
Dopo varie procedure di pulitura e rifinitura, ogni piccolo monile viene smaltato a mano, uno a uno, e dopo un bagno galvanico, viene reso ancora più brillante e lucente.
Ma non bisogna dimenticare che i pendenti *MyFamily*, nonostante la preziosa lavorazione e l'aspetto finale così simile a un vero e proprio gioiello, mantengono sempre inalterato il loro scopo principale: quello identificativo.
Infatti, su tutti i ciondoli è possibile incidere il nome dell'animale e il numero di telefono del proprietario.


DISEGNO
DESIGN


FUSIONE
MOULDING

SMALTATURA
ENAMELLING

1

IN CONTINUA EVOLUZIONE. Il grande successo di MyFamily è ormai decretato dalle medagliette *Colors* (foto 1): divertenti e colorate, con la simpatica immagine smaltata a mano, rappresentano la più ampia collezione al mondo con una possibilità di scelta tra più di 100 razze di cani e gatti.

2

MyFamily, attenta alle esigenze di tutti, ha presentato sul palcoscenico di Zoomark International 7 nuove razze: pastore bergamasco, springer spaniel, lagotto romagnolo, lupo cecoslovacco, foxhound, bloodhound, akita inu.
La collezione *Chic* (foto 2) a forma di cuore, ossa e zampetta è impreziosita da strass made with Swarovski elements e per i più esigenti è disponibile anche nella versione smalto più Swarovski: veri gioielli per i quattrozampe.
La serie *MyFamily Basic* (foto 3), le medagliette alla portata di tutti, sono realizzate in diverse forme e con materiali anallergici: alluminio anodizzato, ottone cromato e ottone bagnato nell'oro.

3

PET WORLD

Family love

The largest tag collection in the world is dedicated to over 100 cat and dog breeds: real jewels to engrave

The young and dynamic project *MyFamily* cares for marketing and communication the same way as a company producing jewels does.
Indeed, *MyFamily* comes from about ten years of experience in the gold industry - an important that helped develop a product that looks like a real jewel that you can give to your dearest with two or four legs.
It is not by chance it was called *MyFamily* – it is inspired to the concept of union, love and warmth that are typical of a family, the family where the pet is also a member.

CUSTOMISED SOLUTIONS. *MyFamily* is the brand distributed worldwide that enables to customise tags with over 100 dog and cat breeds.
Specialised workers melt metal and produce raw charms using special moulds and ovens.
After having been cleaned and finished, they are enamelled by hand, one by one, and galvanised for top brightness.
Independently from the precious making and the final look that reminds real jewels, *MyFamily* charms have one primary goal: identification. As a matter of fact they can all be engraved with the pet name and the owner's phone number.

STEADY EVOLUTION. *MyFamily* best sellers are the tags *Colors* (picture 1): colourful charms with pictures enamelled by hand build the largest collection in the world, including more than 100 dog and cat breeds.
At Zoomark International the company introduced 7 new breeds: Bergamasco Shepherd, Springer Spaniel, Lagotto Romagnolo, Czech Wolfdog, Foxhound, Bloodhound, Akita Inu.
The *Chic* collection of tags shaped as hearts, bones and paws (picture 2) is enriched with rhinestones made with Swarovski elements; special models come with Swarovski stones and are enamelled, too – real jewels for pets!
MyFamily Basic (picture 3) is the range of tags affordable to everyone: they come in different shapes and are made with nonallergic materials: anodized aluminium, chromed brass and gold plated brass.
Charms (picture 4) is a sparkling collection: the tags are enamelled with bright colours and have nice shapes. Like all other tags, they can be engraved with texts and pictures – from emoticons to the daisy, the crown or the ladybug. For the very sports ones, there is also the special tag for dogs that participate in agility trials.

PRESENTED AT ZOOMARK INTERNATIONAL. In 2013 MyFamily successfully launched on the market several new products like the tags *Basic Hand Made* (picture 5) that combine the qualities of the *Basic* charms (the shapes) and the *Colors* ones (making): the precious colour enamel and the special handcraft qualities produce excellent tags.
The same technique is used also in the new *Shine* collection (picture 6), where the special enamel produces a glittering effect. Available in blue, red and green and shaped as bone, large or small circle, paw and heart.
Classic (picture 7) is very popular – it is the first collection showing the *MyFamily* logo not only to identify the brand but also to stress the concept of the family bond.
Innovative and very successful at Zoomark International is the collection *Reflective* (picture 8): hand made and hand enamelled red tags with a special adhesive reflective material that is normally used in many fields like safety jackets and emergency means of transport. If the pet gets lost, it is still very visible even in the dark, when shot by a light beam, and does not risk to be overrun.

FOR THE FIRST TIME IN ITALY. After the preview at Global Pet Expo in Orlando, *MyFamily Automatic Tag Machine* was presented for the first time in Italy at Zoomark International. It is a self service engraving machine that enables the customer to customise the tag autonomously with no need of further assistance.
With this kind of technology the customer can have his own customised charm in a very short time: all he/she needs to do is to select the character, confirm the engraving, check the process and get the tag in just 2 minutes. It is very quick, simple and precise and does not require the help of the shop keeper.
Compact and convenient, *MyFamily Automatic Tag*

4

La collezione *Charms* (foto 4), infine, è un tripudio di colori brillanti e simpatiche forme, ciondoli micro, fusi e smaltati a mano, anch'essi ovviamente con la possibilità d'incisione: dalle emoticons alla medaglietta a forma di margherita, coroncina, coccinella. E per i più atletici, c'è il ciondolo per i cani che fanno agility.

PRESENTATE A ZOOMARK INTERNATIONAL. MyFamily, in continua evoluzione, ha creato per il 2013 diverse novità che si stanno brillantemente affermando sul mercato: come le medagliette *Basic Handmade* (foto 5) che traggono origine dalla fusione delle *Basic* classiche (per la forma) e delle *Colors* (per la lavorazione), arricchite da smalto colorato steso con una speciale tecnica di lavorazione artigianale che caratterizza un prodotto di eccellenza.

5

La stessa tecnica è utilizzata per la nuova collezione *Shine* (foto 6), contraddistinta da una speciale colorazione a smalto che conferisce alla medaglietta un particolare effetto glitter. Disponibili in blu, rosso e verde e nelle forme di osso, cerchio grande e piccolo, zampa e cuore.

Particolarmente amata dall'azienda è la serie *Classic* (foto 7), la prima collezione in cui viene utilizzato il logo *MyFamily* non solo come marchio identificativo, ma come concetto di unione e amore "La Mia Famiglia".

Innovativa e molto ammirata dai visitatori di Zoomark International è stata soprattutto la collezione *Reflective* (foto 8): medagliette rosse, realizzate e smaltate a mano con uno speciale materiale adesivo rifrangente certificato per l'utilizzo in svariati campi come, per esempio, i giubbotti di salvataggio o i mezzi di emergenza.

In questo modo, in caso di smarrimento, il cane resta sempre ben visibile anche al buio quando viene colpito da un fascio di luce, riducendo così i rischi di essere investito.

6

PER LA PRIMA VOLTA IN ITALIA. Dopo l'anteprima al Global Pet Expo di Orlando, a Zoomark International è stata presentata per la prima volta al mercato italiano la *MyFamily Automatic Tag Machine* (foto 9), la macchina self service che permette al cliente finale di incidere in assoluta autonomia la sua medaglietta, senza impiego del personale del punto vendita.

Con una tecnologia alla portata di tutti si può avere, in brevissimo tempo, uno splendido ciondolo personalizzato, facendo tutto da sé: selezionare il carattere, avviare l'incisione, verificare l'avanzamento del processo e… avere in mano in soli 2 minuti la medaglietta personalizzata. Tutto in modo rapido, semplice e preciso. E, soprattutto, senza impiego di tempo da parte del personale del negozio.

Dalle dimensioni compatte e dal design funzionale, *MyFamily Automatic Tag Machine* si può collocare ovunque: misura infatti 152,7 cm in altezza, è larga 59,4 cm e ha una profondità di 58,3 cm.

7

8

Un software di ultimissima generazione, disponibile in oltre 30 lingue, guida il cliente finale in assoluta autonomia passo dopo passo, e lo schermo touch screen capacitivo, come tutti gli smartphone di ultima generazione, rende l'operazione ancora più semplice.

MyFamily Automatic Tag Machine utilizza una punta di diamante che permette di avere disegni perfetti e consente di scegliere fra 5 caratteri e un vasto assortimento di loghi e simboli.

9

Machine (picture 9) can be placed everywhere; the size is cm 152.7 high, cm 59.4 large and cm 58.3 deep.
A very modern software, available in 30 languages, guides the customer step by step; the touch screen system makes the process very simple.
MyFamily Automatic Tag Machine uses a diamond point for perfect engraving. 5 typing characters are available and a large range of symbols and logos to choose from.
Simple use is its first quality. Thanks to the colour display, making the machine engrave is an easy guided process: the customer must simply follow the instructions on the display, place the tag in the machine, select the character and logo and in a couple of minutes the product is ready.
Of course, the customer can change his/her mind at any time during the process and go back to the previous step; the engraving process can be seen in real time through a special window.

AN ULTRACOMPACT SOLUTION. Designed in collaboration with the world leader in tag machines, *MyFamily Tag Machine* (picture 10) is a state-of-the-art system with touch screen technology and ultracompact size. It is cm 39 high, cm 25.5 large and 22.5 centimetres deep; the screen is 5.7".
It was designed so as not to oblige the customer to use exclusively *MyFamily* products and is therefore compatible with the most common tag shapes on the market. Further, a simple software update allows adapting the machine to new future shapes, too.
Besides the classic engraving, with *MyFamily Tag Machine* you can engrave more than 60 symbols, like zodiac signs, emoticons and much more; you can also add your shop logo or other brands of your choice.
It is very easy to use: thanks to the colour screen, you can engrave the tag by following simple instructions.

IF YOU DO NOT OWN THE MACHINE. *MyFamily* offers an engraving and delivery service upon coupons.
You can ask for this service with a small investment that allows you to sell the tags of the different collections and other *MyFamily* products – all you have to do is to complete the coupon online specifying the engraving you need and, in real time, the *MyFamily* team fulfils the order and delivers the tag.
The system enables you to check your order at any time and see the status: received, in process or delivered.

La semplicità di utilizzo è il suo punto di forza. Grazie allo schermo a colori, infatti, si arriva alla fase di incisione attraverso una facile procedura guidata da immagini: basta seguire le istruzioni che appaiono sulle schermate, inserire la medaglietta, scegliere il carattere e il tipo di logo da incidere e, in soli 3 minuti, il prodotto è pronto.
Ovviamente, a ogni passaggio si può sempre cambiare idea e tornare indietro e, inoltre, è possibile vedere in tempo reale il processo di incisione tramite un'apposita finestra.

UNA SOLUZIONE…ULTRACOMPATTA. Realizzata in collaborazione con l'azienda leader mondiale nel settore dell'incisoria, *MyFamily Tag Machine* (foto 10) offre un servizio efficiente al petshop: è una macchina di ultimissima generazione, touch screen e ultracompatta, occupa spazi di ingombro ridottissimi e presenta una grande versatilità.
Misura 39 cm in altezza, è larga 25,5 cm ed ha una profondità di 22,5 cm, con uno schermo di 5,7".
Infatti, è stata progettata in modo da non obbligare il cliente a utilizzare solo i prodotti *MyFamily*, ma è compatibile con le più diffuse forme di medaglie presenti sul mercato.
Inoltre, può integrare facilmente tutte le nuove sagome che si renderanno disponibili in futuro con un semplicissimo aggiornamento del software.
Oltre alla classica incisione, *MyFamily Tag Machine* consente di incidere oltre 60 simboli tra cui i segni zodiacali, le emoticon e molto altro ancora, dando anche la possibilità di caricare il logo del proprio negozio o altri marchi a scelta.
La semplicità di utilizzo è una sua importante caratteristica: grazie allo schermo a colori, il negoziante arriva alla fase di incisione attraverso una procedura guidata da immagini.

10

PER CHI NON HA LA MACCHINA PER INCIDERE. *MyFamily* offre un servizio di incisione e spedizione attraverso dei coupon cartacei o telematici che ciascun rivenditore può facilmente compilare.
È possibile attivare questo servizio con un piccolo investimento che permette al petshop di proporre tutte le medaglie delle collezioni e tutti gli altri prodotti *MyFamily*: basta compilare online i coupon con l'incisione desiderata e, in tempo reale, lo staff *MyFamily* elabora l'ordine procedendo con l'incisione e la spedizione della medaglia.
Inoltre, il programma gestionale permette di monitorare l'ordine in qualsiasi momento verificandone lo stato: ricevuto, in lavorazione o spedito.
(M.E.) ●

Sempre più in alto

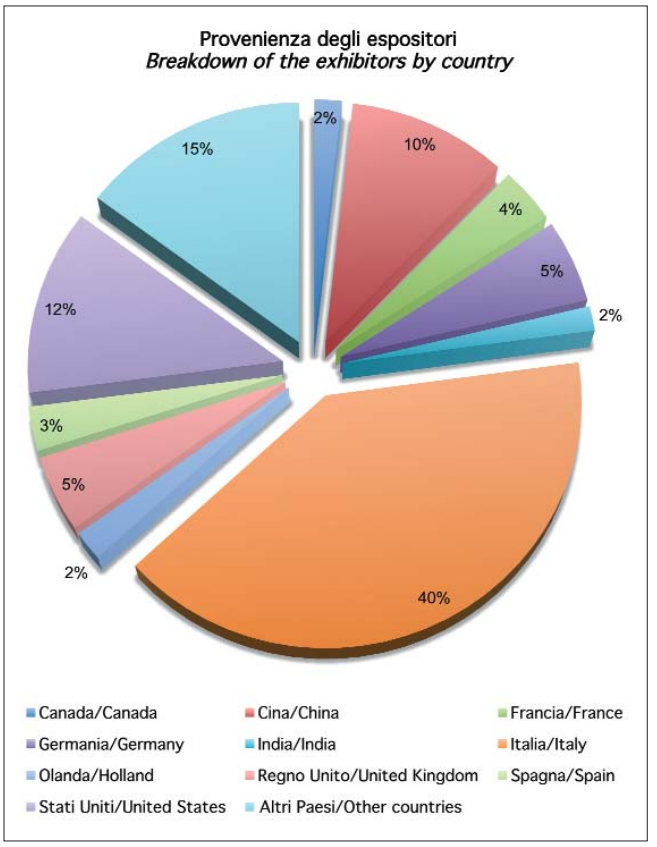
ZOOMARK 2013
INTERNATIONAL

PIESSE SRL
Segreteria Operativa/*Operating Secretariat:*
tel. 024691254, fax 02436763, piesse@zoomark.it
Promozione e Vendita/*Promotion and Sale*:
tel. 0313109353, fax 02436763,
www.zoomark.it, info@zoomark.it

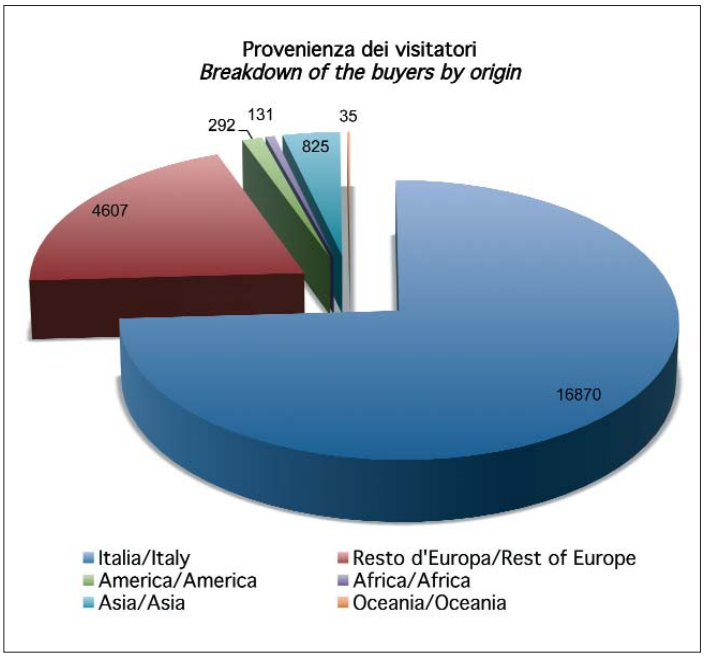
Il 9% in più di operatori esteri provenienti da 82 Paesi consolida il profilo internazionale della manifestazione e conferma il suo ruolo di punto di riferimento per il settore

di Marina Moretti

Zoomark International 2013 anche questa volta ha dato il meglio di sé offrendo spunti di riflessione e occasioni di aggiornamento a tutti: ha mostrato la strada che sta prendendo il mercato, i punti di forza dell'innovazione, i prodotti che intercettano le esigenze dei proprietari di pet sempre più attenti al benessere degli animali, ma anche sempre più informati.
Con 22.760 visitatori che hanno varcato i cancelli di BolognaFiere dal 9 al 12 maggio, il Salone ha segnato una tappa significativa del suo cammino: ha visto i più importanti buyer e decision maker del settore al lavoro con oltre 600 espositori provenienti da 40 Paesi. Naturale, quindi, che in tutti gli espositori si sia confermata l'opinione che Zoomark International è un evento di riferimento per il mercato internazionale del pet.



APPUNTAMENTO IRRINUNCIABILE. Sulla scena della manifestazione erano presenti oltre mille marchi che rapprsentano il meglio della produzione mondiale.
Gli espositori stranieri, presenti sia individualmente sia nelle grandi aree collettive (Usa, Cina, Canada, Regno Unito, Brasile) hanno promosso Zoomark International come appuntamento irrinunciabile non solo per la qualità dei visitatori che sa attrarre e per le opportunità di ampliamento dei canali distributivi, ma anche per la ricerca di partner e di nuovi clienti in Italia e in tutto il mondo.



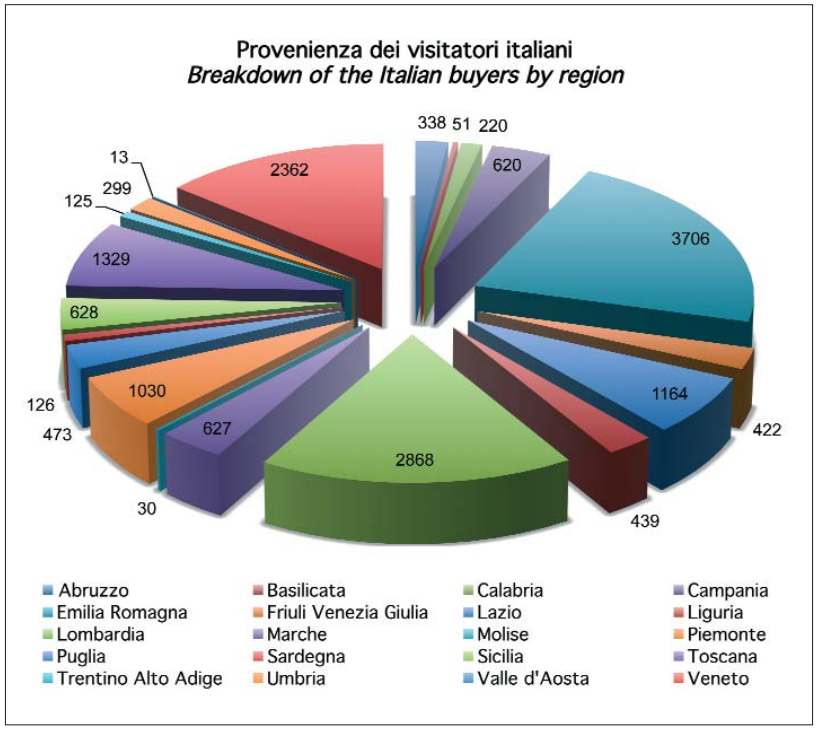
ZOOMARK INTERNATIONAL

Higher and higher

With 9% more attendees coming from 82 foreign countries the trade show confirms its international appeal and primary role in the pet supplies industry

Also this time Zoomark International was a great success and worked as a strong platform for business: it highlighted the new trends and innovations that catch the needs of the increasingly demanding pet owners and offered the chance for quality update.
With 22,760 buyers attending the show from May 9 to 12, the event hit a new record and attracted quality businessmen and decision makers that got in contact with the over 600 exhibitors from 40 countries.
It is not by chance that the industry considers Zoomark International one of the leading international trade events.

A SHOW THAT CANNOT BE MISSED. More than one thousand trademarks – the best in the world - were presented during the show.
The foreign exhibitors, both with their own stands and in the group areas (USA, China, Canada, UK, Brazil) consider Zoomark International as a fundamental appointment because of the quality of its visitors and the opportunity it gives to expand distribution channels, meet new partners and customers (in Italy and abroad). With 9% more attendees coming from 82 foreign countries Zoomark International's global appeal is confirmed. Plus, a 5% rise in the number of Italian buyers mirrors its guide role in a market where people do not renounce to take care of their pets as they are considered real members of the family.
"This is a success story", says Duccio Campagnoli, BolognaFiere's president, "a sector that has shown itself able to react intelligently to change and that sees pets playing an increasingly important role in Italian family life, a fact which is confirmed by the data revealed in the *Assalco-Zoomark's 2013 Report*. And Zoomark International gave us the chance to show off a market that is dynamic and growing in spite of the economic crisis. Hugely satisfying for BolognaFiere and for all involved."



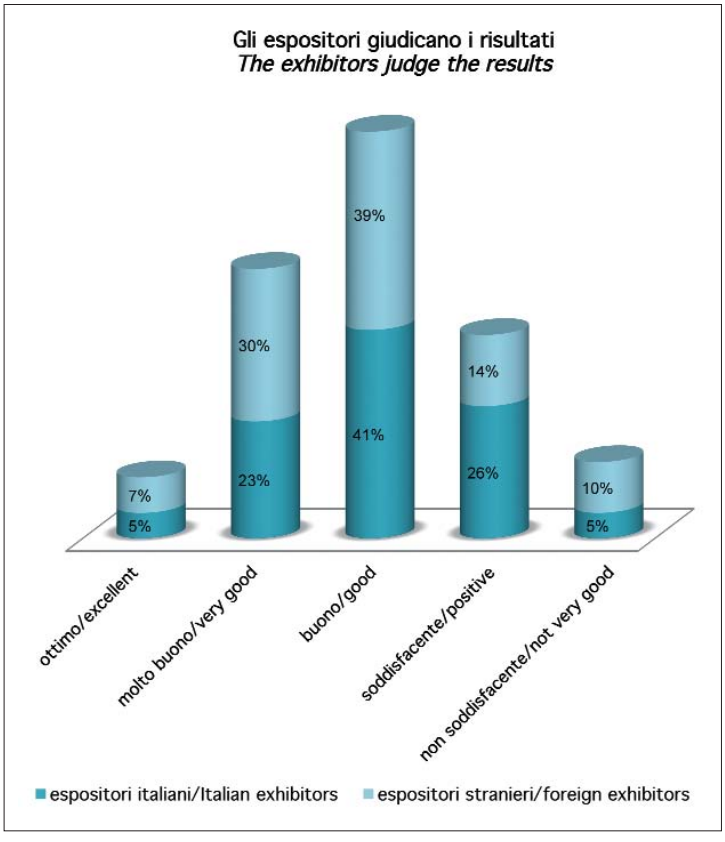
RECORD NUMBERS. The 5,890 foreign visitors in attendance represented a 9% increase on the last event and a record 82 countries participated including first-timers Azerbaijan, Grenada, Peru, Uganda, Cambodia, the Philippines, Indonesia and New Caledonia. Whilst Moldavia, Monaco, Argentina, Chile, Colombia and Guatemala all returned to visit Zoomark International. And the number of visitors from Eastern Europe (Belarus, Estonia, Russia, the Ukraine), the Mediterranean basin and the Middle East (Algeria, Egypt, Tunisia, Israel), South Africa and the Far East (China, South Korea, Thailand) grew. Good was also the attendance of the Italian buyers, with 16,870 visitors representing a 5% increase.

PROMOTED WITH TOP MARKS. Comments from exhibitors, recorded in response to the organizers' questionnaire, confirm that Zoomark International is one of the most important tools in their communication and promotion plan, and performs in line with expectations.
82% declared themselves to be "satisfied" or "very satisfied" with the contacts they made and 87% considered their expectations to have been "met" or "more than met" (in particular 30% considered them "more than met" and 14% "much more than met"). Overall 69% of the Italian and 76% of overseas exhibitors judged this edition of Zoomark International from good to excellent. And 98% intend to be partake in the 2015 edition.
The exhibition Facebook page, which in the months leading up to the event as well as during the nexhibition itself allowed exhibitors and visitors to start communicating, was very much appreciated. The visibility and sharing it allowed reinforced both the image and the role played by Zoomark Internationa, as clearly stated by the 3000 "Like" received by the Facebook page by the close of the show.

I numeri di bilancio confermano il successo del Salone e segnano le aree dove si concentrano interesse e opportunità di business: il 9% in più di operatori esteri provenienti da 82 Paesi consolida il profilo internazionale, e il 5% in più di operatori italiani costituisce il riconoscimento a un settore che sa muoversi in sintonia con una comunità di persone che, nonostante la crisi, non rinuncia a prendersi cura degli animali da compagnia e li considera parte della famiglia.
"Il successo di Zoomark International", ha dichiarato Duccio Campagnoli, presidente di BolognaFiere, "premia un settore che si muove con intelligenza nello spazio sempre più importante che gli animali hanno in famiglia, come confermano i dati del *Rapporto Assalco-Zoomark 2013*. E nonostante i tempi non facili la manifestazione ha presentato un mercato dinamico e in crescita: una bella soddisfazione per BolognaFiere e per tutti gli operatori".

RECORD DALL'ESTERO. I 5.890 visitatori stranieri, oltre al loro incremento numerico del 9%, segnano il record di ben 82 Paesi di provenienza con nuove presenze da Azerbaigian, Grenada, Perù, Uganda, Cambogia, Filippine, Indonesia, Nuova Caledonia. Non solo: sono ritornati a Zoomark International buyer dalla Moldavia, dal Principato di Monaco, dall'Argentina, dal Cile, dalla Colombia e dal Guatemala.
In particolare crescono i visitatori provenienti dall'Est europeo (Bielorussia, Estonia, Russia, Ucraina), dal bacino del Mediterraneo e dal Medio Oriente (Algeria, Egitto, Tunisia, Israele), dal Sud Africa e dall'Estremo Oriente (Cina, Corea del Sud, Thailandia).
Buona anche la performance dell'Italia che, con 16.870 presenze, segna un più 5% di visitatori.

PROMOSSO A PIENI VOTI. I commenti degli espositori, registrati dalle risposte date al questionario che fa il punto delle quattro giornate, dicono che Zoomark International si conferma come uno degli strumenti più importanti di comunicazione e promozione, in sintonia con le aspettative. L'82% si dichiara infatti "soddisfatto" e "molto soddisfatto" dei contatti stabiliti e l'87% li ritiene "confermati" o "superiori" alle aspettative (in particolare il 30% li giudica "superiori" e il 14% "molto superiori").
Complessivamente gli espositori promuovono questa edizione con un giudizio da buono a ottimo: il 69% degli italiani e il 76% degli stranieri. E il 98% dichiara l'intenzione di partecipare all'edizione 2015.
Molto apprezzata anche la pagina Facebook che, nei mesi nei mesi precedenti il Salone, ha aperto un ponte di collegamento fra espositori e visitatori: uno spazio di visibilità e di condivisione che ha rafforzato l'immagine e il ruolo di Zoomark International come dimostrano, del resto, i 3.000 "Like" che la pagina ha raggiunto nella giornata di chiusura. ●



Meglio di così non si può

Con ordini da tutto il mondo, le aziende del Regno Unito hanno registrato significativi successi all'edizione 2013 del Salone di Bologna

Grande soddisfazione fra gli espositori britannici di ritorno in patria dopo la partecipazione a Zoomark International lo scorso mese di maggio a Bologna: sono tornati nel Regno Unito con la borsa piena di proposte, ordini di esportazione, contatti commerciali e di distribuzione che hanno reso l'edizione 2013 la migliore per il gruppo organizzato da PetQuip. Qualche opinione dalla diretta voce degli espositori? Lily's Kitchen, presente per la prima volta a Bologna con i suoi cibi naturali e biologici per cani e gatti, ha descritto la fiera come *awesome* (fantastico): la sua azienda ha avuto richieste provenienti da circa 30 Paesi oltre a numerose risposte positive da rivenditori e distributori internazionali, tanto che sta pensando di reclutare al più presto un team internazionale.

PetQuip
INTERNATIONAL TRADE ASSOCIATION OF PET EQUIPMENT SUPPLIERS

PETQUIP
The International Trade Association
of The Equipment Suppliers
tel. +44/1959565995, fax +44/1959565885
www.petquip.com, info@petquip.com

COMMENTI AL TOP. Anche per Crate Ideas è stata la prima partecipazione a Zoomark International, ma l'alto livello di richieste per i suoi prodotti ha portato molta soddisfazione. "Fin dal primo giorno", è il commento dei responsabili, "abbiamo capito che venire qui a esporre è stata la decisione giusta". Numerose richieste provenienti da tutta Europa, compresa la Russia, la Finlandia e l'Ungheria hanno convinto la società che Zoomark International aveva fornito loro una copertura completa del mercato europeo.
James & Steel hanno sostenuto che è stata la migliore fiera estera a cui l'azienda avesse mai partecipato da anni, tornando a casa con un ordine per 30 negozi della sua lettiera *CornCat*.
The TastyBone ha fatto un grosso ordine da Dubai e ha ricevuto ben 66 domande positive, di cui 28 da distributori importanti.

ZOOMARK INTERNATIONAL

The best show ever

With orders from all parts of the world, the British exhibitors returned to the UK with glowing reports from Zoomark International

Great satisfaction for the British exhibitors returning from Zoomark International last May: they returned to the UK with the pockets full of business leads, export orders, new contacts, distributorships that made the 2013 trade show the best ever in the PetQuip-organised group.
Here are some comments directly from the exhibitors. Lily's Kitchen, exhibiting its natural and organic foods for dogs and cats for the first time in Bologna, described the show as *awesome*. The company received enquiries from around 30 countries plus positive responses from international retailers and distributors - they are even thinking they will have to recruit an international team very quickly.

GREAT COMMENTS. It was the first ever show for Crate Ideas, too, but the high level of enquiries for its products generated the comment "from the first day we knew that we had made the right decision to exhibit". Numerous enquiries from all over Europe, including Russia, Finland and Hungary convinced the company that Zoomark International had provided it with comprehensive coverage of the European market.
James & Steel also claimed that it was the best overseas show for the company for some years, returning home with an order for 30 stores for the company's *CornCat* cat litter, in addition to other strong business leads.
TastyBone won an order from Dubai and took 66 positive enquiries, 28 of which were from important distributors.
Another company to receive a valuable order was Pet Rebellion. The order was for 6,000 bespoke rugs from a chain of veterinary clinics.
Hing Designs, which attracted attention from leading chains and wholesalers, is also discussing distributorship agreements with Italian and Finnish companies.
Animology reported that it expects to do considerable new business as a direct result of Zoomark, and highlighted Sweden, Cyprus and Denmark as countries showing considerable interest in its dog shampoos and sprays.
Get Off stated that if just two of the enquiries for its cat and dog repellents were converted into orders they would be "worth a small fortune for the company."
Fisherman's Daughter introduced a new brand of dog feeds and treats and described the show as "fantastically successful".

SURPRISING RESULTS. Other pet product suppliers to comment were: Long Paws which received "amazing international contacts" for its new range of accessories, and ROK Straps Europe, who took "loads of enquiries from Italian pet shops";
From the service sector, the UK-staged PATS and Aqua exhibitions were successfully promoted to the European market.
Barking Heads & Meowing Heads promoted the show with top marks: "Zoomark was the best show for us yet"; and Symply Pet Foods stated "We have never had a show like Zoomark".
Reacting to the success of Zoomark International, the director general of PetQuip, Amanda Sizer Barrett said; "Zoomark is the latest in a series of overseas exhibitions where companies in the UK group have recorded significant successes that have led to an expanding export base for the British pet industry. There is no doubt that for those firms that make the effort to show their wares at these carefully selected trade fairs there are rich pickings to be made. This latest show has proved that the practical support provided by PetQuip, supported by Government funding, makes exhibiting overseas much easier and certainly more lucrative. The British information stand at the show received 73 export enquiry contacts from throughout Europe and from Brazil and Israel."

Un'altra società che ha dichiarato di avere ricevuto un ordine di valore consistente è *Pet Rebellion*: 6.000 tappetini su misura da una catena di cliniche veterinarie.
Hing Designs, che ha attirato l'interesse delle principali catene e grossisti, sta anche valutando accordi di distribuzione con aziende italiane e finlandesi. Soddisfazione anche in casa Get Off: "se anche solo due dei contatti avuti dovessero trasformarsi in ordine" dichiarano "già questo giustificherebbe la partecipazione alla fiera".
Animology, invece, ha riferito che si aspetta di fare un nuovo business come risultato diretto di Zoomark International, e ha evidenziato la Svezia, Cipro e Danimarca come i Paesi che mostrano maggiore interesse per i suoi shampoo.
Fisherman's Duaghter, che ha introdotto una nuova marca di alimenti per cane, ha descritto la fiera come "un fantastico successo".

RISULTATI SORPRENDENTI. Altri commenti positivi arrivano da Long Paws, con "numerosi sorprendenti contatti internazionali" per la sua nuova gamma di accessori, e da ROK Straps Europe, che ha avuto "moltissime richieste di informazioni da petshop italiani".
Barking Heads & Meowing Heads (Pet Food UK) ha promosso a pieni voti il Salone, secondo cui "Zoomark International è stata la nostra migliore fiera" e i responsabili di Symply Pet Foods hanno ha detto: "Non abbiamo mai avuto un successo come a Zoomark".
Per quanto riguarda le aziende del settore servizi, i promotori di "PATS and Aqua" confermano che hanno avuto ottimi contatti per la promozione della fiera soprattutto nel mercato Europeo.
Reagendo a tutti questi commenti, il direttore generale di PetQuip, Amanda Sizer Barrett, ha dichiarato: "Zoomark International è l'ultima di una serie di mostre d'Oltremare dove le aziende del Regno Unito hanno registrato significativi successi che hanno portato a espandere le esportazioni. Non vi è dubbio che, per quelle aziende che fanno lo sforzo di esporre in manifestazioni attentamente selezionate, c'è la possibilità di concludere buoni affari. Zoomark International 2013 ha dimostrato che il sostegno pratico fornito da PetQuip rende molto più facile e sicuramente più redditizio esporre all'estero. Lo stand di informazione dell'associazione ha ricevuto 73 contatti con richieste di esportazione da tutta Europa oltre che da Brasile e Israele". (C.V.)

Gusto sì. Ma anche benessere

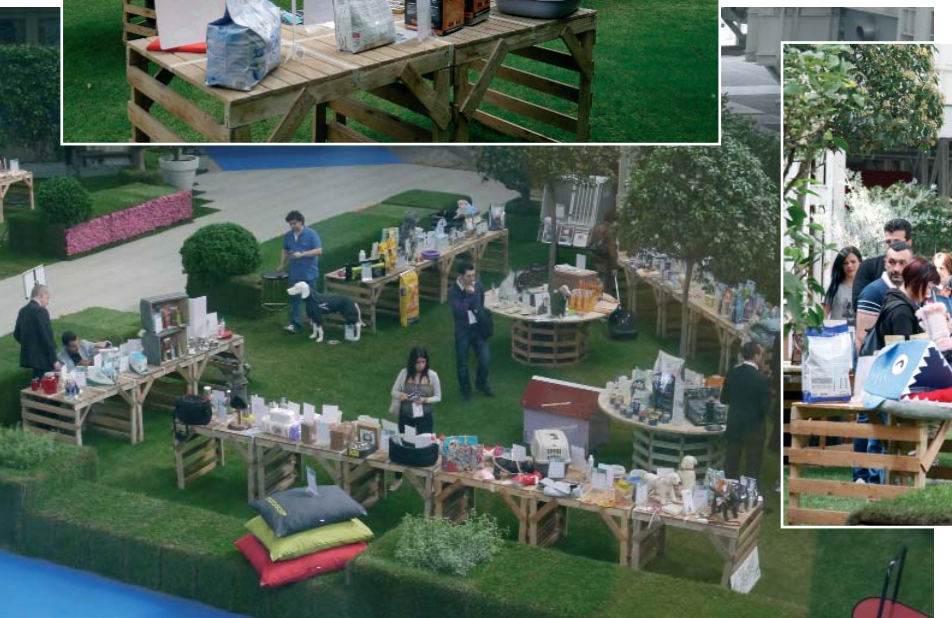
Le nuove tendenze dell'alimentazione per cani e gatti. Il trionfo degli snack

di Marina Moretti

La passione per gli animali dilaga nelle famiglie italiane: la presenza di un pet diventa un baricentro affettivo per adulti e bambini, un argomento di cui parlare, uno stimolo a fare più cose insieme e un catalizzatore di affetti. Il rapporto con gli animali si basa sempre più sulla voglia di garantire benessere al vivere insieme a loro, a partire da quello che si mette nella ciotola e parallelamente cresce anche la disposizione all'acquisto di prodotti di qualità per dedicare all'amico a quattro zampe tutte le attenzioni normalmente destinate all'essere umano.
Come mostrano le ultime indagini (*Rapporto ASSALCO – ZOOMARK 2013*), il mercato italiano del pet food ha avuto una crescita a valore del 2,1% nell'ultimo anno, risultato della sempre più diffusa attenzione alla salute e al benessere dei propri animali e alla propensione di molti proprietari ad acquistare alimenti di alta qualità.
E nei suoi stand, Zoomark International 2013 ha messo in mostra i principali trend orientati verso le fasce di prodotti a più alto valore di innovazione, dove la tendenza a proiettare sull'alimentazione degli animali i criteri e le scelte tipici della nutrizione umana porta il consumatore a preferire prodotti alimentari salutistici e naturali da un lato e dal marcato contenuto di servizio dall'altro.

SULLA SCIA DELL'ALIMENTAZIONE UMANA. Benessere e longevità dell'animale sono al primo posto nelle scelte nutrizionali dei produttori di petfood. Tutti i prodotti cercano di soddisfare una clientela esigente che vuole essere informata e documentata, legge attentamente le etichette, cerca consigli su blog e forum per poter scegliere in modo consapevole. Oltre agli alimenti per il mantenimento studiati in rapporto all'età, alla razza e allo stile di vita, le ultime novità sono le diete pensate per ridurre o prevenire talune problematiche legate alla salute (obesità, convalescenza, calcoli e problemi renali, patologie cardiache e gastrointestinali), i prodotti biologici e le miscele di erbe, le ricette sfiziose e raffinate, gli alimenti funzionali.
Tutti concetti che il moderno consumatore padroneggia con sicurezza perché esige prodotti sempre più personalizzati per il proprio pet che soddisfino il gusto, ma anche il benessere, rigorosamente senza conservanti e coloranti, come impongono le nuove tendenze salutistiche che si riflettono anche in un packaging più chiaro. Biologico e naturale sono termini ormai entrati di prepotenza nelle formulazioni del petfood più innovativo, così come olistico, nutraceutico, no ogm, glutein free...

L'AREA "PRODOTTI NOVITÀ" DOVE ERANO ESPOSTI MOLTI DEI NUOVI ALIMENTI PER CANI E GATTI
"PRODUCTS SHOWCASE" AREA, HOSTING MANY OF THE NEW FOOD PRODUCTS FOR CATS AND DOGS



Nella ciotola di Fido e Micio non deve finire nulla che non sia al massimo della qualità, quindi non si utilizzano scarti, ma solo le parti migliori della carne e del pesce. Ed è un trionfo anche di carni alternative (cervo, struzzo, bufalo, capra...) per attirare il consumatore con la novità, certo, ma anche per offrire proteine alternative alle diete consuete in chiave di prevenzione di intolleranze alimentari. Perché anche i nostri amati quattrozampe – come noi umani – si scoprono allergici a questo o a quell'ingrediente.

MEGLIO CON FRUTTA E VERDURA. L'attenzione dei produttori è rivolta verso formule sempre più bilanciate dal punto di vista nutrizionale per soddisfare le diverse esigenze: ricette monoproteiche contro le intolleranze, diete funzionali per far fronte ai problemi di salute oppure per supportare patologie specifiche legate a particolari razze. Ci sono poi formulazioni scientificamente sostenute da una ricerca universitaria e altre pensate proprio per affiancare il veterinario nella cura di particolari patologie.
E poiché nulla di nocivo deve finire nella ciotola, bando ai conservanti; vengono prediletti solo quelli di origine naturale. Così come sono banditi appetizzanti artificiali o altri ingredienti simili. Via libera invece a integrazioni di vitamine e minerali e – a Zoomark International è stato un vero trionfo – frutta e verdura di ogni tipo, ma anche elementi fitoterapici ed estratti di piante officinali, echinacea, ginseng, bardana, utili per avere un sistema immunitario particolarmente efficiente, come richiede l'attività quotidiana dei nostri amici quattrozampe.

TRIONFA IL FUORIPASTO. Interessante è lo sviluppo del segmento degli snack funzionali e dei fuoripasto, in linea con le ricerche di mercato che registrano una crescita delle vendite. Si tratta di spuntini con obiettivi funzionali, ad esempio per favorire l'igiene orale, o a caratterizzazione gastronomica, solitamente somministrati come ricompensa o più semplicemente per tenere occupato l'animale. Così gli snack vengono proposti come un prezioso alleato dei proprietari, che possono darli con fiducia tutte le volte che desiderano offrire un premio ai loro amici a quattro zampe grazie alle formulazioni genuine confezionate in atmosfera protettiva e sottovuoto. Oltre a essere gustosi, ricchi di sapore e preparati con ingredienti di altissima qualità, sono 'funzionali' alla salute e al benessere.
E poi ci sono gli snack che si ispirano all'alimentazione umana di cui riprendono forme e assortimenti nell'aspetto e nel packaging: il più in voga è il gelato, fresco e appetitoso, rigorosamente realizzato senza quegli ingredienti che potrebbero essere nocivi, ma è anche un trionfo di cioccolati, involtini, tramezzini, pancetta arrostita, spiedini...

ANCHE IL PACK HA LA SUA IMPORTANZA. Il concetto di innovazione si riflette anche nel packaging, sempre più chiaro e leggibile per un cliente che ormai vive come buona abitudine la lettura attenta delle etichette e che chiede nuovi formati più adatti al moderno stile di vita. Non c'è azienda che non presenti le monoporzioni puntando sul concetto della comodità, molte anche le proposte multipack in grado di offrire varietà e convenienza.
E visto che l'occhio vuole la sua parte, le confezioni si fanno più accattivanti con immagini belle e attraenti, ma anche più funzionali, con i pratici sistemi apri-chiudi o realizzate in materiali che offrono maggiori garanzie di freschezza e conservabilità.

LA SCELTA ETICA. Per differenziarsi, ma anche in linea con una convinzione legata ai trend della naturalità, molte aziende si propongono non solo per il prodotto ma anche per le modalità di realizzazione del prodotto stesso. Le materie prime? Cruelty free. Il pesce? Pescato in zone dove non ci sia un impatto sull'equilibrio della fauna (dolphin free). Gli impianti di produzione? Sempre più ecologici, spesso a km o, basati sul recupero delle materie prime. I profitti? Investiti anche a favore di associazioni animaliste o progetti del Terzo Mondo. E c'è anche chi fa una scelta più radicale, quella di non uccidere animali per produrre alimenti per animali. ●

ZOOMARK INTERNATIONAL

Taste and well-being

The new trends in cats and dogs nutrition. The triumph of snacks

The passion for pets is growing in Italian families: pets become a centre of affection for adults and children, something to talk about, the stimulus to spend more time together and to catalyze affection. The relation with pets is increasingly based on providing well-being and on living together, starting from food. At the same time, owners are more willing to buy quality products, to dedicate to pets the same attention dedicated to human beings.
As shown by the latest researches (*ASSALCO – ZOOMARK 2013 Report*), the Italian market of pet food experienced a 2.1% growth last year, as a consequence of the increased attention to pets' health and well-being, plus the owners' choice of purchasing high-quality food.
Zoomark International 2013 presented the main trends, oriented towards products featuring the most elevated innovatory value: the tendency to project on pets' nutrition the same criteria of human nutrition leads customers to buy healthy and natural products, or products featuring elevated service quality.

FOLLOWING HUMAN NUTRITION. Pet food manufacturers focus on pets' well-being and long life. The products aim at satisfying the needs of demanding customers, who want to be informed, who read labels and browse blogs and forums in order to choose consciously. Besides maintenance food, developed according to age, breed and life style, the latest news include: diet dedicated to reduce or prevent health-related ailments (obesity, convalescence, calculi and renal ailments, heart and gastrointestinal diseases), organic products and herbal mix; delicious and fine recipes; functional food.
Modern customers are well informed on these concepts: they look for customized products that guarantee taste and well-being, without colouring and preserving agents as stated by new health trends, which reflects on a clearer packaging. Words as organic and natural are often part of the most innovatory pet food, as well as holistic, nutraceutical, GMO-free, gluten-free…
The food of cats and dogs must contain only the best quality ingredients: only the best cuts of meat, fish and cereals. There is plenty of alternative meat (venison, ostrich, buffalo, goat…) to attract customers with new products and to offer an alternative to traditional diets, in case of prevention of food intolerances. Even pets – just like humans – might be allergic to certain ingredients.

BETTER WITH FRUIT AND VEGETABLE. Companies focus on increasingly balanced formulas, to meet different nutritional needs: single-protein recipes against intolerances; functional diet in case of health problems or specific breed-related diseases. Some formulas are scientifically supported by University researches, while other are designed to support veterinarians treating certain diseases.
The products must not contain toxic substances: they are free from preservatives, except for those of natural origin. The same goes for artificial flavouring agents or similar ingredients. On the contrary, the products are rich in vitamins, vitamin mix and – very successful at Zoomark International – fruit and vegetables, but also phytotherapy elements and herbs extracts (echinacea, ginseng, greater burdock) to guarantee an effective immune system as required by the pets' daily activity.

THE TRIUMPH OF SNACKS. The development of functional snacks has been extremely interesting and in line with market surveys, which recorded a sale increase. There are snacks with functional purposes, such as supporting dental health, or snacks fed as reward or simply to keep the pet busy. Snacks are a precious ally for owners, who can feed them whenever they want to award their pets: they guarantee genuine formulas, packed in protective atmosphere or vacuum-sealed. Besides being tasty and prepared with high-quality ingredients, they are functional for the pets' health and well-being.
There are also snacks inspired to human nutrition. They feature the same shape and packaging: the most famous is ice cream, fresh and appetizing, made without noxious ingredients. Moreover, there are chocolate, rolls, sandwiches, roasted bacon, meat skewers…

PACKAGE IS IMPORTANT. Innovation is also reflected on packaging, which is more clear and easy to read for customers attentive to labels, who look for packages suited for the new life style. Every company offers single-serve packages, which are handier, and there are several multi-pack products that guarantee variety and convenience.
And since appearance matters, packages are more attractive, with beautiful pictures, but also functional, with re-sealable opening or materials preserving the product fresh.

ETHICAL CHOICE. In line with natural trends, several companies guarantee the quality and production method of their products. Raw ingredients? Cruelty free. Fish? Fished in dolphin-free areas. Production plants? Ecological, local, based on recycle. Profits? Invested, even on pet-protection associations or Third World projects. There are even companies that do not kill animals to produce pet food.

Sempre avanti

Un assaggio di invenzioni, creatività e originalità nel vasto e variegato settore degli accessori per cane e gatto

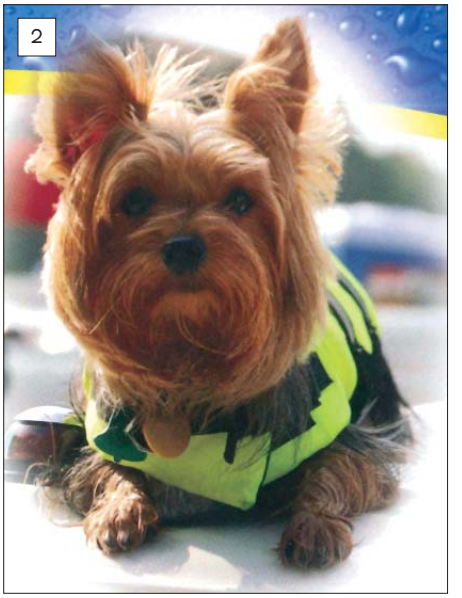
di Marina Moretti

C'è il giubbotto di salvataggio per Fido e il materasso posturale per Micio, la ciotola che mantiene l'acqua sempre fresca e il profumo che si sente e che si vede… L'amore per cani e gatti non conosce confini, così come non conoscono limiti l'inventiva e, talvolta, la stravaganza di produttori di tutto il mondo che cercano di soddisfare con gli articoli più disparati la voglia di stupire che spesso assale i proprietari dei nostri amici quattrozampe. Accanto ai prodotti più tradizionali, Zoomark International 2013 ha messo in mostra esattamente questo e, forse, è dovuto proprio al traboccare di creatività il fatto che il petmarket possa considerarsi vitale e capace di rinnovarsi continuamente.

STAND AL TOP. Girando per gli stand abbiamo visto tanti espositori che hanno dato il meglio di sé impegnandosi per portare al settore una ventata di novità, con una voglia di fare senza la quale è impossibile talvolta ottenere risultati concreti: invenzioni, creatività e originalità da una parte, rinnovamento sulle linee consolidate dall'altra, in ogni caso abbiamo apprezzato tutti gli sforzi messi in atto da chi si impegna con energia per un mondo ricco di soddisfazioni.
Tutti gli espositori si sono presentati all'appuntamento dando il loro meglio, con stand curati e di forte impatto e diverse iniziative promozionali per comunicare le novità dei loro prodotti.
Ma abbiamo visto anche qualcosa in grado di stupire e, forse, strappare un sorriso, e se questo significa essere capaci di innovazione e coraggio, allora ben venga.
Quella che vi proponiamo nelle pagine seguenti è una breve sintesi che vuole solo offrire ai lettori un assaggio dei principali trend in esposizione nell'ampio settore degli accessori per cani e gatti che, da sempre si distingue per la sua capacità di portare quell'innovazione senza la quale il petmarket non potrebbe andare avanti.

1

INNOVAZIONE PRIMA DI TUTTO. I materiali tecnologici, per esempio, trovano sempre più ampio impiego: non solo accessori realizzati con materie prime durevoli e resistenti, ma anche pensati per momenti speciali come quando il cane si ferisce o è reduce da un intervento chirurgico, o magari per rinfrescarlo con un collare refrigerante (foto 1) che con gli speciali HydroQuartz a contatto con l'acqua fredda crea un gel refrigerante attivo più giorni.
E se poi si vuole fare un giro in barca e Fido non sa nuotare, nessun problema, meglio proteggerlo in modo adeguato con il giubbino di salvataggio (foto 2) ben visibile anche da lontano grazie al colore sgargiante.


2

ZOOMARK INTERNATIONAL

Ahead

A taste of the inventions, creativity and original solutions in the wide and varied sector of dog and cat accessories

There's Fido's safety jacket and Kitty's posture support mattress, the bowl that keeps water always fresh and the perfume you smell and see… Love for cats and dogs has no limit, just like the inventiveness and, sometimes, the extravagance of the manufacturers that try to satisfy also the wish to amaze.
Besides traditional products, Zoomark International 2013 put also this under the spot light and it is maybe thanks to overflowing creativity that the pet supplies market is so vital and able to renew so quickly.

TOP SHOW. Walking around we saw many exhibitors that engaged deeply to bring a breath of fresh air and showed a great desire to set their hearts on their job to obtain positive results: inventions, creativity and original solutions on the one side, renewal of consolidated products on the other.
All the exhibitors presented themselves at best, with beautiful and attractive stands and promotional offers to support their new products.
We saw also products that surprised us and sometimes made us smile; if this means innovation and courage, well, we are glad.
What we are proposing you in the following lines is a short report, a taste of the main trends we detected in the wide dog and cat sector, which is always able to bring a breath of fresh air.

INNOVATION ABOVE ALL. Technological materials, for instance, are increasingly popular: not only accessories made of durable and resistant materials but also designed for special needs like when the dog hurts itself or needs to recover from surgery; or else the cooling collar (picture 1) that keeps the dog fresh by creating a cooling effect thanks to the special HydroQuartz, which produces a special refrigerating gel that lasts for days.
If the dog accompanies his owner for a trip on a boat and does not know how to swim, no worries: the pet is protected with the safety jacket (picture 2) that can be visible also from far thanks to its bright colour.
If the dog accompanies his owner on a walk into the wild, he can wear a jacket designed for even extreme weather conditions, equipped with pockets, zips, hood, clips and reflecting details.

messaggio promozionale

RECORD

QUALITÁ PER PICCOLI ANIMALI

Record offre una gamma infinita di giochi per cani e gatti: da quelli morbidi in peluche, lattice, cotone, plastica, ai tiragraffi, topolini e tunnel.
Non mancano giochi che sono anche dispenser di cibo.
Tutti in tanti modelli attraenti e colorati, e con espositori.
Per i cani più mordaci, i giochi specifici della linea Bionic in gomma dura: palle, frisbee, ossi, in diverse misure, molto resistenti. E per l'estate, allegri giochi acquatici per cani, in tante forme diverse.
Con Record il divertimento è assicurato in ogni stagione.

SARA' COME DIVERTIRSI INSIEME.

Ebbene sì, vendere giochi per cani e gatti Record "sarà come divertirsi insieme". Quando c'è qualità, un'ampia gamma nel settore e affidabilità nel servizio diventa sempre più facile farsi coinvolgere da Record. Perché Record vi aiuta sul campo a consolidare il rapporto che avete con i vostri clienti e a fidelizzarli sempre più e sempre meglio.

QUALITA'
DALLA TESTA
ALLA CODA.

RINALDO FRANCO spa - www.recordit.com

3

Se, invece, vogliamo sfidare con lui gli elementi di Madre Natura, ci sono anche i giubbotti pensati per le prove più estreme, con tanto di tasche, lampo, cappucci, clip e anche inserti catarifrangenti.
E, per proteggere le sue zampe da neve e ghiaccio, spiagge assolate e marciapiedi roventi, c'è anche la scarpina impermeabile usa e getta (foto 3).
Avevate pensato che i problemi posturali fossero solo di noi umani? Niente di più sbagliato: speciali tessuti inseriti nei materassini permettono al cane una postura corretta e contribuiscono alla prevenzione di patologie articolari.

A SPASSO CONE FIDO... SENZA PERDERLO. Se il cane tira o porta in giro il padrone a strattonate, nessuna preoccupazione con i guinzagli autocorrettivi (foto 4) che si allungano e si accorciano.

4

Ma se è un pigrone, allora viaggia comodo nei passeggini per cani o nel marsupio di ultima generazione a fascia avvolgente (foto 5), proprio come i neonati.

5

Per rendere più sicure le passeggiate in città o in vacanza, ci sono i più disparati dispositivi, dalla luce di sicurezza che si vede per chilometri, al collare che emette un segnale gps (foto 6) collegato ad App su smartphone, tablet o computer.
Ma si può optare anche per le medagliette usb che in un file raccolgono tutte le informazioni utili, dal nome del cane a quello del padrone, indirizzo e numeri di telefono, vaccinazioni ed eventuali terapie.
Persino il più classico dei guinzagli si rinnova e diventa un oggetto ricco di accessori, come il box per riporre snack e sacchetti o la luce per illuminare il percorso della passeggiata.
E una volta a casa, ecco le cucce in kit a incastro facili da montare in pochi minuti.

6

FASHION A QUATTRO ZAMPE. Decisamente più sfiziosi i prodotti per una serata elegante, dove la coppia cane padrone deve presentarsi al meglio.

7

Ecco allora il profumo che non solo si sente con l'olfatto ma si ammira con la vista e tempesta il manto del cane di un effetto "glitterato".
Ma si può anche coordinare il colore delle unghie della cagnetta a quello della padrona grazie agli speciali smalti (foto 7) nei colori all'ultima moda.
A proposito di igiene e bellezza, le idee si moltiplicano, dagli svariati tipi di lettiera, al prato

8

100% QUALITÀ TEDESCA GARANTITA

La rivoluzione nell'alimentazione per i cani

HAPPY DOG®

Naturalmente piu sano!

- Prodotto in Germania da un'azienda familiare
- Digeribilità estremamente alta (90%)
- Senza coloranti, aromi nè conservanti chimici
- Materie prime non geneticamente modificate
- Senza Soia e senza glutine di mais
- Con l'esclusiva formula LifePlus Concept

PER INFORMAZIONI CONTATTARE:

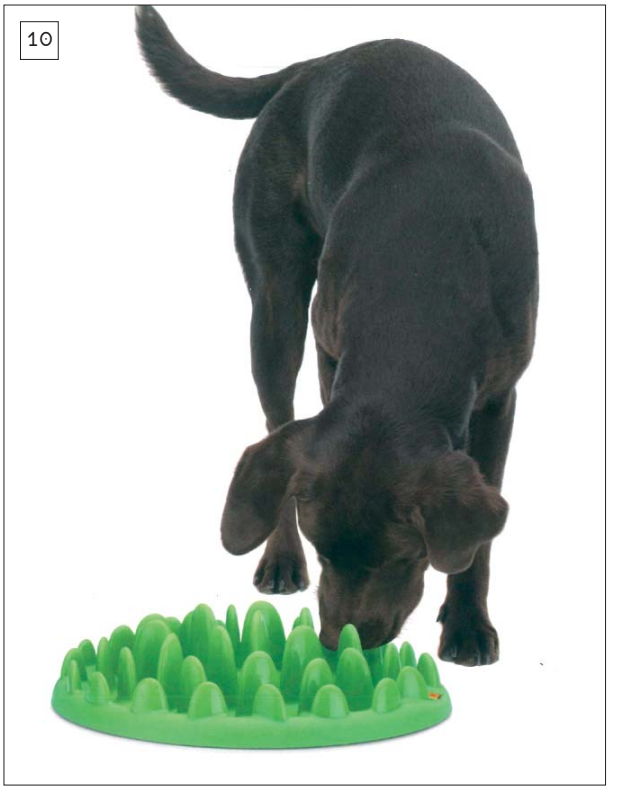
Rebo S.R.L.
Via Luigi Morelli n. 34/B
21053 Castellanza (Va)

Tel. 0039-0331-502700
Fax. 0039-0331-502703
reboitalia@libero.it

Importato dal 1966 da:

rebo® s.r.l.

9


10

in erba sintetica (foto 8) per i bisognini , al gel (foto 9) che cattura e intrappola i residui di sporco e germi dalle zampette di cani e gatti.

IL PRANZO È SERVITO. Nutrirsi ritrovando gli istinti primordiali della caccia diventa un gioco con la tovaglietta di tappeto erboso (foto 10) e per i pasti dei cani dalle orecchie lunghe ecco le ciotole progettate con i bordi alti e la sagoma allungata.
A proposito: sapete come mantenere pura, priva di virus e batteri nocivi, l'acqua nella ciotola anche dopo una lunga giornata al sole? Con le nanotecnologie (foto 11) che sfruttano la luce solare per demolire microrganismi, inquinanti organici e altri ospiti potenzialmente nocivi per i nostri amati pet.

EMOZIONI SENZA FINE. Il gioco non è solo divertimento: significa anche bei momenti passati insieme. Avete provato con il lanciatore per palle da tennis (foto 12)? Oppure con il frisbee per cani che si vede anche al buio? Si, perché quando il mercato è abbondante, bisogna saper giocare con le emozioni, fondendo insieme bellezza e creatività per magici momenti passati con l'amico a quattro zampe.
Purtroppo, però, anche i bei momenti finiscono: è ora di scegliere una cuccia per l'eternità, che nulla ha a che vedere con il normale concetto di resistenza e durata: stiamo parlando delle pet urne che garantiscono il degno riposo eterno ai nostri amici animali. Un simbolo intramontabile di sentimento destinato a durare per sempre. ●

11

12

Special waterproof, disposable socks (picture 3) protect the pet paws from snow and frost, sunny beaches and scorching pavements.
Do you believe that posture problems do not afflict only humans? It is wrong: a special tissue inside the pet cushion helps the dog and cat control posture and prevent joint troubles.

A SAFE WALK WITH FIDO. If the dog pulls, the special training leashes (picture 4) that stretch help correct that behaviour.
If the pet is lazy, he can be transported in a comfortable pet stroller or in the very modern cloth pet carrier (picture 5) that resembles a real baby carrier.
Dog walks are safe thanks to a variety of devices, from the safety light that is visible even kilometres far, to the gps collar (picture 6) connected to an App for smartphones, tablets and computers.
The USB pendrive tag allows saving all useful information about the pet (name, owner's name, address, phone numbers, vaccinations and possible therapies).
Even the most classic leash is renewed and becomes rich in accessories, like the little case to store snacks or plastic poo-bags or the light that illuminates the way.
And when back at home, the pet can rest in the boltless house that can be assembled in a few minutes.

FASHION FOR FOURLEGGED MODELS. Really cute are the products for an elegant dinner, when the couple owner+dog must be perfect.
Here comes the perfume that you do not only smell but also admire as it has a glittered effect on the pet coat.
Now you can combine the colour of the nails of the dog and his owner thanks to the special dog nail polish (picture 7) in fashion colours.
Still talking about hygiene and beauty, the new products are many, from new cat litters, to a synthetic grass mat (picture 8) for the pet bodily function as well as the gel that removes the dirt and germs from the dog and cat paws.

SUPPERTIME. Feeding the pet stimulating the pet primordial hunting instinct becomes leisure with the grass-like mat (picture 10). For the long-eared dogs here come the high and stretched bowls.
Do you know how to keep the water in the bowl pure, free from viruses and harmful bacteria even after a long sunny day? With the nanotechnologies (picture 11) that make use of sunlight to eliminate microorganisms, organic pollutants and other potentially harmful substances.

JOY AND MOURN. Playtime is joy and fun. Have you ever seen a sling shot tennis ball shooter (picture 12)? Or the dog frisbee that glows in the dark? When the market is mature, the industry hinges on the emotions, combining aesthetic features and creativity to allow the pet owner spend magic moments with his pet.
Unfortunately also good time has an end; when it happens, special urns protect the resting pet and represent symbolically the owner's eternal love.

IGIENE ORALE FACILE !

TROPICLEAN fresh breath made easy!

Clean Teeth. Fresh Breath. No Brushing

Aiuta a combattere la patologia n.1 tra cani e gatti: i problemi gengivali

TROPICLEAN fresh breath made easy!

Per l'igiene orale del cane e del gatto un'alternativa all'uso dello spazzolino.
Denti sani e alito fresco.

Dopo il grande successo nel mercato americano arrivano in Italia i prodotti naturali TROPICLEAN

Il programma innovativo con bioenzimi a doppia fase contro i cattivi odori e le brutte abitudini del cane e del gatto

TROPICLEAN fresh breeze

Fantastico per voi
Sicuro per loro

TROPICLEAN fresh breeze™

NEW LOOK!

nature's stain & odor remover™

Distribuito in Italia da: **Pets Fitness** www.petsfitness.com • Tel. 071.2868013

Previsioni per il futuro

Lo stato dell'arte del settore acquariologia alla grande manifestazione di Bologna

di Valerio Zupo

Visitando Zoomark International 2013 siamo andati alla ricerca di trend e novità per il futuro e, come è ormai tradizione quando si visita il Salone, ci siamo trovati immersi in un evento di portata mondiale che ha messo in mostra lo stato dell'arte nel campo degli acquari e di ogni altro settore pet.
Quest'anno, però, nel campo degli acquari una novità fondamentale è apparsa sin dall'ingresso in fiera: mancavano alcuni grandi marchi.
In una situazione di questo genere, è chiaro che le aziende più agili sono riuscite ad accaparrarsi le attenzioni dei visitatori e a concludere buoni affari in assenza di concorrenza.
Tutte, comunque, esprimevano trend utili per comprendere quali saranno i cavalli di battaglia dei prossimi anni.

PER L'ILLUMINAZIONE. Negli anni passati si è registrata una progressiva maturazione del concetto di illuminazione e di stile e la preponderante entrata in campo dei led: queste minuscole lampade costano molto più delle tradizionali, ma garantiscono spese di gestione infinitamente più basse e durate elefantiache. Possono insomma rappresentare un'ottima occasione di risparmio a fronte di un investimento iniziale concreto, ma ormai abbordabile per qualsiasi appassionato.
E i led, infatti, a Zoomark International hanno rappresentato il *trait d'union* di quasi tutte le aziende, da Sicce (*serie AM* per il marino) ad Acquari d'Autore (soluzione economica ed efficiente per l'espositore in negozio).
Ma quest'anno si è assistito anche ad alcune evoluzioni post-led come, per esempio, la soluzione proposta da Aquael: si chiama *Leddy* ed è una lampada con gli stessi attacchi laterali di un tubo al neon, solo che è coperta di piccoli led.
In pratica, chi ha un acquario vecchio tipo e vuole incrementare l'intensità luminosa risparmiando energia, non ha altro da fare che sostituire il vecchio T5 o T7 con un finto tubo, che si adatta agli attacchi classici, ma offre la luce di tanti piccoli led intensi, penetranti e, soprattutto, economici.
Una soluzione simile viene proposta anche da Aquatlantis: è *Easy Led* e permette di munire di led acquari di ogni tipo, compresi quelli completi in cui era previsto l'uso di un neon.
Varie proposte led anche negli acquari Mondial Fauna, Sicce (interessante la linea *Minù* – foto 1) e Juwel.
Interessante anche la plafoniera mista Aquariatech (foto 2) al top della gamma: interamente programmabile e contenente sia led di vari colori, sia tubi al neon, si collega al computer mediante un cavetto USB e si programma in modo da dosare le curve di emissione e la gamma di radiazioni. Un vero gioiello di tecnologia.

3

IL POST-LED. Tornando al post-led, tra le tante novità osservate nello stand Active Technology meritano di essere ricordati gli acquari completi *EcoLed* e le nuovissime lampade ai vapori di metalli che verranno immesse sul mercato tra breve: consumano meno dei led e sono molto più efficienti, dosati per acqua dolce e marina. Inoltre, hanno un attacco da lampadina e si possono quindi avvitare in un comune portalampada.
Belle ed eleganti novità erano presentate anche da Natural & Animal come, per esempio, le *plafoniere ZP* che producono uno spettro completo, programmabile e controllabile con telecomando.
Innovative e concettualmente intelligenti anche le lampade Tunze: piccole plafoniere led completamente sommergibili, attaccabili alla vasca mediante calamite, da disporre in verticale o in orizzontale e adatte per piccoli acquari.
Sommergibili e di qualità eccellente (contengono led Osram) sono pure le plafoniere *AquaLighter* di Collar (foto 3), immergibili senza pericolo.

4

A PROPOSITO DI ALIMENTI. Ma a Zoomark International si è notato anche uno sforzo collettivo nella ricerca di alimenti premium.
Un mito americano come Seachem Laboratories ha proposto prodotti classici assieme ad alcune novità e a due belle vasche allestite. Immancabile *Aquavitro,* la linea di fertilizzanti diversificati per ogni esigenza, ma è stata poi presentata *NutriDiet,* una

ZOOMARK INTERNATIONAL

Looking at the future

The state of the art in the aquatic sector participating in the great show held in Bologna

While attending Zoomark International 2013 we looked for new trends and impulses for the future; like always, we were caught in a worldwide event that showcased the state of the art in the aquatic industry and the pet supplies market in general.
This year, however, one fundamental aspect was immediately evident: some big brands were missing.
In such a hard economic situation, it is evident that the more dynamic companies were able to catch the attention of the attendees and recorded good business opportunities with no competition at all.
All the companies, however, proposed useful guidelines to understand what the best performing supplies would be in the near future.

LIGHTING. In the past we saw the evolution of the lighting and style concept as well as the increasing importance of LED lamps: those tiny lamps are much more expensive than traditional bulbs, but they ensure very small maintenance costs and are very durable. They can therefore be a great chance to save money, after an initial investment, which now everyone can afford.
LEDS are indeed the trait d'union of almost all the aquarium-related companies at Zoomark International – from Sicce (*AM* range for marine tanks) to Acquari d'Autore (economic and efficient solution for shop displays).
This year we also saw some post-LED evolutions like, for example, the solution that Aquael presented: *Leddy* is a lamp with the same side connections of a neon tube, but it is covered with small LEDs. In practice, who has a traditional tank and wishes to increase the light power saving energy, can simply replace the old T5 or T7 with a mock tube that suits the classic connections but offers the light of intense LEDs, powerful and, above all, cheap.
A similar solution was available also at Aquatlantis: it is *Easy Led* and allows to equip any kind of tank, including complete ones that normally have neon tubes, with LED solutions.
We liked also the high quality, mixed Aquariatech hood (picture 2): totally programmable and including both LED lights in several colours and neon tubes; it can be connected to the pc wire and programmed to set emission and radiation. A real technology jewel.

THE POST-LED. Back to the post-LED era, many were the new products we encountered in the stand of Active Technology, like the complete tanks *EcoLed* and the brand new metal vapour lamps that will be available very soon: they consume less than LEDs and are much more efficient. They also have a lamp connection system that allows to screw them in a common lamp socket.
Nice and elegant were the new products by Natural & Animal, like the ZP hoods that produce a complete spectrum; they are programmable and controlled via a remote controller.
Innovative and intelligent were the lamps by Tunze: small, completely submersible LED hoods that can be fixed to the tank with magnets; they can be used in vertical or horizontal in small aquariums.
Submersible and with excellent quality (they contain Osram LEDs) were also the *AquaLighter* hoods by Collar (picture 3), which can be safely placed in water.

ABOUT FOOD. Zoomark International highlighted also the engagement of the pet food industry.
An American myth like Seachem Laboratories displayed classic recipes and several new formulas as well as two nice tanks. Besides *Aquavitro,* the range of diversified fertilizers for any demand, the company presented *NutriDiet*, a new range of specific food for different categories of aquatic animals.
Still talking about U.S. Companies, Omega One proposed a quite… mouth watering new range: food formulas that contain exclusively natural products like fresh Alaskan salmon, freshly caught prawns and live molluscs. The result is a mix that can be easily smelled: they are foods that smell good.
Very interesting were also the new *Tropical* formulas and, above all, the *Red Mico* thin sticks (picture 4) that simulate the thin red worms and are able to cheat the fish that normally lack in appetite.
We were also attracted by the high quality food range that Sicce displayed.
Also E'quo presented a complete range of excellent food for aquarium inhabitants divided into functional categories (picture 5).

COMPLETE OFFER. A very interesting and modern trend is the direction that old and new companies are following to supply a complete range of products able to meet any retailer demand.
An example at Zoomark International was Newa Tecno Industria, whose stand showed some of the most awesome live tanks at Zoomark International. The company presented a totally digital catalogue: you just needed to read the qr codes with your smartphone to get plenty of information on all products, like stylish heaters, pumps and filters, a wave controller and a hang-on filter with UV sterilizer.
The Newa heaters look different from all others: they are built in a very strong and opaque material for top performances.

5

nuova gamma di alimenti specifici per varie categorie di animali acquatici.
Nel campo dell'alimentazione made in Usa lo stand Omega One ha proposto una novità molto… gustosa: mangimi che contengono esclusivamente ingredienti naturali come salmone fresco dell'Alaska, gamberoni appena pescati e molluschi ancora vivi. Il risultato di questo mix è facilmente percepibile olfattivamente: sono mangimi che profumano di buono.
Molto interessanti anche i nuovi alimenti *Tropical* e, in particolare, i sottili stick *Red Mico* (foto 4), che simulano l'aspetto di sottili vermi rossi e riescono effettivamente a ingannare i pesci più ostinatamente inappetenti.
Non sono da meno i mangimi di alta gamma presentati da Sicce, altra novità interessante della fiera.
Analogamente, E'quo ha presentato una linea completa di ottimi mangimi per animali d'acquario suddivisi in grandi categorie funzionali (foto 5).

6

UN'OFFERTA COMPLETA. Un trend molto interessante quanto attuale è lo sforzo compiuto da tante aziende, vecchie e nuove, per offrire un catalogo completo, capace di soddisfare tutte le necessità del negoziante specializzato.
Di questo impegno è stata testimonial a Zoomark International la società Newa Tecno Inustria, il cui stand era tra quelli con i più spettacolari acquari allestiti. L'azienda si è presentata con un catalogo interamente digitale: basta fotografare i piccoli riquadri con un telefonino di ultima generazione per ottenere tutte le informazioni su ogni prodotto, come per esempio termoriscaldatori, pompe e filtri prodotti con stile, un controller di onde e un filtro hang-on contenente uno sterilizzatore UV.
I termoriscaldatori Newa appaiono diversi dai soliti accessori tradizionali: costruiti in un materiale molto resistente e opaco, garantiscono performance eccezionali.
Interessanti novità nel campo del riscaldamento sono state presentate da Aquael (*Easyheather*), che offre caratteristiche fondamentali di durata e sicurezza.
Tornando a Newa, meritano di essere ricordate anche le serie di pompe centrifughe, power-head e pompe di movimento.
Infine, per quanto riguarda gli acquari completi, oltre ai classici *Mirabello* a Zoomark International è stata presentata anche una nuova serie *Newa More*: piccoli acquari con filtro ad angolo munito di tutti gli accessori.
Allo stand Ciano (foto 6) era quasi palpabile il desiderio dell'azienda di soddisfare tutte le esigenze del negozio di acquari sia in fase di allestimento, sia nella normale gestione: per questo, accanto ai classici acquari completi piccoli e grandi, sono stati presentati espositori per pesci e per piante prodotti da Atro.
Il carattere comune di queste ultime due proposte è lo stile pulito e luminoso che associa virtualmente l'aspetto degli espositori per pesci a quello degli acquari grandi (linea *Emotions Nature*) e piccoli (*Nexus, Betta, Aqua*).
Ma parlando di diversificazione dell'offerta per coprire ogni esigenza dell'acquariofilo, non si può non ricordare Mantovani Pet Diffusion, che nel tempo è riuscita a produrre un catalogo veramente completo: il grande stand dell'azienda era stipato di acquari completi, sistemi di illuminazione, accessori per la gestione e la misurazione, filtri e riscaldatori.

LE NEW ENTRY. Infine, uno sguardo alle new entry del settore come Aquariatech, un'azienda giovane, ma molto aggressiva, che in pochi anni ha conquistato le preferenze di molti acquariofili grazie alla scelta oculata e lungimirante di marchi e prodotti: fornisce quasi di tutto, dagli acquari completi Eheim ai sistemi di illuminazione di ultima generazione, dagli alimenti ai biocondizionatori.

VARIETÀ NEL VIVO. A Zoomark International numerose aziende europee e orientali hanno proposto cataloghi molto nutriti di pesci d'importazione.
Una delle offerte più interessanti è stata quella di Tropic Nguyen: sul mercato da quasi un secolo, hanno ideato una procedura di ordine e consegna efficiente e razionale che produce immediati vantaggi per il negoziante.

Interessante anche il catalogo di Petra-Aqua, perfetto per chi cerca specie fuori dal comune.

STILE ED ELEGANZA. Un trend in atto già da tempo e che si sta stabilizzando sul mercato è quello dell'eleganza: tutte le aziende, infatti, hanno proposto soluzioni tecnologicamente avanzate e, soprattutto, curate nell'aspetto.
È il caso, per esempio, degli acquari sportivi Vitakraft (foto 7): non importa che il cliente finale sia juventino o tifoso dell'Inter, per lui l'azienda ha comunque in serbo un acquario completo e personalizzato con i colori del team sportivo preferito.
Ma l'acquario non deve essere elegante solo fuori: per questo nascono gli accessori della linea *H2Show* di Hydor destinati a generare acquari da sogno grazie a costruzioni fantasiose e magnificamente colorate.
Hydor, inoltre, ha ampliato il suo catalogo arricchendolo con

la linea *Fluval Sea*, e anche sviluppando numerosi accessori innovativi: generatori di onde, regolatori di livello, grandi filtri e pompe miniaturizzate.
Altrettanto interessanti sono stati i generatori di onde *Wave Surfer* e le piccole, potenti pompe di movimento *Voyager*, presentate da Sicce.
Infine, non si può concludere senza citare gli acquari completi Eheim: sono semplicemente… speciali. La grande robustezza tecnologica dell'azienda tedesca si sposa felicemente con superfici lucide che sembrano levitare nell'aria, cristalline e monolitiche: un miracolo di stile supertecnologico.
Non sorprenderà il fatto, però, che alcune tra le soluzioni di illuminotecnica più interessanti erano esposte nello stand Ceab: l'azienda, specializzata in illuminazione per acquari, ha dedicato quasi totalmente la sua attenzione alla realizzazione di illuminatori led (*Aqua&Led*) potenti, bilanciati nelle radiazioni, eleganti ed economici nella gestione e controllati da un innovativo sistema a microprocessore (*Tower&Led*).
In questo modo, creare un acquario marino con coralli vivi diviene cosa relativamente economica: i costi di gestione sono ridotti di quasi un decimo rispetto alle lampade tradizionali senza rinunciare all'efficienza e alla qualità delle radiazioni.

I FILTRI DEL FUTURO. Belle novità anche nel campo dei piccoli filtri, come per esempio quello proposto da Eheim (*aquaCorner 60*): viene fornito già completo con una spugna sottile che impedisce l'ingresso di caridina e larve di pesci, con una cartuccia di materiale biologico ed è predisposto per montare in testa un supporto per luci.
La Eheim, inoltre, ha riproposto in fiera anche il suo *Skim 350,* che serve a eliminare le patine oleose in superficie da qualsiasi vasca.
Belli anche i nuovi filtri *Comline* presentati da Tunze e contenenti una serie di interessanti innovazioni tecnologiche.

TORNA L'AERATORE. Ma a Zoomark International si è registrata anche una novità interessante e in controtendenza rispetto a quanto osservato negli ultimi anni: stanno tornando in voga gli aeratori.
Tra i più interessanti, *Oxypro* di Aquael, dotato di una doppia camera silenziatrice e, soprattutto, i piccolissimi aeratori di Collar: poco più grandi di una scatoletta di tonno e assolutamente silenziosi, non rilasciano vibrazioni, ma si nota la densa fascia di bollicine. ●

Interesting new products in the heating segment were presented by Aquael (*Easyheather*), which offers good durability and safety.
Back to Newa, we found interesting centrifugal pumps, power heads and water movement pumps.
Finally, speaking about complete tanks, besides the classic *Mirabello*, Newa presented also the new range *Newa More*: small tanks with corner filter and all accessories needed.
At the stand Ciano (picture 6) it was evident that the company engaged to meet all the demands of the aquarium retailers: for this reason, besides the traditional small and large complete tanks, they presented also fish and plants displays manufactured by Atro.
What those two categories have in common is the clean and bright design that virtually combines the look of the fish displays and the one of the large tanks (range *Emotions Nature*) and small ones (*Nexus, Betta, Aqua*).
Considering diversification as a goal to meet all demands of the aquarium hobbyists, we must mention Mantovani Pet Diffusion, who proposed a really complete assortment: the large stand was full with complete aquariums, lighting systems, maintenance and measurement tools, filters and heaters.

THE NEW ENTRY. Let's also talk about a new entry in the aquarium market: Aquatech is a young though aggressive company that has been able to attract many hobbyists thanks to the careful selection of brands and products: it supplies almost any kind of product, from the complete Eheim tanks to state-of-the-art lighting systems, food and bioconditioners.

A LARGE VARIETY. Several European and Eastern companies showed rich catalogues of imported fish.
One of the most interesting was Tropic Nguyen: on the market for almost one century, it developed an effective and functional order and delivery system that ensures real advantages for the retailer.
Interesting was also Petra-Aqua's catalogue, excellent for whom look for uncommon species.

SYTLE AND ELEGANCE. A trend that has been persisting for some time and is becoming stable is elegance: all the manufacturers displayed technologically advanced solution with an attractive design.
This was the case of the tanks inspired to soccer that Vitakraft presented (picture 7): it does not matter if you are a fan of Juventus or Inter, the company has developed a complete tank customised with the colours of your favourite team.
It is not just the tank that must be elegant: for this reason Hydor presented the range *H2Show* of colourful and original devices for dream aquariums.
Hydor added also new products to its traditional ranges, like *Fluval Sea*, and is developing many innovative accessories – wave pumps, level controllers, large filters and miniaturized pumps.
Very interesting were also the wave pumps *Wave Surfer* and the small though powerful pumps *Voyager* by Sicce.
Last but not least, the complete aquariums that Eheim presented were absolutely… special. The company's great technological knowhow is perfectly combined with the shiny surfaces that seem to float in the air, clear and monolithic: a miracle of supertechnological style.
No surprise that some of the most interesting lighting solutions were to be found at Ceab's stand: the company, which is specialised in aquarium lighting systems, concentrated almost totally on powerful LED lights (*Aqua&Led*) with balanced radiation, elegant and cheap, controlled with an innovative microprocessor (*Tower&Led*). This allows to set up a marine tank with live corals with a relatively low expense: maintenance costs are reduced to almost one tenth compared to traditional bulbs, still ensuring radiation effectiveness and quality.

THE FILTERS OF THE FUTURE. Good news also in the field of small filters, like the one proposed by Eheim (*aquaCorner 60*): it includes a thin sponge that makes sure that caridina and fish larvae are not trapped and a mediabox for bio-filter media; it is designed so as to fix also a light device on top.
Eheim displayed also its *Skim 350,* which eliminates oil films from any tank.
Nice were also the filters *Comline* that Tunze presented: they included a range of interesting technological innovations.

AERATORS ARE BACK. Zoomark International was the place where an interesting new and opposing trend was evident: aerators are back.
Among the most interesting, *Oxypro* by Aquael has a double chamber that dampens vibrations; the tiny aerators from Collar are almost as small as a tuna can and absolutely quiet, they do not release vibrations but produce a thick bubble blow.

Rettili e anfibi: il nuovo in passerella

Tante, e interessanti, le novità viste in fiera. Ma i grandi assenti erano proprio gli animali

testo di Marco Raldi, foto di Luciano Di Tizio

Una buona regola del giornalismo, e quello specializzato non fa eccezione, è quella di non citare mai se stessi: si rischia di essere autoreferenziali e poco credibili.
Una regola che chi scrive ha sempre cercato di rispettare, ma questa volta devo fare una eccezione…
Due anni fa, nel raccontare le mie impressioni su Zoomark Intrnational 2011, mi lamentavo per il fatto che in fiera c'erano sì diverse novità, ma che lo spazio concesso al vivo era decisamente poco, anzi pochissimo.
"Dal 2013", mi autocito alla lettera, "mi aspetto stand ricchi di animali, con proposte nuove e interessanti, meglio se con tanti esemplari riprodotti in cattività… Un quadro di offerte tale da movimentare il mercato, sostenere i negozianti e stimolare gli appassionati. Se così non sarà, mi iscriverò seduta stante anch'io al club di quelli che si lamentano sempre e non fanno nulla per migliorare la situazione, certo di trovarmi in abbondante compagnia. È una promessa, ma ne riparliamo tra due anni".
Ebbene i due anni sono trascorsi e… non mi resta che cercare dove tesserarmi tra gli scontenti!

SCOMMESSE DA ACCETTARE. Non l'avrei mai creduto, ma i rettili in esposizione da pochissimi che erano nel 2011 sono passati praticamente a zero nel 2013. Una delusione senza pari: quando un settore è in crisi bisogna credere fortemente nella ripresa, investire soprattutto nelle idee e nella promozione, presentare nuove proposte, sollecitare il mercato e gli appassionati, altrimenti come ne veniamo fuori?
Non basta però puntare sui prodotti: il vivo ha un ruolo fondamentale per sostenere il mercato e per conquistare nuovi adepti, altrimenti si rischia di scommettere solo sull'attualità e non sul futuro, con risultati inevitabilmente deludenti.

1

MANGIMISTICA IN PASSERELLA. La situazione generale segue dunque il trend che già avevo notato due anni or sono e anche a Zoomark International 2013, come nel 2011, qualche interessante novità nel campo dei prodotti per anfibi e rettili non è mancata.
Avverto subito che non intendo offrire una rassegna completa di tutto quello che offriva la fiera: piuttosto un catalogo ragionato e selezionato di quello che più mi ha colpito.
Questa volta il settore che mi è sembrato emergere, con un particolare sforzo dei produttori per presentare accattivanti novità, è quello della mangimistica.
La ditta di Praga Petra-Aqua (foto 1), nel suo sempre affollatissimo stand presentava, assieme a un coloratissimo catalogo con decine di serpenti, sauri, testuggini palustri e terricole, gechi, iguane, camaleonti e rane, un'interessante proposta di cibo vivo, davvero per tutte le bocche: non è una novità, ma il costante rifornimento di animaletti per sfamare i propri beniamini è un serio problema per molti appassionati e la ditta della Repubblica Ceca promette disponibilità e rapidità di consegna.

2

Una novità assoluta la propone invece Omega Sea con in suoi mangimi, soprattutto per pesci, ma anche per rettili, realizzati esclusivamente con prodotti naturali: è un'azienda statunitense ed è alla ricerca di un referente italiano, quindi gli appassionati di casa nostra dovranno attendere…
Il distributore all'ingrosso Aquaria Tech di Bari ha esposto invece una vastissima gamma di mangimi della linea *Tropical*, tra i quali alcune vere chicche, come quello appositamente studiato per soddisfare le esigenze alimentari degli Axolotl (foto 2). Come a dire: voler coprire davvero tutti i segmenti del mercato con una gamma di prodotti eccezionalmente ricca.
Ha del resto scelto la linea della specializzazione anche JBL (la cui gamma era proposta da Zolux), che ha differenziato i propri mangimi per testuggini proponendo

cibi per specie della foresta pluviale, di regioni aride, europee e tropicali oltre che per diverse altre specie di anfibi e rettili.

ACCESSORISTICA D'AUTORE. Non solo mangimi, però: nel comparto illuminazione dominano sempre più i led che, con i loro bassissimi consumi, conquistano crescenti quote di mercato anche in terrariofilia, magari accoppiati a lampade Uv che, per i rettili, restano indispensabili.
Tra le tantissime proposte emerse in fiera scelgo quella della Tunze (foto 3), con una lampada a led perfettamente sommergibile utilizzabile in particolare per gli anfibi, e quella di Aquarialand, che ha presentato un sistema a basso costo di gestione e a prezzi interessanti anche al momento dell'acquisto, che ha destato non poco interesse tra i visitatori.
Tradizionali invece, ma non per questo meno validi, i terrari e le tartarughiere proposti da numerosi espositori, come quelli sobri ed efficienti di Aquatlantis (col marchio *Terratlantis* – foto 4), la linea *Komodo* di Happy Pet Products e, ancora, quelli di Aquarialand.

In questo comparto c'è ormai poco da inventare, ma fiera dopo fiera i modelli presentati appaiono più lineari, efficienti e sicuri: quel che serve per soddisfare ogni appassionato.
Ma tra gli stand c'era anche molto altro, così come del resto non mancavano le consuete vaschette in plastica con palma incorporata utilizzabili per giovanissimi esemplari di testuggini palustri.
Vasta, infine, anche la proposta di prodotti per il benessere degli animali: dai terricci e materiali vari per il fondo ai prodotti per la cura dell'igiene.
Non ho visto pinze e ganci per maneggiare serpenti, ma sono certo che è stata una mia disattenzione. C'erano, invece, umidificatori, termometri, igrometri e tutto quel che può servire per garantire buona salute agli anfibi e ai rettili allevati in casa.
Mancavano solo loro, purtroppo: rettili e anfibi. ●

ZOOMARK INTERNATIONAL

Reptiles and amphibians: what is cooking?

Many and interesting new products, though the real protagonists – the animals – were missing

A rule of the professional journalist is not to quote oneself – he or she would risk to be auto-referential and not credible.
I've always respected that rule but this time I have to make an exception.
Two years ago, expressing my opinion about what I saw at Zoomark International 2011 I lamented the fact that I found several interesting new products but the space devoted to live animals was very little.
"From 2013", I'm quoting myself, "I expect stands showing plenty of animals, new and interesting proposals, better if animated with captive-bred species… Such a variety that stimulates the market, supports sales and attracts fanciers. If it will not be so, I will enrol in the lists of those who complain and do nothing to improve the situation, being sure that we will be many. It is a promise, we will see in two years."
Well, two years have passed and… I will have to see where to enrol in those lists!

A BET TO PAY. I would not have believed it – the reptiles exhibited in 2011 had been very few and were practically missing in 2013. What a deception: when the industry experiences a hard time, you must strongly believe in an upturn, invest especially in ideas and promotion, present new solutions, stimulate the market and fanciers – how would you do otherwise?
Focusing on products is not enough: livestock is fundamental to support the market and attract new fanciers, otherwise you risk to bet only on today and not on tomorrow, with inevitably deceiving results.

FOOD FIRST. The general situation follows the same trend I reported two years ago and also Zoomark International 2013, like 2011, highlighted some interesting new products for amphibians and reptiles.
My intention is not to write an exhaustive report about what was to find at the show; rather, I'm proposing you a reasoned and selected overview of what attracted me most.
This time I had the impression that the industry concentrated mainly on nutrition.
The Prague-based company Petra-Aqua (picture 1), in its crowded stand, besides a catalogue showing dozens of snakes, saurians, tortoises, geckos, iguanas, chameleons and frogs, presented a range of live food for all tastes: it is not something new, but the steady supply of live preys to nourish herptiles is a serious problem for many fanciers and the Czech company promises constant availability and quick delivery.
Omega Sea, instead, displayed an absolute novelty: food for fish, but also for reptiles, made exclusively with natural ingredients. It is a U.S. company still looking for an Italian importer so our domestic fanciers will have to wait…
Aquaria Tech, distributor, presented a very wide range of *Tropical* food formulas, among which some real gems, like the one developed to meet the nutritional demands of Axolots (picture 2). The company's goal is to cover all niches via an extremely rich range.
Also JBL chose the way to specialization – in the full range, displayed by Zolux, the general food for tortoises was split in specific formulas for breeds coming from the rainy forest, from dry regions, from Europe and from tropical areas. JBL also studied food varieties for other species of amphibians and reptiles.

SPECIAL ACCESSORIES. Not only food, however; in the lighting segment LEDs are becoming increasingly popular: thanks to their very low consumption level, they are conquering large market shares also in the terrarium market, sometimes combined with UV lamps, which are essential for reptiles.
Among the very many new proposals I saw, I choose Tunze (picture 3), whose LED lamp can be totally submersed and used especially for amphibians, and Aquarialand, which presented a low energy system sold at a convenient price.
Traditional, though not less interesting, were the terrariums and turtle tanks that many exhibitors displayed, like the sober and efficient *Terratlantis* solutions (picture 4) by Aquatlantis, the range *Komodo* by Happy Pet Products, and the tanks proposed by Aquarialand.
There is not much still to invent in this segment but, show after show, the models presented appear more efficient and safer – what the fanciers demand; this happens even with the usual plastic bowl with small palm that can be used for baby turtles.
Wide was also the choice of products for reptile care: from substrates to different bottom materials and healthcare.
I did not see plies and hooks to handle snakes but I am sure I was probably somehow careless in my tour.
I nevertheless found humidifiers, thermometers, hygrometers and all you may need to keep amphibians and reptiles healthy.
What was unfortunately missing was them: the herptiles.

Ornitologia in scena a Bologna

Panoramica su quanto di meglio si è visto per i nostri amici pennuti durante la grande manifestazione dedicata al mondo degli animali da compagnia

di Gianni Ravazzi

L'ornicoltura in Italia, in questo ultimo biennio, ma soprattutto in quest'ultimo anno, ha sofferto pesantemente l'effetto della crisi economica: il calo ha riguardato in maniera minore il mercato degli uccelli pet, settore nel quale c'è stato un lieve arretramento rispetto al passato.
A subire un vero tracollo è stato invece il mondo degli animali da riproduzione: mai negli ultimi venti anni così tanti allevatori hanno ridotto il numero di riproduttori nei propri allevamenti, e mai così tanti hanno smesso di allevare senza che ci fosse un ricambio generazionale.
I nuovi allevatori sono in calo e, se la diminuzione non fosse così forte, potrebbe anche essere considerato un fatto fisiologico dopo oltre un decennio di tendenza alla crescita.
Questa situazione è stata sicuramente tenuta in considerazione dalle aziende: infatti, nell'ultima edizione di Zoomark International la maggior parte degli espositori che presentavano prodotti per l'ornitologia hanno puntato più a consolidare il proprio ambito commerciale, privilegiando i prodotti di maggior successo, migliorandoli e rendendoli più accattivanti, che non ad aprire nuove strade presentando nuovi articoli.
Questo non significa che non ci siano state nuove proposte, ma soltanto che il loro numero è decisamente inferiore a quanto visto nell'edizione del Salone di due anni fa.

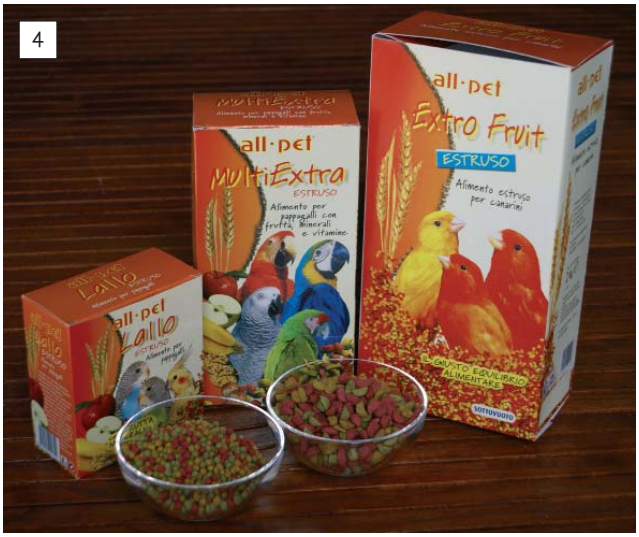
1

ALIMENTI SOTTO I RIFLETTORI. Le stesse novità presentate, in effetti, sono relative, nel senso che si ratta di prodotti nuovi come composizione, ma tradizionali nella concezione generale come, per esempio, i *Kräcker-Doypack* Vitakraft (foto 1), stick pensati per varie specie di uccelli che non contengono zuccheri aggiunti e sono proposti nelle linee al miele o alla frutta (mela, pesca, albicocca e ribes), con cereali e tè verde.
Viten, da anni presente con stick sempre più specifici per singole specie o per gruppi di specie affini, ha presentato una linea nuova comprendente, tra gli altri, un eccellente *Mix Noci* per pappagalli, con noci spezzettate, sementi, miele, frutta disidratata e sali minerali; un originale *Green* per canarini, a base di cereali vari, ricco di semi di lino e di basilico disidratato; un ben equilibrato *Honey* per uccelletti esotici e cocorite, composto da cereali arricchiti con miele e polline oltre che con sali minerali e frutta disidratata; il *White*, uno stick ricco, a base di semi chiari di facile digestione e assimilazione quali sesamo, perilla, miglio bianco, cartamo e pezzetti di pane bianco, per tutti i piccoli uccelli granivori (foto 2).

2

3

Interessanti, poi, le cialde *Country* (foto 3) pastone e cereali che propongono sì un abbinamento tradizionale, ma sotto forma di cialda sgranocchiabile.
Restando ancora nel campo degli alimenti, è stata presentata da Riga una miscela di semi, pastoni e vegetali studiata per un gruppo di pappagalli di taglia media ben identificati visto che il prodotto si chiama *Mix Pappagalli Australia*.



Nel panorama degli eccellenti estrusi prodotti da diverse aziende, ormai consolidati, tra le novità è stato presentato da All Pet, assieme agli estrusi per pappagalli tradizionali, un nuovo prodotto per canarini *Extro Fruit* (foto 4) studiato appositamente per fornire tutti gli elementi nutrizionali necessari alla salute di questi piccoli fringillidi.
La maggior parte delle aziende hanno proposto alimenti di buona qualità, con un'offerta ampia e tale da soddisfare le esigenze dei proprietari di animali che vogliono coccolare i loro beniamini, ma anche buone soluzioni per gli allevatori che hanno invece un maggior interesse verso alimenti magari meno accattivanti nella presentazione, ma che rispondano alle necessità di nutrire adeguatamente gli uccelli nelle varie fasi stagionali, essendo facili da somministrare, da conservare e con un rapporto qualità/prezzo conveniente.

NOVITÀ IN CAMPO. Tra le novità non alimentari, Bipler Group ha presentato un antiparassitario in polvere (foto 5), della linea *Men For San*, a base di estratto di neem (*Melia azadirachta*), un albero utilizzato in India da più di 5000 anni in tutte le sue parti, frutto, foglie, semi, radici, corteccia e chiamato anche "il sollievo dei malati" o anche "l'albero della salute": il prodotto può essere spolverato sia nei nidi, sia direttamente sugli animali non avendo controindicazioni di nessun genere.

ZOOMARK INTERNATIONAL

Ornithology on show in Bologna

Overview of the best products for birds on show at the famous exhibition for pets products and supplies

Ornithology in Italy has been strongly affected by the economic crisis in the past two years (last year in particular). The sector of pet birds has experience a slight decreased, compared to the past. However, the breakdown mainly affected the sector of animal breeding: in the past two years, breeders reduced the number of breeding pets much more than in the past 20 years, and plenty of breeders ended their activity without a generational turnover.
New breeders are decreasing: unfortunately, the decrease is too elevated to be considered just a physiological figure after 10 years of growth
Companies clearly understood the situation: during Zoomark International 2013, most exhibitors dealing with ornithology products focused on strengthening their business sector, with successful and improved products, rather than presenting new products.
This does not mean that there were no new products: their number was smaller, compared to last Zoomark International.

FOOD IN THE SPOTLIGHT. Exhibitors presented new products featuring new ingredients but traditional concept, such as *Kräcker-Doypack* Vitakraft (picture 1): the sticks are dedicated to different species of birds. They do not contain added sugar and they are available in honey and fruit (apple, peach, apricot and currant) versions, with cereals and green tea.
Viten, which is famous for its specific snacks dedicated to single or group of similar species, presented a new line that also includes: excellent *Mix Noci* (hazelnut) for parrots, with chopped hazelnuts, seeds, honey, dehydrated fruit and mineral salts; original *Green* for canaries, with cereals, linseeds and dehydrated basil; balanced *Honey* for exotic birds and budgerigars, with cereals mixed with honey and pollen, mineral salts, dehydrated fruit; *White*, the rich stick with light seeds (easily digested and absorbed) such as sesame, perilla, white millet, safflower and bites of white bread for small granivorous birds (picture 2).
Country wafers (picture 3) with cereals are traditional products available in a new shape.
Riga presented a combination of seed, seed mixtures and vegetables developed for medium-size parrots: *Mix Pappagalli Australia*.
The panorama of excellent extruded products by several companies also featured some new products: All Pet presented a new product for canaries, *Extro Fruit* (picture 4), specifically developed to guarantee the necessary nutritional elements for the health of these small finches.
Most companies presented high-quality food, with a broad offer capable to meet the needs of those owners who want to cuddle their birds. Exhibitors also offered quality products for breeders, who need less captivating food with other features: guaranteeing the correct diet of birds their life stages; easily fed and stored; convenient quality/price ratio.

NEW PRODUCTS. Among non-food new products, Bipler Group presented a parasiticide (picture 5) from *Men For San* line with neem extract (*Melia azadirachta*): the tree has been famous in India for over 5000 years. The whole tree can be used: fruit, leaves, seeds, roots, bark. The tree is also called "ill soother" or "health tree": the product can be applied to the nest or directly to the bird, since it does not have any contraindications.
The range of toys for parrots presented at the exhibition was broad and varied. This is the proof of the increasing importance of the psychological factor for parrots, as well their need of fun, not to mention that objects to nibble and climb on are perfect to relieve stress.
As passionate parrot breeder, I was extremely impressed by a toy for cockatoos by Trixie Italia: strong ropes made of vegetable fibres and coconut shells, which can be hanged in aviaries to entertain parrots and help them clean and sharpen their beak by nibbling the rope (picture 6).
Even though Zoomark International 2013 took place during such a critical period, exhibitors still offered a broad range of high-quality products, meeting the specific needs of most aviary and cage birds.

Come giochi per pappagalli l'offerta vista in fiera è stata molto buona e varia, cosa che conferma come sempre più si dia giustamente peso all'aspetto psicologico legato agli Psittaciformi, al loro bisogno di svago e al fatto che oggetti su cui arrampicarsi e da rosicchiare siano degli ottimi antistress.
Come appassionato allevatore di pappagalli, chi scrive è stato molto colpito da un gioco per cacatua proposto da Trixie Italia: forti corde di fibra vegetale e gusci di noci di cocco traforate da appendere nelle voliere per distrarre i pappagalli e dar loro modo di pulirsi bene il becco e di tenerlo ben affilato rosicchiando un po' (foto 6).
Insomma: sebbene questa edizione di Zoomark International si sia svolta nel bel mezzo della crisi, si è comunque vista una buona offerta di prodotti, spesso di ottima qualità, con un'ampia offerta per tutte le necessità specifiche di buona parte degli uccelli da gabbia e voliera comunemente allevati. ●

Piccoli mammiferi sotto i riflettori

In vetrina, alla manifestazione bolognese, il meglio per conigli, furetti, criceti & C.

di Dante Giannicolo

1

L'ultima edizione di Zoomark International indubbiamente è stata, per alcuni aspetti, diversa dalle precedenti, ma più che evidenziare la crisi economica generale, che non poteva non coinvolgere anche alcuni settori del pet, ha messo in luce i cambiamenti e le strategie che si stanno attuando per fronteggiare la crisi stessa e, contemporaneamente, rispondere alle mutevoli esigenze degli operatori. Cercheremo ora di porre l'accento su alcuni aspetti che sono apparsi particolarmente significativi visitando gli stand delle aziende impegnate nel campo dei piccoli mammiferi.

ATTENZIONE PER L'IGIENE. L'attenzione verso l'igiene e tutti i prodotti che aiutano il mantenimento in salute degli animali è senza dubbio aumentata, a partire dalle lettiere, sempre più "personalizzate" e studiate con componenti naturali, passando per i prodotti di cosmetica, fino ad arrivare agli antiparassitari veri e propri, che solo qualche anno fa erano principalmente dedicati a cani e gatti; una novità interessante è il panno guanto *PetShine* (foto 1) distribuito da Porrini, che lava e rinfresca il pelo di conigli, furetti e cavie avvalendosi di una composizione totalmente naturale a base di felce e proteine del grano e del riso.

2

Il fenomeno degli antiparassitari specifici deriva direttamente da una maggiore conoscenza degli aspetti medico-veterinari inerenti i piccoli animali, che sono stati notevolmente approfonditi dagli specialisti del settore.
In proposito, citiamo per esempio le fiale *Body Guard* di Fiory (foto 2), un composto completamente naturale e di libera vendita adatto per prevenire e contrastare nei roditori e nei conigli gli attacchi di pulci, zecche e zanzare, che ormai sono ospiti sgraditi presenti sia nelle nostre case, sia all'aperto per periodi sempre maggiori nell'arco dell'anno: non sono insomma più una minaccia solo estiva. E vale la pena di ricordare anche i prodotti cosmetici e antiparassiti proposti da Tewua (foto 3), che offre rimedi per cani e gatti, ma anche per la detersione delle parti delicate del coniglio come occhi, orecchie e pelo.

3

4

TRASPORTINI E PETTORINE. Un occhio al look non guasta mai, quindi anche la scelta di pettorine per conigli e furetti aumenta. Tra le tante proposte scegliamo, per esempio, le innovative pettorine *Nobby* per conigli o quelle *Aspen* per furetti (foto 4). Vario anche l'assortimento di trasportini ad hoc da utilizzare per portare l'animale in ferie, in viaggio e, soprattutto, dal veterinario per eventuali vaccini e visite di controllo: MPS ne esponeva di varie misure, così da poter offrire a tutti gli animali una soluzione adatta e sicura (foto 5).

DIMORE FISSE. Cresce anche la consapevolezza degli spazi idonei da offrire a ogni singola specie: tendono a scomparire le mini-dimore che di vantaggioso avevano solo il minor costo, e si fanno spazio gabbie di dimensioni adeguate, dotate (e dotabili) di tutti i comfort necessari e adatti all'animale che si è scelto come compagno di vita.
Basate sulle nuove specifiche conoscenze aumentano anche le strutture ideate in maniera ottimale; se per esempio anni fa era facile leggere "per conigli e porcellini d'India", o "per scoiattoli giapponesi e cincillà", oggi il mercato offre una soluzione personalizzata per

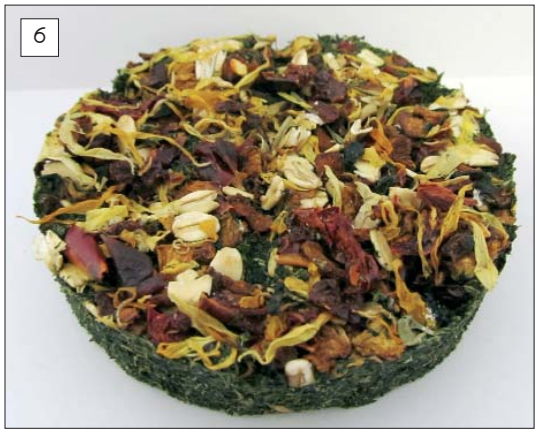
5

ognuno di loro, tenendo conto che le varie specie hanno esigenze di movimento e di disposizione degli spazi diverse. Anche gli accessori specifici differiscono, per esempio conigli e cavie si giovano della presenza di una griglia porta fieno, che evita lo spargimento dell'alimento per tutta la gabbia; i piccoli roditori come i criceti e i topolini amano molto dilettarsi con giochi e passatempi come tubi, ruote, altalene, tutti accessori visti per esempio nelle gabbie Voltregà.

FIENO E INTEGRATORI. In tema di alimentazione il focus va sicuramente posto sul fieno e sugli integratori, che rientrano un po' nel discorso della maggiore attenzione al benessere dell'animale, tenendo anche conto di eventuali convalescenze e particolari situazioni come per esempio la muta.

Il fieno ha aumentato fortemente la sua diffusione poiché è stato riconosciuto dagli esperti di tutto il mondo come alimento essenziale e spesso di base per conigli, cavie e cincillà.
Le ditte produttrici di food hanno recepito questo messaggio e, oltre, a continuare a produrre miscele alimentari sempre più naturali, hanno ampliato la loro scelta di tipologie di fieno pressato utilizzando vari aromi, dalla menta alla camomilla, per arricchirle e differenziarle.
Una menzione particolare sull'alimentazione dei piccoli mammiferi la merita l'innovativa *Pizza per Roditori* di Wenk Petfood (foto 6), mangime complementare sotto forma di snack vario e ricco, che stimola il movimento e la masticazione in cavie, conigli e tutti i piccoli roditori.

NIDI E MANGIATOIE PER ESTERNI. Infine, non si può non sottolineare l'aumentato interesse per gli animali che vivono vicino a noi, ma non sono propriamente nostri ospiti fissi, come per esempio i pipistrelli e gli scoiattoli e, esulando dai mammiferi, anche i tantissimi volatili presenti nelle nostre città e campagne.
A questo proposito alcune ditte produttrici di strutture hanno inserito nel campionario nidi e mangiatoie per esterni adatti a rendere più gradito il soggiorno di queste specie nelle vicinanze della nostra abitazione, non dimenticando che alcune di esse, come per esempio i pipistrelli, svolgono funzioni utili come il contrasto biologico alle zanzare e ai pappataci.
Questa cultura dei piccoli "supporti" per animali selvatici è diffusa da anni in altri Paesi europei, ma ora sta decisamente prendendo piede anche in Italia; in merito Bavicchi esponeva la *Bat Box* della linea *For Wildlife*, un nido appositamente concepito per questi animali. ●


6

ZOOMARK INTERNATIONAL

Small mammals in the spotlight

On show at the Bologna exhibition the best products for rabbits, ferrets, hamsters & co.

Zoomark International 2013 has been somehow different from the past years. Rather than underlining the general crisis, which of course also involved certain sectors of the pet market, the exhibition showed the changes and strategies to face the crisis and to meet the evolving needs of pet business people.
We are going to focus on certain significant aspects emerged after visiting the stands of companies dedicated to small mammals.

ATTENTION TO HYGIENE. The attention towards hygiene and products to preserve the health of pets has undoubtedly increased: starting from litter, which are customized and developed with natural ingredients, to real beauty products and parasiticides, which were once dedicated to cats and dogs only. *PetShine* glove towel (picture 1), distributed by Porrini, is an interesting innovation: it cleans and refreshes the fur of rabbits, ferrets and guinea pigs thanks to a completely natural mix made of fern, wheat and rice proteins.
The phenomenon of specific parasiticides is caused by a broader knowledge of medical-veterinarian aspects regarding small mammals, which have been thoroughly developed by the sector experts.
For example, *Body Guard* vials by Fiory (picture 2) are the natural and free sale compound suited to prevent and fight the attack of fleas, ticks and mosquitoes on rodents: these insects are unwanted hosts, present in house and outdoor for longer periods throughout the year. They are not only a summer threat anymore. Not to mention Tewua (picture 3), which offers beauty and parasiticidal products for cats and dogs, but also to clean the delicate areas of rabbits (eyes, ears and fur).

PET CARRIERS AND HARNESSES. A trendy look is always welcome. The choice of harnesses for rabbits and ferrets increases. Among the broad offer there are *Nobby* for rabbits or *Aspen* harnesses for ferrets (picture 4). There is a broad offer for specific pet carriers, to carry the pet on holiday or to veterinarian. MPS pet carriers were available in different sizes, in order to provide the safe and suitable solution for all rodents (picture 5).

CAGES. There is an increased awareness about the suitable space for each species: no more small-houses, welcome to cages equipped with the necessary comfort and suited for the pet.
The cages are now based on specific knowledge and they are specifically suited for rodents. A few years ago the products were always suited for more species ("for rabbits and guinea pigs", or "for Japanese squirrels and chinchillas"). Today the market offers specific solutions for each rodent: every species has specific needs of movements and space arrangement. Specific accessories are also different: rabbits and guinea pigs need a hay-holder grill, to avoid the spread of hay throughout the cage. Small rodents such as hamsters and mice like toys such as pipes, wheels, seesaw. These accessories were all available in Voltregà cages.

HAY AND SUPPLEMENT. As far as nutrition is concerned, we need to focus on hay and supplement: they are connected with the increased attention towards pet well-being, including special convalescence and situations such as moult.
Hay sale has strongly increased, since it is officially recognized as essential and basic food for rabbits, chinchillas and guinea pigs.
Food companies understood the trend: besides producing increasingly natural food mix, they broadened the choice of pressed hay with several flavouring agents (from mint to chamomile), to vary and supplement the range.
Pizza for Rodents by Wenk Petfood (picture 6) deserves special attention: it is the complementary, varied and rich snack, which stimulates movement and chewing of guinea pigs, rabbits and other small rodents.

OUTDOOR NESTS AND FEEDERS. Last but not the least, the interest towards pets living near us has increased: bats and squirrels, but also plenty of birds living in town and countryside.
That is why some companies now offer outdoor nests and feeders, dedicated to those species living near the house. It is important to remember that some of these animals are extremely useful: for example, bats fight mosquitoes and sandflies.
The culture of small products for wild animals is quite common in other European countries: it is now spreading in Italy as well. Bavicchi *Bat Box* from *For Wildlife* ling is worth mentioning: it is a nest specifically developed for these pets.

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

INDAGINI DI MERCATO

MARKET RESEARCH

ZOOMARK INTERNATIONAL

PETSHOP, OLTRE IL FOOD

Il non food incide in media per il 34% sulle vendite totali del petshop. Guinzagli, lettiere e abbigliamento sono gli articoli più richiesti: conta il prezzo, ma soprattutto la qualità

Cosa vendono prevalentemente i petshop? Alla domanda risponde il Rapporto *ASSALCO – ZOOMARK 2013 sull'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia*, realizzato da Assalco e Zoomark International, in collaborazione con SymphonyIRI e ANMVI, che ha eseguito l'indagine intervistando un campione rappresentativo di negozi specializzati.

Nello scorso numero di Vimax Magazine *(n. 6, pag. 22)* abbiamo già iniziato a esporre la prima parte dell'indagine: in Italia i petshop sono soprattutto di tipo tradizionale, gestiti da un singolo titolare o a conduzione familiare, vi si vendono accessori e alimenti e, soprattutto, i clienti li scelgono perché cercano un professionista serio e competente a cui chiedere consiglio. Secondo il *Rapporto ASSALCO – ZOOMARK 2013*, il petshop rappresenta tuttora il format principale dell'intero canale specializzato, pur nelle difficili condizioni economiche degli ultimi anni e con la forte concorrenza sempre più attiva della grande distribuzione. Sono state delineate da un lato, le caratteristiche strutturali e funzionali dei negozi presenti sul territorio assieme al profilo dei loro titolari e, dall'altro, le caratteristiche dei clienti dal punto di vista dei negozianti stessi.

In questo numero di Vimax Magazine, intendiamo presentare la seconda parte dell'indagine, che si focalizza soprattutto sulla categoria non food.

L'OFFERTA DEL PETSHOP. L'offerta di prodotti per cani e gatti -

PETSHOP – BEYOND PET FOOD

Non food products account for 34% of all sales in the Italian pet shops on average. Leashes, cat litter and clothing are the best sellers in the specialised retail: price matters and quality even more so

What do the specialised stores sell most? The answer can be found in the *ASSALCO – ZOOMARK 2013 Report on the Feeding and Care of Pets*, which Assalco and Zoomark International developed in collaboration with SymphonyIRI and ANMVI. The survey involved a representative panel of Italian pet shops.

In the last issue of *Vimax Magazine* (see page 22 - June issue) we reported about the first part of the research on pet shops: in Italy the specialised stores are mainly traditional pet shops, run by one owner or the members of one family; they sell pet food and accessories and customers choose them because they look for serious and competent advice. According to the Report, the pet shop is still the leading retail format in the specialised channel, despite the hard economic times and the strong and increasing competition of the grocery stores. On the one hand, the report depicted the structural and functional qualities of the Italian pet shops and outlined the profile of the shop owners; on the other, it described the features of the customers from the retailers' point of view.

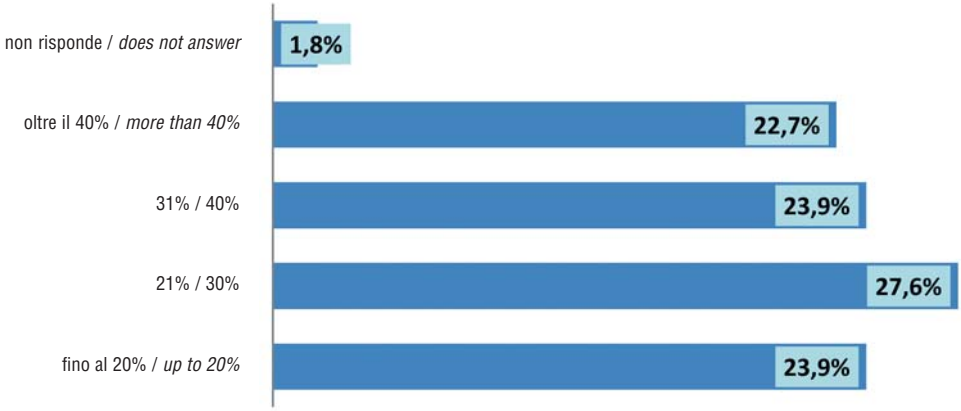
In this issue, we report about the second part of the survey, which focuses on non food products sales.

WHAT THE PET SHOP SELLS. Sales of dog and cat products – the best sellers – amount to 77.5% of the turnover. Those products are available basically in all the pet shops analysed (99.3% sell dog products and 98% cat products) though also supplies for other pets are quite popular: around 80% of the pet shops sell small mammal products, 74.9% bird products, 66.5% aquarium products.

Non food products are sold in 97.4% of the interviewed panel and account for 34% of all sales on average, with a peak in Southern Italy and in the youngest shops.

In general, the highest share of specialised retailers, i.e. 27.6%, states that the non food segment accounts for an income ranging from

Incidenza dei prodotti non food sul totale delle vendite del pv
Share of non food products sales in the pet shop



Base: 499 rispondenti su campione di 590 intervistati
Panel: 499 pet shops answering over a panel of 590 interviewed

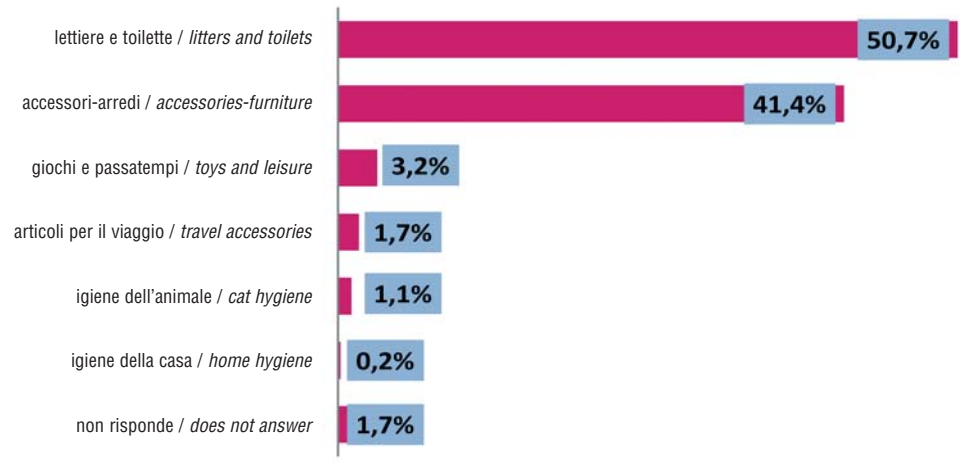
i più venduti, costituiscono il 77,5% delle vendite - è presente praticamente in tutti i petshop oggetto del campione d'indagine (99,3% per i prodotti cane e 98% per i prodotti gatto), ma anche quelli per altri animali sono largamente trattati: per i piccoli animali dall'80% circa dei punti vendita, per uccelli dal 74,9%, per acquariologia dal 66,5%.
L'offerta di prodotti non food è presente nel 97,4% dei negozi e incide in media per il 34% sulle vendite totali, con punte superiori al Sud e nelle attività aperte più recentemente.
In generale, la quota maggiore di negozi, pari al 27,6%, dichiara che il segmento non food rappresenta tra il 21% e il 30% del fatturato complessivo, mentre per il 22,7% rappresenta oltre il 40% delle vendite e per il 23,9% si riduce a una quota inferiore al 20%.

PER I CANI SOPRATTUTTO GUINZAGLI. Gli articoli non food più venduti (oltre il 50%) sono dedicati ai cani per almeno un esercizio su tre, mentre per oltre il 65% dei negozianti gli articoli non food rivolti ai gatti variano dall'11% al 25%.
Per i cani, i prodotti più richiesti sono, per il 43,6% la guinzaglieria, seguita dall'abbigliamento per il 28%, da accessori e arredi per il 17%, da cucce e trasportini (6,3%), da articoli per l'igiene e la cosmesi (1%) e, infine, da prodotti per il viaggio (0,4%).
Per quanto riguarda gli articoli di abbigliamento, paiono dedicati soprattutto a cani di taglia piccola e toys.
In generale, il prezzo riveste una rilevante importanza tra i vari criteri di acquisto (77,3%), ma anche praticità (71,5%), qualità dei materiali (55,4%) e funzionalità (51,9%) raccolgono quote percentuali elevate e hanno quindi una notevole influenza nel determinare la scelta d'acquisto.

Tipologie di articoli non food più vendute
Best selling non food products

PER I GATTI AL PRIMO POSTO C'È LA LETTIERA. Se consideriamo invece i prodotti non food esclusivamente dedicati ai gatti, si evidenzia subito una minore presenza nel petshop e, di conseguenza, una minor incidenza sul fatturato, ma anche una netta prevalenza di due specifiche tipologie di articoli: lettiere e toilette da un lato, accessori e arredi dall'altro.

Tipologie di articoli non food più vendute
Best selling non food products



21% to 30% of the total turnover, but for 22.7% it accounts for more than 40% and for 23.9% it is lower than 20%.

FOR DOGS ESPECIALLY LEASHES. The best selling non food products (over 50%) are designed for dogs in at least one shop out of three, whereas 65% of the specialised retailers say that cat non food supplies account for 11% to 25% of total sales.
The most sold dog product is the leash for 43.6% of the retailers interviewed, followed by clothes for 28%, accessories for 17%, crates and carriers for 6.3%, care and beauty products for 1% and travel products for 0.4%.
Dog clothes are mainly designed for small and toy breeds.
In general, price is the basic factor that determines how the product is selected (77.3%), though also convenience (71.5%), quality (55.4%) and functionality (51.9%) are considered quite important and contribute to the product choice.

LITTER IS THE BEST SELLER FOR CATS. In the field of cat non food products, pet shops carry a lower number of products and consequently record a lower turnover. Two are the main product groups: cat litters and accessories.
Cat litters and related products are the most sold supplies for

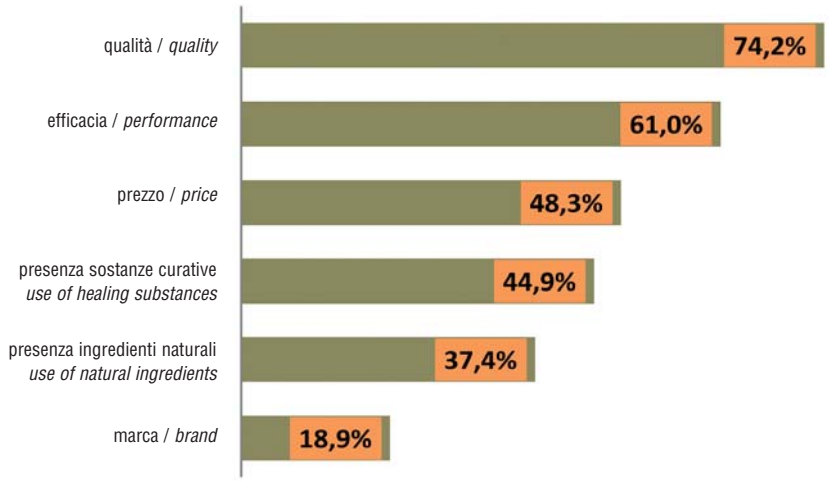
Lettiere e toilette sono indicate come articoli più venduti dal 50,7% del campione intervistato, accessori e arredi dal 41,4%. Molto più distanziate seguono le categorie dei giochi e passatempi (3,2%), articoli da viaggio (1,7%), igiene dell'animale (1,1%) e igiene della casa (0,2%).

QUANTO CONTA LA QUALITÀ. Tendenzialmente, le vendite di prodotti non food vengono ritenute piuttosto stagionali, in particolare per categorie come l'abbigliamento, che in molti casi rappresenta un segmento significativo nel periodo invernale, mentre altri comparti sono maggiormente influenzati da aspetti diversi.
In riferimento per esempio alla guinzaglieria, è la qualità dei materiali che più incide sulla scelta del cliente, seguita dalla resistenza e dal fattore prezzo.
Anche per il segmento igiene e cosmesi, l'aspetto più influente nell'acquisto non è il prezzo, che si piazza al terzo posto (48,3%), ma quello relativo alla qualità (74,2%), seguito dall'efficacia (61%), quindi dalla presenza di sostanze curative (44,9%) e di ingredienti naturali (37,4%).

50.7% of the interviewed retailers whereas accessories for 41.4%. Toys are quite far (3.2%), travel accessories (1.7%), care products (1.1%) and home cleaning products (0.2%).

HOW MUCH DOES QUALITY COST? On average, non food supplies sales are quite seasonal, especially for clothing, which is a good seller in the winter, whereas sales of other products are influenced by other factors.
For instance, sales of leashes are influenced by the quality of the materials, followed by resistance and price.
Also in the care and beauty segment price is not the most influent factor – it is indeed the third (48.3%) – but quality (74.2%), followed by efficiency (61%); further factors of interest are the healing properties (44.9%) and natural materials (37.4%).

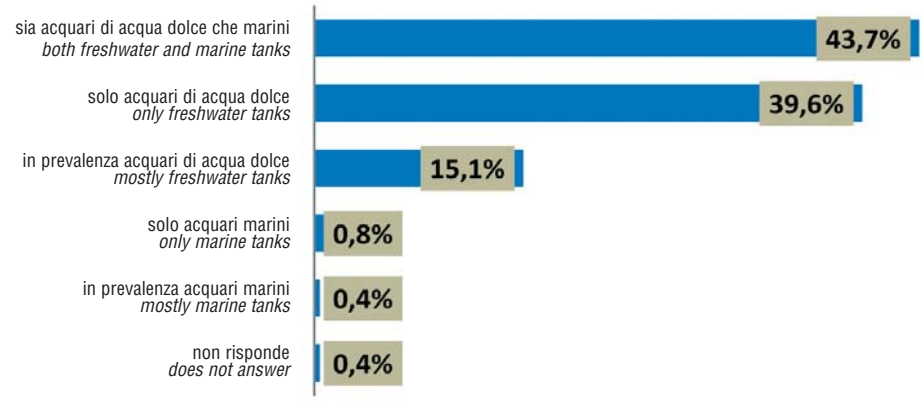
Aspetti considerati al momento dell'acquisto
Purchase drivers



UN MONDO A PARTE: GLI ACQUARI. Tra il campione intervistato, circa il 40% dei petshop tratta acquari e, tra questi, il 37,1% lo fa in via esclusiva.
Le due tipologie di acquari, quelli di acqua marina e di acqua dolce, vengono trattati in egual misura dal 43,7% dei petshop, mentre il 39,6% propone solo quelli di acqua dolce e una quota minima (lo 0,8%) ha solo quelli marini.
I negozianti intervistati riscontrano una tendenza recente, forse da correlarsi all'attuale situazione economica, all'acquisto di piccoli acquari preformati piuttosto che grandi vasche personalizzate.
La richiesta è soprattutto per acquari di medie dimensioni, da 30

A WORLD APART: AQUARIUMS. The panel interviewed included about 40% of shops dealing in aquarium-related products; 37.1% of them sold only that kind of products.
The two main aquarium categories, marine and freshwater, are treated in the same way by 43.7% of the pet shops whereas 39.6% sells only freshwater tanks and a minimum share (0.8%) only marine tanks.
The retailers interviewed underline a recent trend, which can be related to the economic situation, towards small, fully equipped tanks rather than large and customised aquariums. Customers demand mostly medium size aquariums – between 30 and 60 l – that represent almost half of the tanks sold in the last year.
Generally speaking, both the exclusive pet shops and the

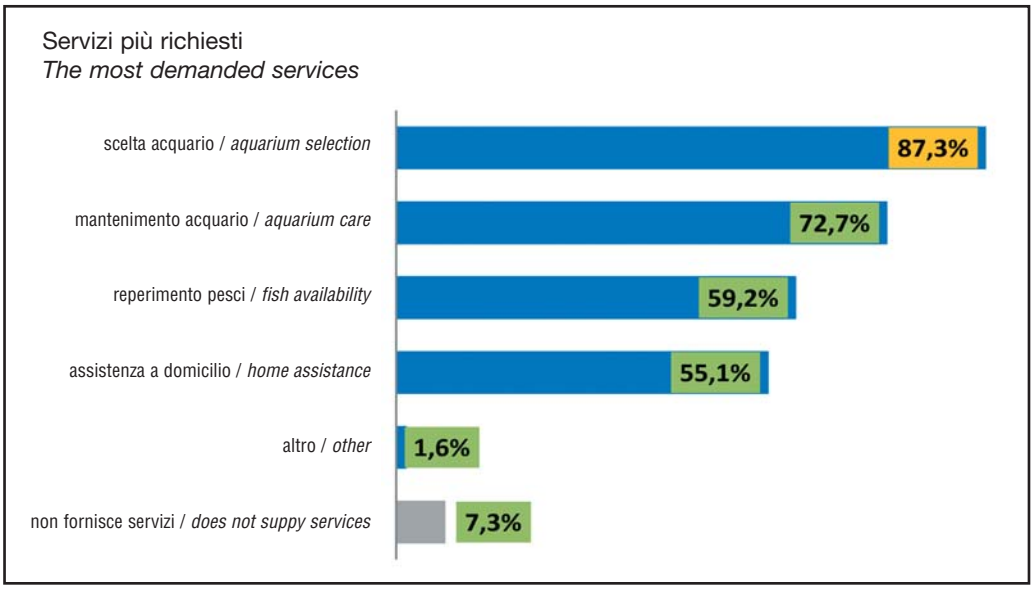
Tipologie di acquari trattati
Kind of aquariums carried



a 60 l, che rappresentano quasi la metà del totale di quelli venduti nell'ultimo anno.
In generale, comunque, sia i negozi esclusivi, sia quelli non esclusivi, rilevano una diminuzione del numero delle vendite di acquari negli ultimi 2 o 3 anni, come pure della loro capacita media.

IL PREZZO: PRIMO CRITERIO DI ACQUISTO. Il criterio guida per ogni tipo di acquisto è prima di tutto di carattere economico (80%), ma permangono anche altri aspetti più tradizionalmente legati agli appassionati e alla componente estetica tipica di questa tipologia di prodotti, come il design (75,5%).
Peraltro, tutte le novità di rilievo importanti per il settore si riferiscono ai contenuti tecnologici, in particolare l'utilizzo di led per l'illuminazione degli acquari, che ha introdotto il fattore risparmio energetico senza modificare la temperatura dell'acqua, ma anche i nano acquari, i biocondizionatori e i sistemi elettronici.

MOLTO RICHIESTI I SERVIZI DI CONSULENZA. Secondo la stragrande maggioranza dei petshop intervistati, uno stretto rapporto di consulenza e assistenza con la clientela è di fondamentale importanza per l'acquariologia e, nel caso dei negozi esclusivi, la consulenza si estende in misura importante anche all'assistenza a domicilio.
Il servizio più richiesto appare quello della consulenza nella scelta dell'acquario (87,3%), poi per il suo mantenimento (72,7%) e per il reperimento dei pesci (59,2%), quindi l'assistenza a domicilio (55,1%).



In ogni caso, i servizi vengono tendenzialmente offerti dal petshop su base continua e la richiesta casuale od occasionale è molto rara, il che indica come il settore sia seguito prevalentemente da appassionati e acquariofili piuttosto che da utenti casuali e temporanei.

TUTTI I DATI SUL SITO VIMAXMAGAZINE.IT. Sono queste le principali indicazioni emerse dall'indagine e relative alle vendite del settore non food del petshop e al comparto dell'acquariologia.
Il *Rapporto ASSALCO – ZOOMARK 2013 sull'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia*, è stato presentato nella giornata inaugurale di Zoomark International 2013 a BolognaFiere ed è ora consultabile nella sua versione completa direttamente sul nostro sito internet: *www.vimaxmagazine.it*

non exclusive ones, confirm a decrease in the sales of tanks and their sizes in the last 2 or 3 years.

PRICE: THE FIRST PURCHASING FACTOR. What guides purchase is first of all the economic factor (80%) though further aspects are related to the passion and aesthetic involvement that those products produce, like the design (75.5%).
Indeed, all the main new products in the aquarium segment are based on technologic innovation, in particular LED lighting systems, which ensure good energy saving without modifying water temperature, or nano tanks, bioconditioners and electronic systems.

CONSULTANCY IS MUCH DEMANDED. According to the large majority of the pet shops interviewed, consultancy and customer assistance are fundamental for the aquarium hobbyist and, in the case of exclusive shops, the consultancy is extended also to home assistance.
The most demanded service is the help in the choice of the tank (87.3%), followed by the advice on maintenance matters (72.7%) and fish selection (59.25) as well as home assistance (55.1%).
Pet shops offer their services steadily and occasional requests are very rare: this means that the market is characterized mainly by real pet lovers and aquariumists rather than random and temporary customers.

ALL INFORMATION IN VIMAXMAGAZINE.IT. This was just the basic information regarding the research on non food supplies sales in the pet shop and the specific aquarium stores.
The *Report ASSALCO – ZOOMARK 2013* was presented on the first day of Zoomark International 2013 and is available in our website: *www.vimaxmagazine.it*

in collaborazione con / *in collaboration with:*

SymphonyIRI Group Insight. Innovation. Impact.

A.N.M.V.I. ASSOCIAZIONE NAZIONALE MEDICI VETERINARI ITALIANI

EUROMONITOR INTERNATIONAL

INDAGINI DI MERCATO

MARKET RESEARCH

VIMAX Pet Trade Service

INCERTEZZA E CAUTO OTTIMISMO

di Paula Flores Direttore del settore Pet Care per Euromonitor International

Mercati a confronto: mentre nell'Eurozona la ripresa resta un'incognita, si prevede una buona crescita per il Nord America e i paesi dell'Est

In Europa e nel mondo, il settore del pet si sta muovendo in modo non omogeneo: ci sono mercati che iniziano a comprimersi e altri che mostrano risultati più positivi. Un'analisi approfondita è stata eseguita da Euromonitor International, il prestigioso istituto di ricerca londinese che – nell'ambito della collaborazione con Vimax Magazine - ha presentato un approfondimento su questi mercati, mettendo in evidenza le opportunità che si prospettano per il settore.

La nuova ricerca Euromonitor sul settore Pet Care ha ben evidenziato le due principali (seppur contrastanti) correnti di pensiero dei consumatori di tutto il mondo, ossia: incertezza e cauto ottimismo. Osservando le regioni più sviluppate il Nord America presenta segni di ripresa, grazie alle migliori prospettive economiche tra la fine del 2012 e l'inizio del 2013. La ripresa è in parte evidente anche in seguito alla riduzione del tasso di disoccupazione negli Stati Uniti ai minimi storici da dicembre 2008. Al contrario, nell'Eurozona continua a prevalere un ottimismo economico debole e frammentario.

EUROPA

Per quel che riguarda il settore pet care, il mercato britannico, quello francese e olandese sono riusciti a rimanere a galla e a tenere a bada il pessimismo. Questa situazione si riflette nella crescita a valore del 2% sul biennio 2012/2013 nel Regno Unito, seguito da Francia e Olanda che si fermano all'1%. La situazione è verosimilmente meno positiva in Spagna, Grecia, Irlanda e Italia, dove i consumatori hanno sentito la morsa della crisi e hanno risposto tagliando le spese. Una rivelazione è l'aumento delle private label (marche private), che si confermano all'11% a livello mondiale, ma che hanno subito un forte incremento nel cibo per cani e gatti in Spagna (ad esempio), con un aumento dal 22% nel 2008 al 28% nel 2013, e in Grecia, dal 15% al 20%. Si tratta di un chiaro segno di come le circostanze economiche abbiano effetto sull'approccio dei consumatori verso il cibo per animali da compagnia.

L'Europa orientale invece fa presagire un miglior andamento per il 2013, con una crescita di oltre il 2% in valore per quasi tutti i suoi mercati. Al centro di questo trend positivo c'è la Russia, il mercato più grande della regione, che registra oltre il 55% di vendite del settore in Europa Orientale. Secondo le previsioni per il 2013, la Russia registrerà una crescita del 7% in valore, la più alta della regione. Questa performance significativa è collegata all'aumento della parte di popolazione benestante che vizia il proprio animale da compagnia con prodotti premium: il trend è sostenuto sia da un aumento del livello di reddito disponibile che da una crescita della popolazione pet. Il boom del settore pet in Russia rimane comunque un fenomeno urbano, in cui i gatti sono l'animale preferito poiché gli abitanti delle città attri-

UNCERTAINTY AND CAUTIOUS OPTIMISM

Paula Flores Head of Pet Care at Euromonitor International

Market comparison: while in the Eurozone recovery is uncertain, North America and Eastern countries are expected to post good growth

In Europe and all over the world, the sector of pet products and supplies is not uniform. Some markets start to shrink, while other show positive results. Euromonitor International, the famous research institute from London, carried out a detailed survey within the collaboration with Vimax Magazine. The survey presented a panorama of these markets, with highlights on the future chances for the sector.

Euromonitor's new edition of Pet Care research does much to highlight the two prevailing yet contrasting camps of consumer sentiment across the world, namely, uncertainty and cautious optimism. Looking at the most established regions, while North America is showing signs of recovery, fuelled by stronger economic prospects in late 2012 and early 2013, seen in part through the US unemployment rate declining to its lowest level since December 2008, the EuroZone by contrast, continues to see economic optimism as weak and fragmented.

EUROPE

In pet care terms, the UK, French and Dutch markets have managed to stay afloat and keep pessimism at bay. This is reflected in the 2% value growth reported over 2012/2013 in the UK, while France and the Netherlands follow with 1%. The story is somewhat predictably less positive in the likes of Spain, Greece, Ireland and Italy, where consumers have felt the pinch and have responded by cutting their spending. A revealing sign is the increase in private label, which globally remains at 11% but which has posted strong increases in dog and cat food in Spain for example, with its share growing from 22% in 2008 to 28% in 2013, and from 15% to 20% in Greece, clearly showing how economic circumstances are affecting consumers' approach to pet food.

Eastern Europe, in contrast, is anticipated a brighter outlook for 2013, with most of its markets posting more than 2% value growth. Central to this positive performance has been Russia, the region's largest market which accounts for over 55% of pet care sales in Eastern Europe, and expected to experience 7% value growth in 2013, the strongest in the region.

This robust performance is related to affluent Russians increasingly pampering their pets with premium items, a trend underpinned by both rising levels of disposable income as well as growth in the pet population. Russia's pet boom still remains something of an urban phenomenon however, with cats very much the preferred pet, many urbanites regarding them as calming and even therapeutic creatures, reflected in 37% of households owning a cat in 2013, up from 33% in 2008.

buiscono loro un effetto calmante e addirittura terapeutico: la presenza di gatti come animali da compagnia è balzata dal 33% nel 2008 al 37% nel 2013.

ASIA

Ancora più a est, in alcuni importanti mercati emergenti, c'è stata una lenta crescita delle vendite nel settore pet care, soprattutto in Cina e India. In Cina la crescita reale del PIL è stata più bassa del previsto, con il 7,9% nel primo trimestre del 2013. Secondo le previsioni, la crescita continuerà a essere rallentata poiché l'economia tenderà a riallinearsi verso il consumo domestico. Per quanto riguarda il settore pet care, al centro della crescita continueranno a esserci prodotti come cucce, vestiti e accessori. In Cina, oltre il 50% delle vendite nel settore sono rappresentate da prodotti no-food, a dimostrazione del fatto che i consumatori adorano viziare i propri animali. L'elevata percentuale di coppie con figlio unico (oltre il 60% delle famiglie) e l'aumento delle famiglie con doppio reddito ma nessun figlio ha sostenuto il trend dell'aumento dell'umanizzazione degli animali da compagnia, e di conseguenza anche l'aumento delle spese a loro dedicate.

AMERICA LATINA

In termini economici, secondo le previsioni il Brasile rafforzerà la sua crescita economica nel 2013, rispetto allo 0,9% registrato nel 2012. Tuttavia, le previsioni di crescita reale del PIL brasiliano si attestano al 3,2%, cioè al di sotto della media degli altri mercati emergenti nel 2013. Scarse infrastrutture, elevata tassazione e mancanza di competenza contribuiscono a intralciare la crescita. Per quel che riguarda gli animali da compagnia, i consumatori brasiliani finora resistono ai tagli e gli animali sono viziati più che mai. Possedendo la seconda più alta popolazione canina al mondo, le crocchette e i prodotti no-food sono due delle categorie a registrare la maggiore crescita nel 2013.

L'America Latina rimane quindi la regione con una crescita più veloce, con un aumento previsto delle vendite a valore pari al 7% nel 2013.

MEDIO ORIENTE E AFRICA

Il mercato Sudafricano rimane il più vasto nella regione Medio Oriente e Africa, con un valore pari a 602 milioni di dollari nel 2013, sebbene i tassi di crescita stiano rallentando a causa dell'incertezza economica. Secondo le previsioni, l'Egitto registrerà la crescita più alta (11%) per l'aumento dei consumatori benestanti che umanizzano i propri animali e comprendono i vantaggi di una dieta bilanciata per la salute. L'Arabia Saudita guida la classifica per quanto riguarda la crescita nel settore dei prodotti, grazie a un elevato numero di espatriati presenti nel paese e grazie ai consumatori benestanti che viziano i propri animali. Gli Emirati Arabi Uniti rimangono prevalentemente un mercato per gatti piuttosto che per cani, a causa delle tradizioni islamiche e delle regole che proibiscono la presenza di cani negli edifici. Ciononostante i cani sono popolari tra gli espatriati occidentali, fattore che contribuisce alla crescita di questa categoria. La categoria è in crescita grazie all'immigrazione sponsorizzata dal governo e rappresenta uno dei settori economicamente più forti della regione.

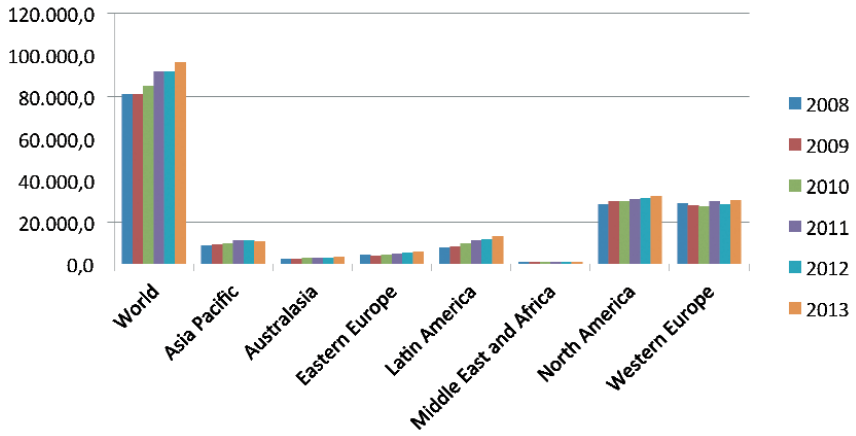
DALL'INCERTEZZA AL CAUTO OTTIMISMO

Sebbene ci sia grande incertezza, specialmente nel maturo mercato

Dimensioni del mercato – storico – valori di vendita al dettaglio prezzi correnti - tasso di cambio anno su anno

Market sizes – historic/forecast - retail value rsp – current prices - year on year 2013 Exchanges Rates

Milioni di Dollari US$ mn	2008	2009	2010	2011	2012	2013
World	80.957,0	81.351,3	85.180,6	91.907,1	92.190,4	96.607,5
Asia Pacific	8.480,1	9.292,3	9.916,2	10.975,8	11.282,2	10.588,4
Australasia	2.129,8	2.102,5	2.565,7	2.939,6	3.044,5	3.218,2
Eastern Europe	4.218,5	3.767,8	4.267,9	4.912,8	5.098,9	5.806,5
Latin America	7.973,1	8.055,4	9.931,3	11.353,0	11.762,2	13.344,0
Middle East and Africa	711,2	737,2	877,1	962,7	952,1	985,4
North America	28.489,5	29.704,9	30.087,8	31.070,2	31.453,0	32.336,3
Western Europe	28.954,9	27.691,2	27.534,4	29.693,1	28.597,5	30.328,6



Fonte: stime Euromonitor International
Source: Euromonitor International estimates level

ASIA

Further east, some large emerging markets have seen pet care sales growth slow, most notably China and India. China reported lower-than-expected real GDP growth of 7.9% in the first quarter of 2013, and slower growth is expected to continue as the economy rebalances towards domestic consumption. In pet care terms, the growth centre continues to be pet products, most notably other pet products which include products such as baskets, clothing and accessories. Indeed, over 50% of pet care sales in China are accounted for by other pet products, indicating that Chinese consumers really love to indulge their pets.

The high proportion of couples with only one child (over 60% of all households) as well as the rise in DINK (double income no kids) households has underpinned this trend towards greater humanisation of pets and with it higher expenditure.

LATIN AMERICA

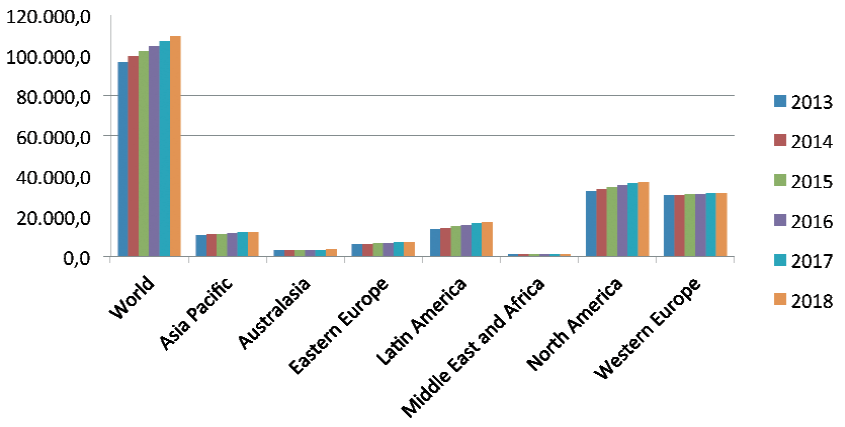
In economic terms, Brazil is expected to see economic growth strengthen in 2013 from the dismal 0.9% registered in 2012. However, projected real GDP growth of 3.2% remains below the average for emerging markets in 2013. Poor infrastructure, high taxes and skill shortages are all set to hamper growth. As far as pets are concerned, Brazilian consumers have so far resisted making

dell'Europa occidentale, i proprietari di animali da compagnia sembrano comunque intenzionati a continuare a coccolare i loro beniamini, anche se con più moderazione. Secondo le previsioni, la ripresa economica nell'Eurozona rimarrà un'incognita, mentre nell'Europa dell'Est, guidata da Russia e Polonia, si prevede una buona crescita fino al 2018. In base a queste considerazioni, il Nord America probabilmente guiderà la classifica in termini di generazione di crescita a valore nel medio termine: nel settore pet care, pet food e accessori la regione registrerà la crescita assoluta più alta, con rispettivamente 4,5 miliardi, 3,9 miliardi e 798 milioni di dollari.

Dimensioni del mercato – storico/previsione – valori di vendita al dettaglio prezzo costante 2013 - tasso di cambio fisso 2013

Market sizes – historic/forecast - retail value rsp – constant 2013 prices - fixed 2013 Exchanges Rates

Milioni di Dollari US$ mn	2013	2014	2015	2016	2017	2018
World	96.607,5	99.483,7	101.936,5	104.485,6	107.019,6	109.640,5
Asia Pacific	10.588,4	10.868,7	11.162,1	11.467,3	11.792,6	12.146,1
Australasia	3.218,2	3.238,0	3.259,0	3.280,9	3.304,3	3.328,3
Eastern Europe	5.806,5	6.107,4	6.397,1	6.681,8	6.959,6	7.218,9
Latin America	13.344,0	14.200,4	14.916,3	15.671,5	16.415,2	17.138,7
Middle East and Africa	985,4	1.023,6	1.058,2	1.091,5	1.122,5	1.152,3
North America	32.336,3	33.495,8	34.370,7	35.254,9	36.124,5	37.079,6
Western Europe	30.328,6	30.549,8	30.773,2	31.037,8	31.300,9	31.576,4



Fonte: stime Euromonitor International
Source: Euromonitor International estimates level

L'America Latina, seppur con una minore crescita rispetto al passato, sarà la seconda regione per velocità di crescita, con un guadagno reale di circa 3,8 miliardi di dollari previsto tra il 2013 e il 2018 nel settore pet care. La regione quindi acquista un forte potenziale con la crescita dell'umanizzazione e con l'aumento del reddito disponibile. La regione dell'Asia-Pacifico guadagnerà il secondo posto, dietro il Nord America, nel settore dei prodotti no-food, con 747 milioni di dollari guadagnati nello stesso intervallo di tempo.

Anche se il mercato mondiale del settore pet care ha trascorso tempi difficili, le prospettive a medio termine sembrano nuovamente dirigersi verso un cauto ottimismo, e i consumatori continueranno a occuparsi dei loro beniamini di conseguenza.

cutbacks and pets are being pampered more than ever. Having the world's second largest dog population, other pet products and dog treats are two of the fastest growing categories in 2013. Latin America thus remains the fastest growing region, with an expected 7% rise in value sales over the course of 2013.

THE MIDDLE EAST AND AFRICA

The South African market remains the largest in the Middle East and Africa region, worth some US$602 million in 2013, although growth rates are slowing due to economic uncertainty. Egypt is expected to post the strongest growth (11%) as affluent consumers are increasingly humanising pets and realising the health benefits associated with a balanced diet. Saudi Arabia leads in terms of growth in pet products due to a high number of expats living in the country as well as affluent consumers pampering their pets. The United Arab Emirates largely remains a cat rather than a dog market due to Islamic tradition as well as tough rules forbidding dogs in buildings. Nevertheless, dogs are popular among Western expats, a factor which is also driving growth in the category, especially as this grouping is growing due to further government sponsored immigration and also represents some of the most economically strong in the region.

FROM ECONOMIC UNCERTAINTY TO CAUTIOUS OPTIMISM

Although there is plenty of uncertainty, particularly in the more mature Western European markets' pet parents' appear to be willing to continue lavishing their charges, albeit at a more moderate rate. In the Eurozone the economic recovery is expected to remain something of a 'wild card' whereas Eastern Europe driven by Russia and Poland are expected to post good growth till 2018. That said, North America will likely dominate in terms of value growth generation over the medium term, in fact, in pet care, pet food and pet products, the region is expected to achieve the strongest absolute growth of US$4.7 billion, US$3.9 billion and US$798 million, respectively. Latin America, albeit with a more moderate growth than previously, is set to be the second fastest growing region, with around a US$3.8 billion real gain expected over 2013-2018 in pet care.

The region thus entails strong potential as humanisation gathers pace and disposable incomes keep on rising. Asia Pacific will rank second, behind North America, in pet products, with US$747 million gained over the same period.

While the world pet care market has experienced some tough times, the medium term outlook would appear to returning once more to prevailing cautious optimism and will consumers continue to indulge their pets as a consequence.

DESIGN: OFICINAGRAFICA.IT

NUOVA APERTURA PRESTIGE

FACILE AL MASSIMO LIVELLO: BASTA SOLO UNA MANO!

TRASPORTINI SKUDO IATA PRESTIGE

La novità della nuova proposta MPS è l'**innovativa porta** che adesso si può aprire **anche in alto**. Oltre a rispettare i **requisiti IATA**, la porta Prestige unisce la robustezza alla facilità d'uso e la sicurezza con la possibilità di apertura e di carico in **ogni circostanza**, grazie alla **doppia apertura** sia laterale che verso l'alto. La gamma di **trasportini Skudo Prestige** è sempre disponibile in 6 misure differenti.

Trasportini Skudo Prestige, con una sola mano ora **si aprono anche in alto**!

MPS

ITALIAN PET PRODUCTS

Creazzo (VI) Italy - Via Zambon 17 | phone +39 0444 572.190 r.a. - fax +39 0444 370.902 | www.mpsitalia.it

i mercati

ABOUT MARKETS

EUROMONITOR INTERNATIONAL

fonte/*source*: Euromonitor International

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 at regional and global level.*

IL MERCATO DEI PRODOTTI PER ANIMALI DA COMPAGNIA IN TURCHIA

IN CRESCITA ALIMENTI E ACCESSORI. Grazie alla crescente urbanizzazione e all'aumento dei single, in Turchia aumenta anche il numero di persone che possiedono un animale da compagnia.
Inoltre, con la salita del reddito disponibile, si assiste a uno spostamento delle abitudini di alimentazione degli animali, passando da avanzi di cucina a cibi preparati: ecco perché, nel 2011. il mercato del petfood e degli accessori per pet registra un incremento a valore e volume che continua anche nel 2012.
Dato che le fluttuazioni nei cambi e il crescente costo delle materie prime concorrono alla lievitazione dei prezzi al dettaglio, sono le vendite a valore ad aumentare di più rispetto ai volumi.

VENDITE VIA INTERNET E FORUM DIVENTANO IMPORTANTI. In Turchia, con la diffusione dei computer e della connessione internet, un numero sempre maggiore di persone acquista on line pet food e altri prodotti per animali da compagnia: siccome non è facile trovare diversi marchi e prodotti nelle città più piccole, i siti di vendita sono una buona alternativa che, per di più, garantisce il recapito a domicilio in tutto il Paese, soprattutto quando si tratta di confezioni pesanti.
Inoltre, grazie ai forum dei consumatori, è possibile leggere i commenti di altri utenti riguardo a vari articoli, così da scegliere in modo più oculato.

LE MULTINAZIONALI GUIDANO IL MERCATO, I PRODUTTORI LOCALI GUADAGNANO TERRENO. Nel 2011, Anadolu Akvaryum (Spectrum Brands Inc) guida il mercato turco del pet care a valore: un risultato che deriva principalmente dalle vendite del popolare marchio di alimenti di qualità per pesci Tetra.
L'azienda è presente anche sul mercato dei prodotti per cani e gatti, ma è sicuramente grazie al prezzo unitario particolarmente elevato degli alimenti per pesci che detiene il primato a valore.

Dimensioni del mercato – storico – valori di vendita al dettaglio
valori a prezzi correnti - tasso di cambio fisso 2013

Market sizes - historic - retail value rsp – value at current prices - fixed 2013 Exchanges Rates

Milioni di Dollari US$ mn	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Alimenti per animali *Pet food*	261,5	265,8	262,8	263,2	275,7	291,4
Alimenti per gatti *Cat food*	47,9	54,4	59,8	66,1	76,5	86,3
Alimenti per cani *Dog food*	47,0	53,7	61,3	69,8	84,1	98,2
Alimenti per altri animali *Other pet food*	166,6	157,7	141,7	127,3	115,1	106,9
Prodotti per la cura e accessori *Pet care products*	16,5	18,6	20,7	22,8	25,3	28,0
Alimenti, cura e accessori ***Pet food and pet care products***	**278,0**	**284,4**	**283,5**	**286,0**	**301,0**	**319,4**

Fonte: stime Euromonitor International
Source: Euromonitor International estimates level

Al secondo posto si colloca Tropikal Bahçe ve Evcil Hayvan Ürünleri AS, con marchi forti come Champion e Goody.
I produttori locali come Tropikal Bahçe e Sadanlar Pet Dis Tic Ltd Sti guadagnano quote nel 2011 grazie ai propri marchi di fascia economy e alla loro grande diffusione.

SUPERMERCATI: IL MAGGIOR CANALE DISTRIBUTIVO. I supermercati registrano la maggiore quota di vendite nel 2011, mentre i consumatori si orientano sempre più verso prodotti di fascia economy: il numero di supermercati aumenta rapidamente in Turchia, rendendo quindi questi prodotti sempre più facilmente reperibili.
Nella classifica delle vendite, seguono ambulatori veterinari e pet shop, dove i proprietari di animali da compagnia possono acquistare anche alimenti e accessori di qualità premium.
Infine, i negozi online stanno crescendo in Turchia grazie a un più facile accesso alla rete legato alla diffusione dell'uso dei computer.

FUTURO POSITIVO PER LA FASCIA ECONOMY. C'è ancora un importante potenziale nel comparto del pet food in Turchia, dato che la percentuale di cani e gatti alimentati con prodotti preparati è ancora molto bassa.
Grazie al maggior numero di famiglie che ospitano un animale, alla crescente urbanizzazione e all'aumento dei single, il mercato del pet care è destinato a continuare a svilupparsi sia in volume, sia a valore.
Sarà il segmento economy a guidare la crescita, dato che la maggioranza dei proprietari si può permettere solamente prodotti di quella fascia: per loro, gli alimenti industriali sono ancora un lusso e i prodotti economy sono i più abbordabili.

PET CARE IN TURKEY

PET FOOD AND PET PRODUCTS STILL GROWING IN TURKEY. As a result of increasing urbanisation and a rising number of single-person households, more people in Turkey are keeping a pet for companionship. Moreover, there has been a shift from feeding meal leftovers to prepared food due to rising disposable incomes. Therefore, pet food and pet products registered positive value and volume growth in 2011, with this continuing in 2012. At the same time, fluctuations in the exchange rate and the increasing cost of raw materials resulted in increasing unit prices, which led to higher value than volume growth.

INTERNET RETAILING AND FORUMS BECOMING IMPORTANT. With rising usage of computers and the internet in Turkey, more people are now buying pet food and pet products online. As it is not easy to find different brands and products in smaller cities, internet retailing is a good option as products can be delivered to homes throughout the country. Internet retailing also offers the convenience of not having to carry home heavy pet food and pet products. In addition, via online forums consumers are able to read the comments of other users with regard to different products, thus helping them to make their own minds up as to which products to buy.

MULTINATIONAL COMPANIES LEAD WHILE DOMESTIC PLAYERS GAIN SHARE. In 2011, Anadolu Akvaryum (Spectrum Brands Inc) led the overall pet care market in value terms. This was mainly due to its popular and high-quality Tetra fish food brand. The company is also present in cat and dog food and pet care products but it is actually the very high unit prices of fish food that determine its leadership in value terms. Ranked second was Tropikal Bahçe ve Evcil Hayvan Ürünleri AS with strong brands like Champion and Goody. Local companies like Tropikal Bahçe and Sadanlar Pet Dis Tic Ltd Sti gained share in 2011 thanks to their economy brands and widespread availability.

SUPERMARKETS THE LEADING DISTRIBUTION CHANNEL. Supermarkets accounted for the highest share of sales in 2011 as consumers increasingly sought economy products. In addition, the number of supermarkets is rising rapidly in Turkey, making those products more widely available. The supermarket channel was followed by veterinary clinics and pet shops, where pet owners can also buy premium pet foods and pet products. Internet retailing is also gaining in importance in Turkey due to wider access to and use of computers.

POSITIVE FUTURE FOR THE ECONOMY SEGMENT. There remains significant potential for pet food in Turkey given that the share accounted for by prepared dog and cat food is still very low. As a result of increasing pet ownership along with increasing urbanisation and the number of single-person households, the pet care market is set to continue to grow in both volume and value terms. The economy segment will mainly drive growth as the majority of pet owners are only able to afford economy products. For the majority of pet owners packaged pet food is considered a luxury and economy products are seen as the most affordable choice.

dal mondo

WORLD NEWS

USA - SOGNI D'ORO

Decadent Digs. L'amato cagnolino non riesce proprio a stare lontano dal comodo lettone della nostra camera? Se abbiamo deciso di viziarlo e permettergli questa coccola, allora perché non trovare il modo di farlo salire e scendere comodamente? I cani di piccola taglia oppure un po' anziani o poco atletici fanno fatica ad arrampicarsi sulle coperte. Ma con l'ultima idea che arriva dall'America, non è più un problema. *Custom Stellar Stairs* è il sistema di 'scale personalizzate' che soddisfa tutti. Vengono realizzate su misura per altezza e anche per tipologia di arredamento: si possono anche abbinare alla coperta del lettone! **www.decadentdigs.com**

USA - SWEET DREAMS

Decadent Digs. What if our beloved dog cannot stay away from our comfortable bed? If we decided to cuddle the pet in this way, then we should help him climb up and down easily. Small, old or non-athletic dogs find it hard to climb onto the bed. Thanks to the latest idea from America, it will not be a problem anymore. *Custom Stellar Stairs* is the system of customized stairs suited for everyone. They are customized according to height and bed type: they can also match the bed' blanket! **www.decadentdigs.com**

FR - IL GIOCO CONTRO LO STRESS

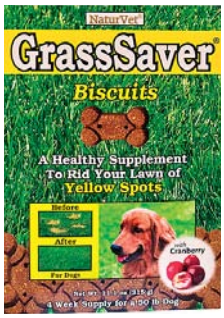
Pipolino. indispensabile. Ecco *Pipolino*, studiato apposta per incitare il micio di casa a fare quel po' di esercizio sufficiente a soddisfare il suo istinto di predatore, riducendo così il rischio di malattie e aumentando l'aspettativa di vita. Ha funzione antistress, antiobesità e antivomito in quanto la salivazione indotta dal gioco può ridurre l'acidità gastrica. Inoltre aiuta il trattamento dei disturbi comportamentali e consente ai gatti di mantenere la forma fisica più a lungo. *Pipolino* è disponibile in 3 varianti colore: fucsia e rosa, bianco e blu, verde e rosa. **www.pipolino.eu**

FR - TOY AGAINST STRESS

Pipolino. Sedentary cats? Are they too lazy? It is part of their nature, but some exercise is necessary, anyway. There is *Pipolino*, which stimulates the cats' physical exercise, satisfying their hunting instinct. This toy helps reduce the risk of diseases and increases life expectancy. It has an anti-stress, anti-obesity and anti-vomit action: the salivation caused by the toy can reduce gastric acidity. Moreover, it helps treat behavioural ailments as well as preserve cats fit for a longer time. *Pipolino* is available in three different colours combination: fuchsia and rose, white and blue, green and rose. **www.pipolino.eu**

USA - VIA LE MACCHIE GIALLE

Natur Vet. Che bello il prato verde, ma che brutte quelle macchie giallastre che l'adorato quattrozampe lascia in continuazione! Ora la soluzione si chiama *GrassSaver®,* una linea di biscotti, snack, tavolette e wafer. La formula unica contiene una combinazione sinergica di mirtillo, enzimi, vitamine del complesso B e amminoacidi, oltre a yucca. E così – leccornia dopo leccornia – la pipì del nostro amato quattrozampe non sarà più giallognola, evitando quindi di lasciare tracce sul prato una volta essiccata dal sole. Inoltre questo complesso vitaminico aiuta anche a ridurre l'odore delle feci. **www.garmonmanufacturing.com**



USA - YELLOW STAINS GO AWAY!

Natur Vet. A green lawn is beautiful, but yellow stains left by the pet are definitely not beautiful! *GrassSaver®* is the line of biscuits, snacks, tablets and wafers. The unique formula contains a synergistic combination of blueberry, enzymes, B group vitamins and amino acids, besides yucca. Snack after snack, the urine of dogs will leave no more yellowish stains on the lawn. The vitamin mix also helps reduce stool odour**. www.garmonmanufacturing.com**

DE - 7 MENU SEMPRE PRONTI

Catsomat. Viaggi lunghi? Spesso lontano da casa? La soluzione per dare al gatto il suo pasto a orari regolari è *Catsomat*, il dispositivo automatico di alimentazione termo-elettrico che mantiene il cibo fresco e al momento della somministrazione al gatto lo riporta alla giusta temperatura. Con un totale di 7 scoparti, rotanti in un cassetto, è in grado di offrire al gatto un menu variato attraverso il timer che programma l'apertura dei singoli scomparti. Numerosi sistemi di sicurezza garantiscono la massima affidabilità quando non si è a casa, anche in caso di mancanza di corrente. **www.catsomat.com**

DE - 7 MENUS ALWAYS READY

Catsomat. Long trips, even far from home? The solution to feed cats regularly is *Catsomat*, the automatic and thermoelectric food dispenser that preserves food fresh and serves it at the correct temperature. It features seven rotating compartments, in order to provide cats with a varied menu, thanks to the timer regulating the opening of each compartment. The product's safety system guarantees the utmost reliability, even in case of power lack. **www.catsomat.com.**

USA - PERDERE PESO IN MODO SANO

Natural Balance Pet Foods. Con la formula a ridotto contenuto calorico, *Dick Van Patten's Natural Balance® Fat Dogs™* è l'alimento studiato appositamente per cani adulti in sovrappeso. La sua caratteristica è una nutrizione equilibrata, così anche se il cane ingerisce meno calorie, la dieta offre una speciale proteina e un'apposita miscela di fibre che lo aiuta a perdere peso in modo sano. Disponibile anche per gatti. **www.naturalbalanceinc.com**

USA - LOSE WEIGHT HEALTHILY

Natural Balance. Thanks to the low-calorie intake formula, *Dick Van Patten's Natural Balance® Fat Dogs™* is the food specifically developed for overweight adult dogs. Its main feature is balanced nutrition: even if dogs ingest fewer calories, the diet provides special proteins and a mix of fibres that helps the pet lose weight healthily. The product is also available for cats **www.naturalbalanceinc.com**

Un mondo d'amore

Un nuovo brand soddisfa le richieste di chi è alla ricerca di prodotti nati col cuore

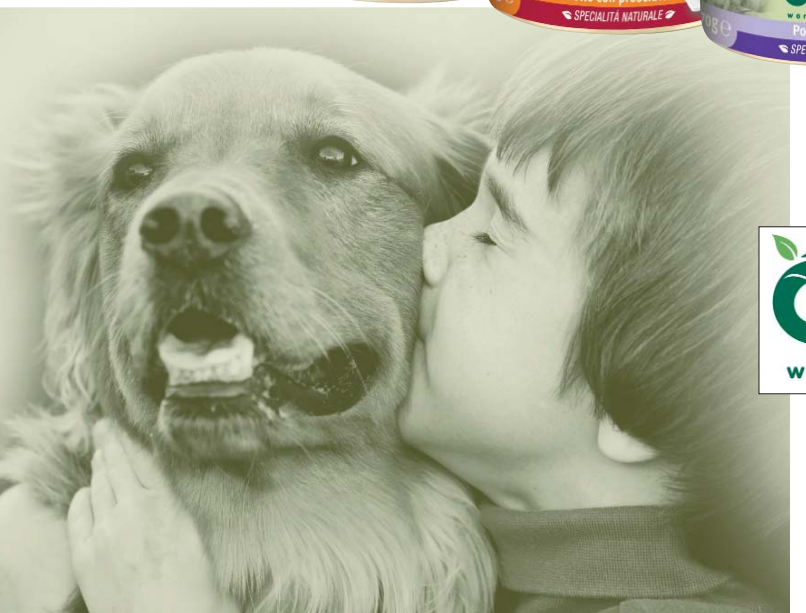
Un brand che, già nel nome, racchiude la sua missione: *Oasy* un mondo d'amore, ovvero *Specialità Naturali* per il gatto, lettiere naturali e una gamma completa di snack e ossi masticabili per il cane.
Inoltre, *Oasy* ha sviluppato per il punto vendita materiali di grande impatto comunicativo: infatti, per il lancio delle nuovissime *Specialità Naturali*, locandina, pendolino ed espositore da terra aiuteranno a dare maggiore visibilità al prodotto, mentre per gli snack cane sono previsti materiali di supporto alle vendite e particolari espositori che permettono di massimizzare la visibilità all'interno del petshop.

WONDERFOOD S.p.A.
WONDERFOOD SPA
numero verde servizio clienti 800-555040
www.oasy.com

PER MICI VINCENTI. La nuova linea *Specialità Naturali* è costituita da alimenti umidi per gatti formulati solo con ingredienti di altissima qualità grazie a un'attenta selezione all'origine: il pesce, per esempio, è pescato secondo i metodi ecologici dolphin safe nel rispetto della fauna dell'oceano.
Il contenuto minimo di carne e pesce è pari al 50%, così da soddisfare le esigenze dietetiche dell'animale, mentre l'assenza di coloranti, conservanti e appetizzanti artificiali è unita alla garanzia di un'altissima appetibilità.
Inoltre, la consistenza soft-jelly è ideale anche per i palati più esigenti.
Il pack altamente distintivo offre un'immagine di forte impatto legata al mondo d'amore *Oasy*, importante per massimizzare la qualità, mentre il confezionamento in lattina è pratico da utilizzare.
La gamma comprende 2 formati (70 e 150 g) e 2 linee di gusto, in modo da soddisfare le esigenze di ogni gatto e fornire un'ampia alternativa commerciale al punto vendita.
Una vasta scelta di qualità e naturalità, dunque, che si suddivide in:
- linea pesce (*Tonno, Tonno con Bianchetti, Tonno con Gamberetti, Tonno con Straccetti di Pollo* – foto 1);
- linea carne (*Pollo, Pollo con Formaggio, Pollo con Prosciutto, Pollo per gattini** - foto 2).

1

2



TANTE PROPOSTE IN PIÙ. I prodotti *Oasy* per gatto comprendono anche le lettiere naturali, formulate per minimizzare l'impatto ambientale, garantendo allo stesso tempo tutti i benefici richiesti dal consumatore: massimo controllo degli odori, potenza agglomerante e assorbente, facilità di apertura e trasporto. Le lettiere *Oasy* sono disponibili in 2 referenze:
- *Orzo e neem* (foto 3) - l'esclusiva formulazione con neem (una sostanza completamente naturale con proprietà antiparassitarie) aiuta a proteggere il gatto e la casa dalle infestazioni. Quindi *Oasy* si distingue sul mercato per la sua efficace azione repellente contro insetti e parassiti;
- *Cellulosa pura e lieviti naturali attivi* (foto 4) - prodotta

CATS & DOGS

A world of love

A new brand that meets the demands of the pet owners who look for products made with love

A brand that expresses its mission already in the name: *Oasy* a world of love – Specialità Naturali is a range that includes natural products for pets like natural cat litter and a range of snacks and edible bones for dogs.
Oasy supplies also attractive and communicating promotional material for the point of sale: for instance, the launch of the brand new products will be supported by posters and counter displays will help give the product great visibility.

FOR WINNING KITTENS. The new range *Specialità Naturali* includes moist food for cats, made with top quality ingredients and selected raw materials, like fish which is caught with dolphin-safe methods to respect the Ocean fauna.
The minimum amount of meat and fish in the food is 50%, so as to meet the pet's nutritional demands; the formulas are free from artificial colours, preservatives and palatants and yet very tasty. The soft-jelly texture pleases all palates.
The highly attractive packaging underlines *Oasy*'s world of love and highlights the product quality.
The range includes 2 formats (70g and 150g) and 2 lines to meet the demands of all cats:
- *Fish* (*Tuna, Tuna with Whitebait, Tuna with Shrimps, Tuna with Chicken stripes* – picture 1);
- *Meat* (*Chicken, Chicken with Cheese, Chicken with Ham, Chicken for kittens** - picture 2)

MANY MORE CHANCES. *Oasy* cat products include also natural cat litters that minimize the impact on the environment but still ensure all the benefits the customer demands: top odour control, high clumping and absorbing

3

4

con cellulosa pura ricavata da abeti bianchi non trattati. Contiene un'esclusiva miscela di lieviti naturali attivi che garantisce il massimo controllo degli odori. I lieviti, a contatto con l'ammoniaca contenuta nelle urine, si attivano provocando una reazione chimica che trasforma l'ammoniaca in un fosfato, eliminando totalmente l'odore.

PREMIARE CON SANE E GUSTOSE RICOMPENSE. Anche il reparto snack riflette pienamente la richiesta dei consumatori e si dimostra il segmento a maggior crescita: *Oasy* ha realizzato una gamma completa di snack per cani

power, easy opening and transportation. The litters *Oasy* come in two versions:
- *Barley and neem* (picture 3) – the exclusive formula with neem (a completely natural substance with antiparasitic properties) helps protect the cat and the home from possible infestations from insects or parasites;
- *Pure cellulose and active natural yeasts* (picture 4) – made of pure cellulose from natural white spruce; it contains an exclusive blend of natural active yeasts that perfectly control odours. As a matter of fact, yeasts, when in contact with urine ammonia, produce a chemical reaction that transforms ammonia into a phosphate and eliminates odour totally.

A HEALTHY AND TASTY REWARD. Snacks are the best performing food segment: *Oasy* includes a range of dog snacks and edible bones made with top quality ingredients that keep the dog healthy and reward it.
The edible bones (picture 5), low in fat and rich in proteins, support healthy teeth and gums and stimulate chewing. They come in different shapes for small, medium, large and giant breeds.
The snacks *Oasy*, instead, are made exclusively of chicken meat – lean proteins and low fat for an excellent treat or reward.
Many are the varieties: *Chicken Sticks, Chicken Sausages, Cookies with Chicken breast, Chicken Snacks, Chicken filet rolls, Chicken filet* (picture 6).
Given the high quality ingredients and the high amount of meat, the snacks *Oasy* ensure many nutritional benefits and play an important role in training.

** Chicken for kittens comes only in the 70g format*

5

e ossi masticabili preparati con ingredienti di altissima qualità per i proprietari che ricercano alimenti sani in grado di garantire massimo benessere e golose ricompense quando vogliono gratificare il loro beniamino.
Gli ossi masticabili *Oasy* (foto 5) , poveri di grassi e ricchi di proteine, favoriscono la salute di denti e gengive e soddisfano il naturale bisogno di masticazione. Sono disponibili in diversi formati per cani di taglia piccola, media, grande e gigante.

Gli snack *Oasy*, invece, sono formulati esclusivamente con prelibata carne di pollo: hanno tutta la bontà delle proteine magre e pochi grassi e sono ideali come spuntino o premio in ogni occasione. Inoltre, sono tante le varietà tra le quali è possibile scegliere: *Bastoncini di Pollo, Salsicciotti di Pollo, Biscotti con petto di Pollo, Stuzzichini di Pollo, Involtini con filetto di Pollo, Filetto di Pollo* (foto 6).
Grazie all'utilizzo di ingredienti di alta qualità e all'elevato contenuto di carne, gli snack *Oasy* offrono numerosi benefici sul piano nutrizionale e svolgono un importante ruolo nella fase dell'addestramento. (D.C.)

** Petto di Pollo per gattini è disponibile solo in formato da 70 g*

6

norme sotto la lente

di Manlio Dozzo
avvocato civilista e fiscalista
patrocinante in Cassazione
avv.dozzo@tiscali.it

ALFONSO IL CONTADINO, I CANI E L'IVA

Alfonso è un contadino che possiede un piccolo fondo vicino a una grande città e si occupa personalmente della coltivazione dei campi producendo frutta, attività che, per la normativa tributaria italiana, lo qualifica come coltivatore diretto.
Ma Alfonso è anche un appassionato cinofilo e, per hobby, ha dato vita a un piccolo allevamento di volpini di Pomerania.

CUCCIOLI D'ORO. Nel giro di poco tempo i volpini da lui allevati hanno mietuto grandi successi in numerosi concorsi di bellezza e obbedienza, e molti appassionati della razza si sono rivolti ad Alfonso per acquistare i suoi cuccioli, tanto che alla fine l'allevamento ha avuto la meglio sull'attività agricola.
Il suo commercialista, il ragionier Azzeccagarbugli, lo mise subito in guardia circa il fatto che l'attività di allevamento di cani non era più considerata attività agricola, bensì attività di impresa e, pertanto, soggetta al normale trattamento Iva e Irpef, senza più godere delle agevolazioni riservate ai coltivatori diretti.
Il commercialista spiegò infatti ad Alfonso che la Corte di Cassazione aveva stabilito che *"in tema di Iva, prima dell'entrata in vigore della norma, avente natura innovativa e non interpretativa, di cui all'art. 2, comma I, legge 23 agosto 1993, n. 349* (norme in materia di attività cinotecnica, *n.d.r.*) *– secondo cui l'attività cinotecnica è considerata a tutti gli effetti attività imprenditoriale agricola quando i redditi che ne derivano sono prevalenti rispetto a quelli di altre attività economiche non agricole svolte dallo stesso soggetto – l'allevamento di cani non può farsi rientrare nell'ambito dell'attività agricola".* (Cassazione civ., sez. trib., 27/06/2001 n. 8781)
Questa particolare scelta del legislatore in ordine a norme di diritto tributario può essere ben criticata in quanto è stata posta a tutela dell'attività agricola in senso stretto (allevamento da animali da cortile quali pollame e conigli) e da animali destinati all'alimentazione umana (bovini, suini e ovini), e ha penalizzato l'allevamento degli animali da compagnia (cani e gatti).

foto Merelize

TASSE ANTIPATICHE. In altre parole: le imposte che gravano sui coltivatori diretti sono meno elevate di quelle che colpiscono gli imprenditori, siano essi industriali, commerciali o agricoli, e sono un vecchio retaggio di tutta la politica fiscale italiana che tendeva a premiare l'attività agricola esercitata dai coltivatori diretti.
Ma come si suole dire "l'occasione fa l'uomo ladro" e pagare più tasse non è mai piaciuto a nessuno.
Alfonso, a questo punto, per conservare i privilegi fiscali che gli derivavano dall'essere un coltivatore diretto (un contadino, in senso stretto) decise di esercitare la sua attività di allevamento di cani "in nero", vale a dire senza dichiararla alle autorità fiscali, non emettendo fatture e documenti di trasporto e sottraendo così all'erario la maggior parte dei suoi redditi.
Tramite passaparola, informava i suoi potenziali clienti della nascita dei nuovi cuccioli che, appena svezzati, provvedeva personalmente a consegnare.

UN ESEMPIO DA NON SEGUIRE. Ma come trasportare questi poveri animali senza che nessuno se ne accorgesse? Semplice… stipandoli nel bagagliaio della sua autovettura. E così fu per Qui, Quo e Qua, figli di Kate e Odisseo, vincitori di numerosi concorsi nazionali.
Fortuna volle, per i tre cuccioli, che Alfonso venisse fermato per un normale controllo da parte di una pattuglia della Polizia Stradale che, sulle prime, non trovò nulla di irregolare nell'abitacolo.
Il capo pattuglia venne comunque insospettito da alcuni strani rumori che provenivano dal bagagliaio e invitò Alfonso ad aprirlo: lui prima tentò di rifiutarsi, ma alla fine dovette cedere e svelare la presenza di uno scatolone nel quale erano nascosti i cuccioli senza cibo e senza acqua.
La Polizia Stradale, doverosamente, fece rapporto alla Procura della Repubblica, in quanto ritenne che Alfonso avesse violato l'art. 727 del Codice Penale che prevede che: "*Chiunque abbandona animali domestici o che abbiano acquisito abitudini della cattività è punito con l'arresto fino ad un anno o con l'ammenda da euro 1.000 a euro 10.000. Alla stessa pena soggiace chiunque detiene animali in condizioni incompatibili con la loro natura, e produttive di gravi sofferenze".*

LA GIUSTA CONDANNA. Alfonso venne rinviato giustamente a giudizio e la Corte di Cassazione, nel confermare la sua condanna in primo e secondo grado stabilì che: "*La detenzione di animali in condizioni incompatibili con la loro natura e produttiva di gravi sofferenze, prevista come dal nuovo testo dell'art. 727 cod. pen., diversamente dall'ipotesi di incrudelimento, può essere integrata anche da una condotta colposa del soggetto agente" (*fattispecie nella quale la Corte ha ravvisato il reato de quo nell'ipotesi di trasporto di tre cani nel bagagliaio non comunicante con l'abitacolo di un'autovettura*, n.d.r.* - Cassazione penale, sez. III, 26/4/2005, n. 21744).
L'art. 727 è stato modificato dall'art. 3 della Legge n. 189/2004, ma anche in precedenza il trasporto di animali nel bagagliaio dell'autovettura era considerato un fatto illecito, come stabilito dalla Corte di Cassazione, sez. III pen. con sentenza n. 24330 del 4 maggio 2004, cioè quando la legge n. 189/2004 non era ancora in vigore.
Non sappiamo se Alfonso abbia avuto anche delle sanzioni in materia fiscale, per evasione dell'Iva e delle imposte sul reddito, ma è certo che il suo comportamento integra inoltre l'illecito, previsto dal codice civile all'art. 2598 per concorrenza sleale nei confronti degli allevatori e dei commercianti che esercitano la loro attività nel pieno rispetto della normativa tributaria.

SGRADEVOLE A ZANZARE PAPPATACI

Nuovi collari biodegradabili

Nuovi collari biodegradabili per cani Leis Collar

Le sostanze naturali attive contenute nella matrice biodegradabile del collare si sprigionano a contatto col calore del vostro animale e sono sgradite a zanzare e flebotomi. Non si altera a contatto con l'acqua.

Orme Naturali

Importato e distribuito da
Camon S.p.A.
Via L. Cosentino 1-37041
Albaredo D'Adige (VR)-Italy
www.ormenaturali.it

Quell'aiuto in più

Due validi supporti alla dieta per contribuire a gestire problemi frequenti come l'obesità e la calcolosi

La famiglia *Care* di *Orme Naturali* si allarga con due nuovi prodotti: *ChiloPet* e *StruviPet*.
Vita sedentaria, poco movimento e una dieta non sempre regolata possono causare problemi di sovrappeso anche ai nostri amici quattrozampe: per migliorare questa condizione c'è *ChiloPet*, un mangime complementare al 100% naturale che, inserito in un regime dietetico controllato, può essere un valido aiuto per la riduzione del peso corporeo dell'animale.
Per i nostri simpatici micioni, invece, c'è *StruviPet*: quando si parla di cristalli di struvite, infatti, si sa che nei gatti tendono a formarsi continuamente, ma da *StruviPet*, unito a una dieta specifica e a un'adeguata idratazione, può giungere un valido aiuto per prevenirne la formazione e coadiuvarne l'eliminazione.

CAMON SPA
tel. 0456608511, fax 0456608512
www.camon.it, camon@camon.it

ELEMENTI PREZIOSI. *ChiloPet* è un prodotto totalmente naturale che contribuisce a ridurre l'assorbimento dei grassi e a controllare lo stimolo della fame, intervenendo inoltre anche sull'assetto lipidico globale e sul colesterolo.
L'azione di *ChiloPet* nasce da due elementi importanti, il chitosano e la carnitina: secondo studi scientifici, infatti, il chitosano ha la capacità di "sequestrare" i grassi alimentari nell'apparato digerente che, circondati dalla fibra, non sono più disponibili per l'assorbimento e vengono eliminati con le feci.

Inoltre, comportandosi come una vera spugna e aggregando i lipidi fino a 4-6 volte il suo peso, il chitosano riesce a fornire un lieve senso di sazietà e aiuta a ridurre la quantità di cibo ingerita durante i pasti.

La carnitina ha invece la capacità di trasportare acidi grassi all'interno delle cellule, in modo che vengano utilizzati come energia dai mitocondri cellulari.

Secondo diversi studi, inoltre, la carnitina favorisce la combustione dei grassi e si è constatato che la mancanza di questa sostanza porti alla produzione di energia ridotta e a un aumento del tessuto adiposo.

Dalla carnitina, infine, derivano anche altre importanti proprietà benefiche, come un miglioramento della funzione cardiovascolare e un aiuto per l'abbassamento del colesterolo.
ChiloPet è disponibile nella pratica confezione da 120 compresse, da somministrarne 1 o 2 al giorno per ogni 5 kg di peso dell'animale.

L'EFFICACIA DI ACIDO L-ASCORBICO E METIONINA. Le ricerche compiute sui calcoli di struvite hanno delineato una serie di fattori predisponenti come, per esempio, razza, sesso e regime dietetico.
Come sempre, è di fondamentale importanza prestare attenzione ai sintomi: l'infiammazione della vescica, infatti, può per esempio causare una minzione più frequente, faticosa e dolorosa. Ma occhio anche all'esteriorità torbida, o contenente sangue, delle urine e alla tendenza dell'animale a urinare in posti insoliti.
Come spesso accade, anche nella prevenzione e nel contrasto dell'urolitiasi l'alimentazione di cane e gatto riveste un ruolo basilare: sarà importante infatti che la dieta specifica presenti un minor tenore di proteine e di cereali e ridotti valori di sodio e magnesio.

È poi opportuno somministrare una sostanza acidificante in grado di modificare il pH urinario rendendolo sfavorevole alla precipitazione e alla neoformazione dei cristalli di struvite.
Un altro elemento che può rivelarsi utile, è la costante assunzione di liquidi, che contribuiscono positivamente al contrasto e al trattamento della disfunzione renale.
Quando dieta e idratazione non risultano sufficienti, *StruviPet* si propone come un ulteriore valido coadiuvante per l'acidificazione delle urine di cani e gatti: la sua elevata efficacia è dovuta alla presenza associata di acido L-ascorbico (vitamina C) e di metionina, un amminoacido essenziale in tutte le specie animali che va assunto tramite l'alimentazione poiché l'organismo non è in grado di sintetizzarla.
Acido L-ascorbico e metionina sono indicate nel trattamento e nella prevenzione delle calcolosi urinarie alcaline, prima tra tutte quella da struvite: i due principi attivi agiscono in modo sinergico, creando un ambiente urinario sfavorevole alla precipitazione di sali alcalini e alla moltiplicazione batterica, favorendo la dissoluzione dei calcoli già formati.
StruviPet è disponibile nel comodo dispenser che contiene 100 g di prodotto in pasta molto appetibile, da aggiungere al cibo o da utilizzare così com'è, in base ai dosaggi indicati sulla confezione. (M.C.) ●

CATS & DOGS

Precious help

Two support products to help treat frequent ailments such as obesity and calculi

Care family by *Orme Naturali* now includes two new products: *ChiloPet* and *StruviPet*.
Sedentary life, scarce physical activity and unbalanced diet might cause overweight. In order to improve the pets' condition, there is *ChiloPet*: the 100% natural complementary food, which can be a useful support to lose weight if combined with a controlled diet.
StruviPet is dedicated to cats. Struvite crystals are frequent in cats: *StruviPet*, combined with a specific diet and suitable hydration, might help prevent their formation and support their removal.

PRECIOUS ELEMENTS. *ChiloPet* is a completely natural product that helps reduce fat absorption and control the hunger stimulus. Moreover, the product positively affects the global lipidic structure as well as cholesterol.
ChiloPet's effectiveness is guaranteed by two important elements, chitosan and carnitine. According to scientific studies, chitosan collects food fats in the digestive system: once they are surrounded by fibre, they cannot be absorbed and they are removed with excrements.
By behaving like a sponge and collecting lipids up to 4-6 times its weight, chitosan guarantees a light feeling of surfeit and helps reduce the quantity of food ingested during meals.
Carnitine can carry fatty acids inside cells, where they can be used by mitochondria. According to studies, carnitine support fat consumption, while carnitine deficiency might cause reduced energy production and increased adipose tissue.
Moreover, carnitine improves the cardiovascular functionality and helps reduce cholesterol.
ChiloPet is available in 120-pill package: feed 1 or 2 pills a day every 5kg of weight.

THE EFFECTIVENESS OF L-ASCORBIC ACID AND METHIONINE. Researches carried out on struvite calculi underlined a series of favouring factors, such as breed, gender and diet.
As usual it is fundamental to pay attention to symptoms: bladder inflammation might cause frequent, painful and difficult urination. Pay attention to turbid or bloody urine and also to the pet's tendency to urinate in unusual places.
Nutrition is very important to prevent and treat urolithiasis. The specific diet must feature lower quantities of proteins and cereals, plus reduced levels of sodium and magnesium.
It is also recommended to feed acidifying substances, which can change the urinary pH, in order to guarantee an unfavourable environment for struvite calculi.
Constant liquid ingestion might successfully help treat renal dysfunction.
When diet and hydration are not enough, *StruviPet* is the valid support to acidify the urine of cats and dogs.
Its effectiveness is guaranteed by L-ascorbic acid (vitamin C) and methionine, an essential amino acid that must be ingested through food since the body cannot synthesize it.
L-ascorbic acid and methionine are suited to treat and prevent alkaline urinary calculi, starting from those caused by struvite. The combination of the two active principles creates an unfavourable urinary environment for the precipitation of alkaline salts and for bacterial growth, supporting the destruction of existing calculi.
StruviPet is available in the handy 100g dispenser. The appetizing pasta can be added to food or used as it is, following the instruction on the package.

Inesauribile carica di energia

Il jack russell terrier richiede una specifica alimentazione adatta alle sue esigenze

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

Questa razza si caratterizza per un temperamento vivace e per una particolare intelligenza. Proprio grazie a queste qualità è un cane molto popolare, ma chi decide di accogliere in casa un jack russell deve essere pronto a portarlo fuori spesso, farlo correre e farlo giocare.

EFFICACIA DELLA RISPOSTA NUTRIZIONALE. Royal Canin propone un'alimentazione su misura per i cani di razza, nata in collaborazione con allevatori, nutrizionisti e veterinari. Gli alimenti della gamma Breed Health Nutrition hanno ricette nutrizionali specifiche, in grado di soddisfare al meglio le necessità delle singole razze, e crocchette su misura, che si adattano perfettamente alla morfologia dell'animale.
Da oggi la gamma Breed Health Nutrition si arricchisce di un'importante novità: gli alimenti dedicati ai cani di razza jack russell terrier.

I cani di razza rappresentano un grande potenziale per il mercato, basti pensare che ogni anno sono circa 130.000 quelli iscritti all'Enci. Fra questi, al quarto posto troviamo proprio il jack russell terrier, dopo il pastore tedesco, il setter e il labrador retriever.
Essendo un cane mini, il jack russell terrier ha un'elevata aspettativa di vita e richiede una corretta nutrizione: la sua cute è sensibile ed è importante che il proprietario si renda conto che la pelle deve svolgere al meglio il ruolo di barriera.
Inoltre, come la maggior parte degli animali di piccola taglia, sono soggetti alla formazione di tartaro che, se non controllato, col passare del tempo può causare seri problemi dentali e di salute.

CRESCITA, DIGESTIONE E DIFESE IMMUNITARIE. Questa razza ha una crescita breve e intensa combinata con un temperamento vivace: l'alimento *Jack Russell Terrier Junior* contribuisce a uno sviluppo armonioso del cucciolo grazie a un apporto adeguato di energia, proteine, calcio e fosforo.
Inoltre, agevola la salute digestiva, favorisce l'equilibrio della flora intestinale e aiuta a sostenere le difese naturali nella delicata fase della crescita.
Anche la forma, la dimensione, la consistenza e la ricetta delle esclusive crocchette sono pensate appositamente per le esigenze del piccolo jack russell terrier: il prodotto è indicato per cuccioli fino a 10 mesi ed è disponibile in confezioni da 500 g - 1,5 e 3 kg.

COMPLESSO DI VITALITÀ, SALUTE DI PELLE E PELO, IGIENE ORALE. Una volta entrato nella fase adulta, il jack russell terrier si distingue per il suo temperamento vivace: *Jack Russell Terrier Adult* contribuisce a mantenere la massa muscolare grazie a un appropriato tenore di proteine ed è arricchito con un complesso di antiossidanti per favorire la vitalità.

Grazie anche alla presenza di olio di borragine, aiuta a rinforzare il ruolo barriera della pelle (complesso esclusivo) e a mantenere pelle e pelo sani (EPA e DHA).
Inoltre, favorisce una buona igiene orale limitando la formazione dei depositi di tartaro grazie agli agenti chelanti del calcio.
La forma, la dimensione, la consistenza e la ricetta delle esclusive crocchette sono ideali per questa razza: *Jack Russell Terrier Adult* è indicato cani di oltre 10 mesi ed è disponibile in confezioni da 500 g - 1,5 e 3 kg. (A.L.)

DOGS

Endless source of energy

Jack Russell Terrier dogs require a specific diet suited for their needs

This breed is famous for liveliness and intelligence: that is why it is a popular dog.
Those who choose Jack Russel Terrier dogs must be prepared to go outside often and to let the pet run and have fun.

EFFECTIVE NUTRITIONAL SOLUTION. Royal Canin offers the specific nutrition for breed dogs, born from the collaboration with breeders and veterinarians. *Breed Health Nutrition* products feature specific nutritional recipes, which meet the needs of each breed. Kibbles are specifically developed according to every breed, in order to suit dog's morphology.
Today *Breed Health Nutrition* includes new products: food dedicated to *Jack Russel Terrier* dogs.
Purebred dogs represent a great potential for the market: every year Enci (Italian kennel club) enrols around 130,000 pets. The fourth of the list is Jack Russell Terrier, after German Shepherd, Setter and Labrador Retriever.
Being a mini dog, life expectancy of Jack Russell Terrier is elevated and requires the proper nutrition. The pet's skin is sensitive, and its barrier-role must be effective.
Moreover, just like most mini pets, they are sensitive to tartar formation: with time, it might cause serious teeth and health ailments.

GROWTH, DIGESTION AND IMMUNE DEFENCES. This breed features a short ad intense growth, combined with a lively nature. *Jack Russel Terrier Junior* supports the correct growth of puppies, thanks to balanced quantities of energy, proteins, calcium and phosphorus.
Moreover, it helps digestive health as well as the balance of the intestinal flora and it supports natural defences during growth.
The shape, size, texture and recipe of the exclusive kibbles have been specifically developed for the needs of Jack Russel Terrier: the product is suited for puppies up to 10 months and it is available in 500g, 1.5 and 3kg bags.

VITALITY MIX, HEALTH OF SKIN AND FUR, ORAL HYGIENE. Once entered the adult stage, Jack Russel Terrier is still very lively: *Jack Russel Terrier Adult* helps preserve the muscle mass thanks to the proper protein intake. Moreover, it is supplemented with a mix of antioxidants to support vitality.
If fed daily, it helps strengthen the barrier role of skin (exclusive mix) and preserve healthy skin and fur (EPA and DHA), also thanks to borage oil.
Moreover, it supports the correct oral hygiene, limiting the formation of tartar thanks to calcium chelate agents.
The shape, size, texture and recipe of the exclusive kibbles have been specifically developed for this breed: *Jack Russel Terrier Adult* is suited for dogs over to 10 months and it is available in 500g, 1.5 and 3kg bags.

Il west highland white terrier

Ecco come, in poche mosse, toelettare una razza che si distingue per il colore candido e l'aspetto simpatico

Noto per la grande esuberanza nonostante la piccola taglia, il west highland white terrier è un cane vivace e coraggioso oltre che un ottimo compagno per lunghe passeggiate. Non è difficile tenere in ordine il suo candido mantello, ma alcuni accorgimenti sono d'obbligo, primo fra tutti quello di effettuare un bagno alla settimana con prodotti specifici.

italsystem
Professional Pet Care Products
ITALSYSTEM SAS di Alberto Bianchi & C.
tel. 0541731428, fax 0541731395
www.1allsystems.com, info@1allsystems.com

UN BUON BAGNO. Per un bagno perfetto, eseguire il primo passaggio di shampoo con *P.F. Whitening Shampoo* che, in modo del tutto naturale, rende il pelo bianco candido e rispetta la tessitura: diluire 2 cucchiai in 1 l di acqua tiepida, lavorare il mantello e sciacquare.
Questo passaggio elimina lo sporco, esalta il bianco e prepara il mantello al passaggio successivo.
Il secondo passaggio di shampoo verrà eseguito con *Crisp Coat Shampoo*, che ha il pregio di lavare il pelo senza alterare la tipicità della tessitura e donando, se necessario, la corposità mancante: diluire, applicare ed eseguire un risciacquo finale completo.

1

Crisp Coat Shampoo non contiene emollienti, ma solo prodotti naturalmente sgrassanti che possono rafforzare il nervo del pelo. Per casi più specifici, conviene adottare le seguenti varianti:

- se il mantello è macchiato e il bianco presenta molte sfumature giallastre, eseguire il secondo passaggio con *P.W. Lightening Shampoo* puro sulle macchie più intense e normalmente diluito sul resto del corpo; lasciare in posa per 5 minuti, ovvero il tempo in cui gli enzimi possono agire per ristrutturare il pelo sfibrato o corroso dalle acidità di saliva, lacrime e urine;
- se il mantello oltre a essere macchiato ha problemi di pelo troppo morbido, allora è meglio usare lo shampoo enzimatico solo sulle macchie gialle eseguendo un passaggio di *Crisp Coat Shampoo* sul resto del corpo;
- quando gli ingiallimenti sono piuttosto gravi, il toelettatore potrebbe consigliare al cliente un trattamento quotidiano tra un bagno e l'altro con *Super Whitening Gel* (foto 1), un gel enzimatico naturale adatto soprattutto per risolvere gli ingiallimenti sotto agli occhi o della barba che, applicazione dopo applicazione, ristabilisce il colore naturale del pelo; a contatto con il pelo il gel attiva gli enzimi e rende il manto impermeabile, cioè meno attaccabile dalle acidità. Ogni 3 applicazioni, il vecchio gel va rimosso con *Self Rinse Shampoo* auto-sciacquante che libera dalle impurità, in modo che il gel possa agire direttamente sulla macchia senza essere ostacolato dallo sporco.

IL MOMENTO DEL BALSAMO. Dopo un'accurata pulizia occorre condizionare pelle e pelo per garantire al mantello salute e bellezza.

REGOLABILE CON TELECOMANDO. In polietilene lavorato antiscivolo, la vasca elettrica *Vivog* ha dimensioni esterne di 148x78, cm profondità 50, ed è regolabile in altezza con telecomando da 82 a 130 cm (il fondo della vasca nella posizione più bassa è di 39 cm).
La vasca, che è completa di braccio modello a U ed è disponibile in rosso, blu o grigio, ha un'apertura facilitata sul lato corto da entrambi i lati e uno sportello al centro per poter lavare due soggetti di piccola taglia contemporaneamente.

ADJUST IT WITH THE REMOTE CONTROL. Made of moulded, anti-slip polyethylene, the electronically driven bath *Vivog* measures 148x78 cm and is 50 cm deep. The height can be adjusted (from 82 to 130 cm) with a remote control – the lowest height (floor to bath bottom) is 39 cm.
The bath includes an H-bar and is available in different colours – red, blue and grey. The easy access doors on both ends and the central door allow also washing two small size dogs at once.

ALTEZZA VARIABILE. In rosso, blu e grigio, il tavolo elettrico *Vivog* misura 125x67 cm, è completo di braccio a U e ha un'altezza variabile da 42 a 102 cm. Con ripiano in polietilene antiscivolo, è corredato di telecomando.?

ADJUSTABLE HEIGHT. In red, blue and grey, the electronically driven table *Vivog* (size: cm 125x67) has an H-bar and height can be adjusted from 42 to 102 cm. The surface is in anti-slip polyethylene and the height is adjusted with a remote controller.

Prima, però, è meglio diluire 1 cucchiaio di *Product Stabilizer* in 1 l di acqua tiepida, lasciare in posa per 1 minuto e sciacquare: *Product Stabilizer* è una lozione a base di acido citrico che ha il potere di liberare dall'unto, dalle impurità e dai cattivi odori, preparando il mantello a ricevere meglio il nutrimento del condizionatore.
A questo punto, il condizionatore ideale è *Super Rich Conditioner*, un balsamo che nutre pelle e pelo per un ottimo effetto finale senza appesantire la tessitura: è sufficiente 1 solo cucchiaio di prodotto diluito in 1 l d'acqua da versare interamente sul mantello, insistendo bene sulla testa e su tutta la gonnella. Effettuare un risciacquo finale accurato per il bagno pre-gara o per avere un pelo splendido in tutta la sua bellezza, oppure un risciacquo leggerissimo per un bagno ristrutturante.

L'ASCIUGATURA PERFETTA. Mentre si asciuga il mantello, passare tra il pelo un cardatore con cuscinetto e aghi morbidi, come *Slick Brush* medio, e spazzolare nel verso del pelo fino a completa asciugatura, poi passare il pettine *Metal Comb* per verificare che non siano sfuggiti nodi.
Come tocco finale, prendere una piccola dose di crema modellante al collagene *P. Protein Pack and Pre-Chalk* (foto 2) nel palmo delle mani e applicare su tutto il mantello in contropelo.
Infine, passare il cardatore a verso modellando la testa con la classica forma tondeggiante.
Quando vi è un eccesso di pelo e sottopelo, prima di fare il bagno si consiglia di strippare il collo, la schiena, il sottogola e la coda.

2

RIFINITI A REGOLA D'ARTE. Dopo il bagno sono d'obbligo alcune rifiniture come tosare a macchinetta le punte delle orecchie con una testina numero 15 (0,5 mm.). Se il mantello non ha bisogno di stripping, passare sulla linea dorsale, sul collo e sulla coda uno slanatore a 20 lame per asportare il pelo e il sottopelo in eccesso e ordinare bene il manto.
Per soggetti da esposizione, si può passare sul mantello un po' di carbonato di magnesio (da asportare dopo la gara) che rende ancora più ruvida la tessitura e fa risaltare il bianco. (S.A.) ●

GROOMING TIPS

The West Highland White Terrier

How to groom that breed with a snow white coat and nice look

Popular for the lively character, the West Highland White Terrier is vivacious and courageous, besides being an excellent companion.
His white coat can be easily kept tidy, though some grooming tricks may be useful, like bathing the dog once a week.

A GOOD BATH. For a perfect bath, wash the coat with *P.F. Whitening Shampoo* first. The product makes the hair snow white and respects its texture naturally. Dilute 2 spoonfuls in 1 litre warm water, wash the hair and rinse.
This action eliminates dirt, enhances brightness and prepares the coat for a second treatment, with *Crisp Coat Shampoo*, which washes the hair without altering the texture still adding volume, when necessary: dilute, apply on the coat and finally rinse thoroughly.
Crisp Coat Shampoo does not contain emollient ingredients but just natural degreasing substances that strengthen the hair.
For specific needs, follow the instructions:
- if the coat is stained and the white colour shows yellowish shades, wash it a second time using pure *P.W. Lightening Shampoo* on the darker stains and diluted on the rest of the body: leave it acting for 5 minutes to allow enzymes replenish the dull hair oxidised by acid saliva, tears and urine;
- if the coat, besides being stained, is too fluffy, use an enzymatic shampoo on the yellow stains and then wash the whole body again with *Crisp Coat Shampoo*;
- if the yellow stains are quite large, you could suggest your customer to take care of the dog's coat daily using *Super Whitening Gel* (picture 1), a natural enzymatic gel developed specifically to eliminate the yellow stains under the eyes or beard – application after application, the product restores the natural white hair colour. When in contact with the hair, the gel activates the enzymes and makes the coat resistant to acidity.
After 3 applications, the old gel must be removed with *Self Rinse Shampoo*, which eliminates debris so as to allow the gel to act directly on the stains.

CONDITION. After having accurately washed the skin and hair, you need to condition them. First of all dilute 1 spoonful of *Product Stabilizer* in 1 litre warm water, leave it acting for 1 minute and rinse: *Product Stabilizer* is a lotion based on citric acid that degreases and eliminates impurities and bad smell preparing the coat to receive the conditioner.
Super Rich Conditioner is the best solution for the West Highland White Terrier: it nourishes the coat and skin and leaves an excellent final touch still respecting the natural texture. 1 spoonful of product diluted in 1 litre water is enough: apply it on the coat and insist on the head and skirt.
Accurately rinse it if you are preparing the dog for a show or rinse it only very lightly to recondition the coat.

PERFECT DRYING. While drying the coat, use a slicker brush with soft tines, like the medium *Slick Brush*, and brush in the direction of hair growth till the hair is completely dry, then use the *Metal Comb* to check that all tangles have been removed.
Take a small amount of styling cream with collagen *P. Protein Pack and Pre-Chalk* (picture 2) and apply it on the coat in the direction against hair growth.
Finally, model the head with the classic round shape.
When there is too much hair and undercoat, strip the neck, back, throat and tail before bathing the dog.

THE FINAL TOUCH. Some final touches are necessary after the bath, like clipping the ear points with a blade no. 15 (0.5 mm).
If the coat does not need to be stripped, use a dematting tool with 20 blades to remove extra hair and undercoat and tidy the coat.
In case of a show dog, apply some magnesium carbonate on the hair (which must be removed after the show) to make the texture coarser and the white colour brighter.

Menu all'avanguardia

La garanzia di una ricetta monoproteica per i casi di intolleranza alimentare e per l'alimentazione di ogni giorno

Carni fresche di altissima qualità, alcune a chilometro zero: solo gli ingredienti migliori sono inclusi nella ricetta di *Monge Monoproteico*, perché una nutrizione equilibrata del nostro fedele quattrozampe prevede, oltre alla somministrazione di un prodotto secco, anche l'integrazione quotidiana con un umido come il paté, meglio se realizzato con un solo tipo di carne, così da garantire al cane i benefici di un'alimentazione monoproteica e dell'altissima qualità delle materie prime.
È questa la nuova frontiera nell'alimentazione umida, sana, buona e genuina, lanciata su vasta scala da Monge e firmata *Monge 5 Stelle*.
Da qui nasce *Monge Monoproteico* con un solo tipo di carne, la linea esclusiva di paté superpremium riservata al canale specializzato e, quindi, ai migliori petshop, garden e agrarie.
La gamma prevede l'utilizzo di infinite varietà di carni, pari a quelle usate nell'alimentazione umana e nella preparazione degli omogeneizzati per i neonati.
Il paté monoproteico non è indicato solo nei casi di intolleranza alimentare, ma anche, e soprattutto, per l'alimentazione quotidiana orientata al benessere dell'animale.

MONGE & C. SPA
tel. 0172747111, fax 0172747198
www.monge.it, info@monge.it

VARIETÀ IN ESCLUSIVA. *Monge Monoproteico* è disponibile in 2 formati: la pratica vaschetta 150 g, per cani di piccola taglia (oggi i più diffusi), e la lattina 400 g.
Le ricette sono garantite senza zuccheri, coloranti e conservanti. Inoltre, l'assoluta mancanza di grassi idrogenati e la garanzia di un prodotto al 100% cruelty free, costituiscono un cocktail che rende *Monge Monoproteico* un prodotto che si distingue sul mercato.
Le ricette esclusive si presentano nelle vaschette e nelle lattine argentate con le nuove etichette e il nuovo logo da immagine superpremium. Si può scegliere tra:

- *Monge Solo Pollo* 150 e 400 g;
- *Monge Solo Tacchino* 150 e 400 g;
- *Monge Solo Agnello* 150 e 400 g;
- *Monge Solo Tonno* 150 e 400 g;
- *Monge Solo Cervo* 150 g;
- *Monge Solo Anatra* 150 g;
- *Monge Solo Selvaggina* 150 g;
- *Monge Solo Coniglio* 150 g.

DOGS

Cutting edge nutrition

A single protein daily diet for dogs suffering from food-related intolerance

Top quality fresh meat, mainly from local suppliers: only the best ingredients are used for *Monge Monoproteico*.
A balanced diet is based on dry food and completed with additional moist food like a paté, best if made with only one kind of meat so as to ensure the benefits of a single protein diet and top quality raw materials. This is the new frontier in moist nutrition - healthy, tasty and genuine – that Monge launched on the market under the brand *Monge 5 Stelle*.
Monge Monoproteico is made of one single kind of meat: it is the exclusive range of superpremium patés distributed solely in the specialised retail. The range includes different varieties of meat, similar to human-grade diets and baby food.
Not only is the single protein paté excellent for dogs suffering from food-related intolerance but also for all other ones.

EXCLUSIVE VARIETIES. *Monge Monoproteico* comes in 2 pack sizes: the convenient tray (150g) for small size dogs (currently the most common breeds) and the can (400g).
The recipes are free from sugar, colours and preservatives as well as hydrogenated fat. Further, they are 100% cruelty free. Those qualities make the range *Monge Monoproteico* stand out from the crowd in the petfood industry.
The trays and cans are silver and have attractive labels showing the new company logo. The varieties available are:
- *Monge Solo Pollo* (chicken only) 150g and 400g;
- *Monge Solo Tacchino* (turkey only) 150g and 400g;
- *Monge Solo Agnello* (lamb only) 150g and 400g;
- *Monge Solo Tonno* (tuna only) 150g and 400g;
- *Monge Solo Cervo* (venison only) 150g;
- *Monge Solo Anatra* (duck only) 150g;
- *Monge Solo Selvaggina* (game only) 150g;
- *Monge Solo Coniglio* (rabbit only) 150g.

MORE VITAMINS AND MINERALS. Presented at Zoomark International 2013, *Monge Monoproteico Frutta* is the paté supplemented with fruit and rich in vitamins and minerals. The range includes 6 varieties in 300g trays and 3 in 400g cans:
- *Pollo, Riso e Ananas* (chicken, rice and pineapple) 300g and 400g;
- *Tacchino, Riso e Agrumi* (turkey, rice and citrus fruit) 300g and 400g;
- *Anatra e Lamponi* (duck and raspberries) 300g and 400g;
- *Agnello e Mirtilli* (lamb and blueberries) 300g;
- *Pollo, Riso e Mela* (chicken, rice and apple) 300g;
- *Coniglio, Riso e Mela* (rabbit, rice and apple) 300g.

PIÙ VITAMINE E MINERALI. Presentato in anteprima a Zoomark International 2013, *Monge Monoproteico Frutta* è il paté arricchito con frutta e ricco di vitamine e minerali necessari per il benessere del nostro amico.
Anche questo prodotto è disponibile in esclusiva per il canale specialist in 6 nuove ricette nella vaschetta da 300 g e 3 referenze anche in lattina da 400 g.
Queste le possibili varianti:

- *Pollo, Riso e Ananas* 300 e 400 g;
- *Tacchino, Riso e Agrumi* 300 e 400 g;
- *Anatra e Lamponi* 300 e 400 g;
- *Agnello e Mirtilli* 300 g;
- *Pollo, Riso e Mela* 300 g;
- *Coniglio, Riso e Mela* 300 g.

(E.P)

Monge monoproteico

Novità!!

Dal 23 Maggio 2013
solo per il canale **Specialist**

"Solo"
Patè monoproteici
8 varietà

"Frutta"
Patè monoproteici
5 frutti, 6 ricette

Ricette garantite
100% Monoproteina

Carni di altissima **Qualità**

Senza conservanti e coloranti	**Zero** zuccheri aggiunti	Prodotto **Italiano**	**Garantito Cruelty Free**

MONGE
Dal 1963, il pet food italiano nel mondo

www.monge.it
info@monge.it

MONGE 1963 2013 50

Bon voyage

Ciotole, trasportini, guinzagli, palette, borracce: un kit per avere sempre il comfort a portata di mano

Viaggiare è una passione, un piacere, un'esperienza da condividere con la famiglia e gli amici a quattro zampe in tutta comodità, sicurezza, praticità e rispetto della natura.
Bon Voyage è il nuovissimo kit Fortesan costituito da oggetti indispensabili da tenere in borsa, o in auto, per il comfort di cani e gatti durante i viaggi o le gite fuori porta: pratiche e coloratissime ciotole in silicone che si aprono e si chiudono con la semplice pressione delle dita, trasportini in plastica leggera o in stoffa dai colori vivaci, la comoda paletta in cartone, una praticissima borraccia in plastica trasparente e i coloratissimi guinzagli retraibili.

MONDIAL PET DISTRIBUTION

MONDIAL PET DISTRIBUTION SPA
tel. 0172691520, fax 0172692997
www.mondialpetdistribution.com,
info@mondialpetdistribution.com

FAME E SETE? NO PROBLEM. Fido o Micio hanno fame? Le ciotole da viaggio in silicone di Fortesan, comode, pratiche e colorate, infrangibili e facilmente lavabili permettono all'amico quattrozampe di mangiare anche quando non è a casa: la ciotola sta comodamente in borsa perché, una volta chiusa, occupa poco spazio, diventando così un accessorio ideale e insostituibile per chi vuole sempre il massimo della praticità.
E quando hanno sete? Per le passeggiate in spiaggia o in città, ecco il pratico dispenser per l'acqua, perché anche i nostri amici hanno bisogno di dissetarsi soprattutto nei periodi estivi o nei luoghi caldi.

SEMPRE ASSIEME. Ma Fortesan offre al cliente del petshop anche un utile alleato per portare sempre e comodamente con se gli amici a quattro zampe: una vasta gamma di borse e trasportini per cani e gatti in grado di soddisfare tutte le esigenze.
Studiati per ogni tipologia e taglia di animale, disponibili in plastica o tessuto, sono pratici, funzionali e appositamente creati per la loro sicurezza e protezione.
I trasportini e le borse Fortesan sono utili per affrontare sia i lunghi viaggi in macchina, sia i brevi trasferimenti o le passeggiate in compagnia dei quattrozampe.
Da non dimenticare, poi, le palette in cartone per la raccolta delle feci: pulire è buona norma oltre che un obbligo indicato dalla legge, che prevede severe sanzioni per chi trasgredisce.
Per ultimo, ma non meno importante, il guinzaglio, indispensabile per la sicurezza del cane e delle persone nei luoghi pubblici: Fortesan propone un'ampia gamma di accessori retraibili, colorati e simpatici, resistenti e adatti a tutte le taglie e razze, disponibili nelle lunghezze di 3 e 5 m.
Il kit *Bon Voyage* è disponibile in tutti i migliori punti vendita specializzati. Fortesan augura a tutti i clienti e ai loro piccoli amici animali Bon Voyage! (M.F.) ●

FORTESAN®
l'amico degli animali

CATS & DOGS

Bon voyage

Bowls, carriers, leashes, scoops, water bottles: the kit that guarantees comfort anytime

Travelling together is a passion, a pleasure to share with family and pets: better if it is comfortable, handy and if it respects nature.
Bon Voyage is the brand new Fortesan kit featuring the necessary items for the comfort of cats and dogs during trips or holidays, which can be stored in bags or in the car.
The kit contains: handy and colourful silicone bowls, which can be opened and closed by simple finger pressure; colourful pet carriers made of light plastic or fabric; comfortable cardboard scoop; the handy transparent plastic water bottle and colourful retractable leashes.

HUNGRY OR THIRSTY? NO PROBLEM. What if the pet is hungry or thirsty? Fortesan silicone bowls are comfortable, handy, colourful, unbreakable and easily washable: pets can eat even if they are not at home. The closed bowl can be easily stored in the bag.
What if they are thirsty? For walks on the beach or in town, there is the handy water bottle: pets need to drink, especially in summer or in hot places.

ALWAYS TOGETHER. Fortesan offers a useful ally to carry pets comfortably: a broad range of bags and pet carriers for cats and dogs, capable to meet every need.
They have been developed for all types and sizes of pets. They are made of plastic or fabric: handy, functional and specifically developed to be safe and protecting.
Fortesan pet carriers and bags are useful to face long trips by car, short trips or walks with pets.
Do not forget the cardboard scoop to collect excrements: cleaning is a best practice, besides being mandatory by law.
Last but not the least is the leash: it is necessary to guarantee the safety of pets and people in public places. Fortesan offers a broad range of retractable leashes: funny and colourful, resistant and suited for all sizes and breeds (3 and 5 m).
Bon Voyage kit is dedicated to specialized shops only. Fortesan wish "bon voyage" to customers and pet friends.

Partner ufficiale e fornitore dell'Associazione Toilettatori Italiani.

Aesculap® Favorita II

Tosatrice professionale con cavo. Per piccoli animali.

- Senza vibrazioni
- Ottimi e costanti risultati di taglio
- Adatta per l'uso continuo
- Per un lavoro che non affatica
- Di facile utilizzo
- Testine esclusive di lunga durata

DISTRIBUZIONE IN ITALIA

Per commercianti
Coltellerie Milanesi s.a.s. | Via Solari, 56 | 20144 Milano | info@coltelleriemilanesi.it

Centro Assistenza Autorizzato
Coltellerie di Oreste Messa | Corso di Porta Romana, 1 | 20122 Milano | oreste.messa@gmail.com

Aesculap Suhl GmbH | Fröhliche-Mann-Str. 15 | 98528 Suhl | Germany
clippers@aesculap.de | www.aesculap-clippers.com

Aesculap – a B. Braun company

B|BRAUN
SHARING EXPERTISE

A-XX13014

Sani e in linea

Mantenere l'amico quattrozampe in perfetta forma fisica non è solo un'esigenza estetica: è importante per salvaguardare la sua salute

I motivi che possono aumentare il rischio di sovrappeso tra i nostri amici a quattro zampe sono diversi, come la predisposizione genetica di alcune razze, un'alimentazione squilibrata, un ridotto consumo calorico, spesso dovuto alla vita sedentaria a stretto contatto con il proprio padrone, o la sterilizzazione.
Oggi, però, per aiutarli a ritrovare il peso ideale c'è *Trainer® Personal Sensiobesity,* alimento completo superpremium per cani adulti di taglia piccola e medio-grande tendenti al sovrappeso od obesi.

NOVA FOODS
Amare e Nutrire all'Italiana
NOVA FOODS SRL
tel. 0445941494, fax 0445941522
www.novafoods.it, info@novafoods.it

La sua speciale formulazione è caratterizzata da:
- *estratto secco 100% naturale di kiwi,* che fornisce all'organismo sostanze a elevato potere antiossidante per il benessere cellulare;
- *neopuntia®* un prodotto di origine vegetale che aiuta a ridurre l'assorbimento dei grassi introdotti con l'alimentazione grazie alle sue fibre dotate di potere legante;
- *proteine del pesce,* che aumentano il valore nutritivo della formula offrendo proteine di qualità a elevato valore biologico che, assieme alla L-carnitina, favoriscono il mantenimento della massa muscolare magra.

L'integrazione con la cozza verde, inoltre, apporta nutrienti come la condroitina solfato, per una corretta funzionalità articolare spesso compromessa, nei cani in sovrappeso, per l'eccessiva sollecitazione.
Questa formulazione a basso contenuto calorico (solo l'8% di grassi nella ricetta Mini e il 7,50% nella versione Medium/Maxi) consente un calo ponderale importante in tempi abbastanza contenuti, per aiutare ogni proprietario a ridonare forza, vitalità e benessere al proprio amico.

CATS & DOGS

Healthy and fit

Keeping the pet perfectly fit is not just a question of look: it is important to preserve his health

The factors that may increase the risk of overweight in dogs and cats are different, like specific breeds' genetic disposition, unbalanced diets, reduced calories consumption/burning, often depending on a sedentary life or sterilization. Today, however, *Trainer® Personal Sensiobesity* helps pets find the ideal shape back: it is a superpremium complete diet for adult dogs of small and medium-large size tending to put on weight or being obese.
These are the qualities of the new formula:
- *100% natural dry kiwi extract*, which contains substances with a high antioxidant power;
- *neopuntia®* a product of vegetable origin that helps reduce the absorption of fat from nutrition thanks to its special fibres;
- *fish proteins*, which increase the nutritional value of the formula via quality proteins with a high biologic value that, together with L-carnitine, support a lean muscle mass.
The supplemented green lipped mussel adds nutrients like chondroitin-sulphate that support the joints, which are often worn in overweight dogs.
The new, low calorie diet (only 8% fat in the Mini recipe and 7.5% in the Medium/Maxi formula) fosters a massive body weight loss in a relatively short time and helps the dog recover his shape, vitality and health.

TO STAY FIT. To keep the ideal dog weight, *Trainer®* developed *Trainer® Natural Light Dog*, a range of superpremium diets for adult dogs that tend to put on weight.
The recipes – one for small dogs, one for medium dogs and one for large and giant dogs – have a low lipid level (between 9 and 10%) and are therefore excellent to help the dog keep his ideal weight; neopuntia® helps reduce fat absorption.

IF ALSO THE CAT GOES ON A DIET. Also cats' shape can be affected by sterilization and a too sedentary life. In those cases *Trainer® Personal Light-Sterility* is the excellent solution for adult cats from 1 to 7.
The superpremium, low fat formula is made of fresh chicken and turkey meat; the supplemented neopuntia® helps the cat keep the ideal shape.
The low magnesium level preserves the kidneys.

PER RIMANERE SEMPRE IN FORMA. Per favorire il mantenimento del peso ideale, *Trainer®* propone *Trainer® Natural Light Dog*, una linea di alimenti superpremium studiati appositamente per cani adulti tendenti al sovrappeso.
Queste ricette, una specifica per i cani di piccola taglia, una per i cani di taglia media e un'altra dedicata ai cani di taglia grande e gigante, grazie al loro ridotto apporto di lipidi (tra 9-10%) sono ideali per aiutare ogni animale a mantenere più facilmente nel tempo il peso ideale, mentre grazie alla neopuntia® aiutano a ridurre l'assorbimento dei grassi.

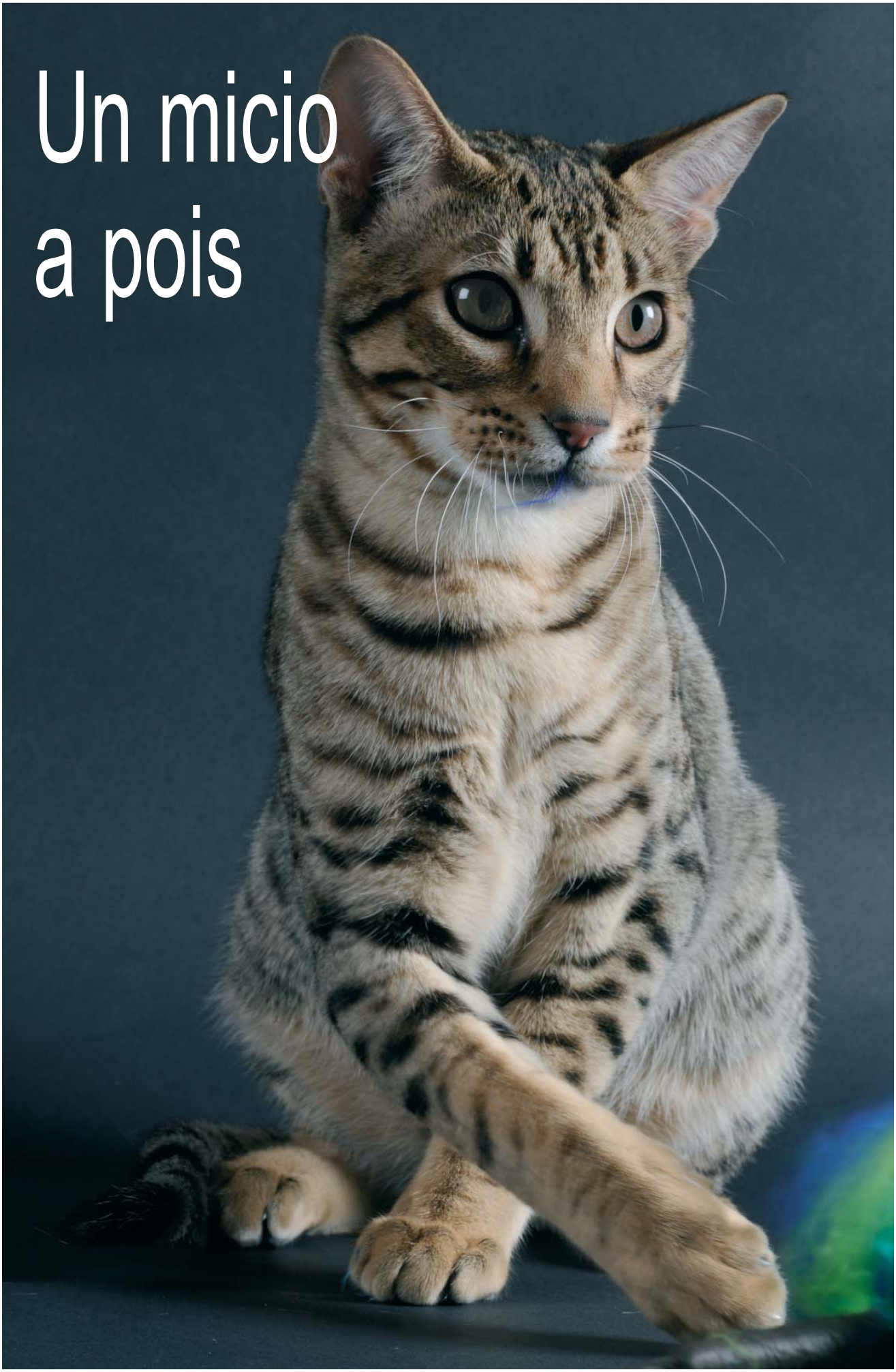
SE ANCHE IL MICIO È A DIETA. Anche la forma fisica dei gatti può risentire della sterilizzazione e dei frequenti pisolini giornalieri.
In questi casi, l'alimento a loro dedicato è *Trainer® Personal Light-Sterility*, ideale per i mici adulti da 1 a 7 anni.
La sua ricetta superpremium a ridotto contenuto in grassi, è realizzata con carne fresca di pollo e tacchino, mentre l'integrazione con neopuntia® aiuta il felino domestico a raggiungere e mantenere il suo peso forma.
Il basso contenuto di magnesio contribuisce, infine, a preservare la funzionalità renale. (F.C.) ●

Vimax Magazine

THE INTERNATIONAL TRADE MAGAZINE FOR THE PET BUSINESS PEOPLE

VIMAX SRL, via Rezzonico 23, 22100 Como, Italy
tel. +39 031301059, fax +39 031301418
www.vimaxmagazine.it, info@vimaxmagazine.it

Un micio a pois



È l'ocicat, un magnifico, affettuoso e intelligente felino made in Usa

di Laura Burani

L'ccicat è una razza di recente diffusione molto conosciuta in America, suo Paese d'origine, e sempre più in crescita in Europa: è il gatto maculato per eccellenza, ma non a opera di una mutazione genetica o di una razza autoctona, è il frutto inaspettato di un mix di razze eseguito nel 1964 in Michigan a titolo sperimentale.

UN PO' DI STORIA. Era il tentativo di creare un siamese con i colori e le caratteristiche tipiche del mantello dell'abissino che indussero Virginia Daly a un accoppiamento tra le due razze: l'allevatrice sapeva che il suo progetto avrebbe richiesto tempo e che sarebbero servite diverse generazioni per fissare le caratteristiche, ma non si aspettava certo di vedere nascere un gattino color avorio a macchie dorate.
Fu la figlia della signora Daly che diede il nome ocicat alla razza a causa della sua somiglianza con l'ocelot *(Leopardus pardalis)*.
Il primo gattino venne sterilizzato e venduto come gatto domestico. Di lui si interessò il giornale di Detroit, più che altro per la speciale colorazione del mantello, e fu così che il dottor Clyde Keeler, un genetista, incoraggiò gli allevatori a compiere i primi passi per lo sviluppo della razza.
Occorsero però più di 20 anni di incroci per fissare i caratteri e creare una larga base genetica attraverso la quale lavorare per non cadere continuamente nella consanguineità.
Il primo riconoscimento della razza avvenne nel 1966 da parte del CFA e il primo esemplare in esposizione fu visto solo nel 1987 negli Stati Uniti.
In Europa la razza venne riconosciuta dalla FIFE nel 1992 e da allora, vittoria su vittoria, l'espansione dell'ocicat aumentò di anno in anno grazie all'interesse per il suo meraviglioso mantello a macchie e alla lucentezza del pelo oltre che al suo adorabile carattere.

LE DOVUTE ATTENZIONI. Una buona spazzolata una volta alla settimana è quello che occorre per tenere lucido il mantello dell'ocicat che, essendo corto, non ha bisogno di troppi interventi da parte dell'uomo, anche perché il gatto si pulisce da sé più volte al giorno.
Per le esposizioni occorre spuntare le unghie e pulire bene l'interno delle orecchie.

UN TIPO DI BUON CARATTERE. Affettuoso, intelligente e vivace, l'ocicat è in grado di apprendere e di essere addestrato: sa compiere azioni a comando e interagisce perfettamente con la persona della famiglia che più preferisce.

COSA DICE LO STANDARD. Taglia da media a grande, robusto, appare atletico e selvaggio, corpo pieno e petto forte con costole arrotondate, ossatura e muscolatura ben sviluppate.
Il dorso mostra una linea orizzontale leggermente più alta nella parte posteriore, i fianchi sono allineati.
In sostanza è un gatto grazioso nel suo insieme, molto attivo, attraente, curioso, interessato a tutto ciò che gli sta intorno.
Le zampe sono medio-lunghe e muscolose, in armonia con il corpo così come i piedi, ovali e compatti, sono in armonia con le zampe.
Il cranio è cuneiforme con muso dall'apparenza squadrata. Profilo di buona lunghezza con una leggera curva dal muso agli zigomi con visibile, ma leggera curva tra il ponte del naso fino alle sopracciglia.
Mento forte con mascella potente e una buona dentatura. Collo arcuato e grazioso.

Orecchie moderatamente grandi, sono apprezzati i ciuffi di pelo che ne esaltano verticalmente la forma. Tracciando un'immaginaria linea orizzontale in rapporto con l'altezza delle sopracciglia, le orecchie devono essere posizionate a 45 gradi, non più alte né più basse.
Occhi grandi, a mandorla, con angolo esterno leggermente all'insù, rivolto alle orecchie e distanti tra loro, non meno della grandezza di un occhio. Non c'è preferenza di colore in rapporto a quello del mantello: tutti i colori sono accettati purché siano intensi.
Coda abbastanza lunga, mediamente sottile e affusolata verso la punta che deve essere di colore scuro.
Mantello con tessitura liscia e satinata, lucentezza brillante, adagiato al corpo, elegante e corto, ma abbastanza lungo da permettere la visibilità delle bande di colore; non deve comunque essere lanoso.

MACCHIE A REGOLA D'ARTE. Le macchie sono nettamente separate tra loro, uniformi per grandezza, rotonde od ovali e sono in armonia con il colore di base. C'è un disegno a forma di "M" sulla fronte con marche che si estendono sopra la testa e tra le orecchie fino a diventare piccole macchie nel collo e nelle spalle.
Sulle orecchie possiamo vedere l'impronta selvatica di colore più chiaro rispetto al resto.
Tutti i colori sono netti e piacevoli. La colorazione più chiara deve trovarsi normalmente sulla faccia, intorno agli occhi, sul mento e sulla mascella inferiore. Gli occhi sono circondati da un segno scuro a sua volta circondato da un colore chiaro in armonia con i colori di base.
Il colore più intenso si trova all'inizio della coda e in caso di dubbio sul cromatismo i giudici controllano proprio l'inizio della coda e i cuscinetti dei piedi per determinare la corretta colorazione del mantello.
Ci sono collari aperti sul collo e sulla gola e braccialetti aperti sulle zampe, più sono aperti più sono apprezzati.
Disegno: macchie rotonde vanno dalle spalle estendendosi lungo la colonna vertebrale verso la coda e si distribuiscono ai fianchi e sulle zampe. Le macchie sono della dimensione di un'impronta di pollice, ben separate tra loro e preferibilmente disposte in circolo sulla pancia come per il disegno classico.
La coda ha macchie alternate ad anelli fino alla punta che dovrà essere di un colore solido e scuro.
I colori della base del pelo sono diversi a differenza delle varietà e precisamente:
- maculato nero, colore di base lepre o bronzo e macchie nere o marrone scuro;
- maculato cioccolato, colore di base avorio caldo e macchie color cioccolato;
- maculato blu, colore di base grigio chiaro e macchie grigie;
- maculato lavanda, colore di base avorio o pelle chiara e macchie lavanda;
- maculato cinnamon, colore di base avorio scuro e macchie cannella;
- maculato fawn, colore di base avorio chiaro e macchie color cerbiatto.

*(I gatti fotografati sono di Lena Boskär-Lööf - allevamento S*Hot Country´s Ocicat, Svezia) e di Franziska Ruprecht - allevamento Spotted Beauty, Svizzera)* ●

Problemi di **Intolleranze** Alimentari?

prolife®

VITALITY SYSTEM nucleotides

www.prolife-pet.it

The **Newtrition**

Monoproteico
Agnello & Riso

Monoproteico
Pesce & Patate

Monoproteico
Maiale & Riso

Monoproteico
Coniglio & Patate

Prolife Sensitive, la risposta alle intolleranze alimentari del tuo cane.

Via della Cooperazione, 16 - 45100 Rovigo - Italy / **www.zoodiaco.com** - zoodiaco@zoodiaco.com

zoodiaco PET & GREEN

Per chi vuole di più...

...sono perfette formule ricche di carni fresche pregiate, monoproteiche e multi taste, ma senza conservanti, coloranti o aromatizzanti

Soluzioni monoproteiche e ipoallergeniche con un'unica fonte di carboidrati e presentate in un packaging innovativo: ecco che cosa serve per rispondere alle esigenze della clientela che cerca prodotti di eccellenza.
Ed è in quest'ottica che *Prolife* presenta in anteprima la nuova selezione di alimenti *Prolife Wet Dog & Cat,* formulati con pregiate carni fresche (fino al 75%) e con la preziosa integrazione nutrizionale naturale Vitality System Nucleotides. Cosa distingue questi alimenti? Facile:

- offrono un'ampia gamma di soluzioni monoproteiche da carni pregiate e non familiari, bilanciate sull'età, sulla taglia e lo stato fisiologico dell'animale;
- sono ipoallergenici, ovvero studiati per ridurre al minimo il rischio di allergie e intolleranze alimentari;
- apportano un'unica fonte di carboidrati nobili selezionati per il migliore assorbimento da parte dell'animale;
- comprendono una ricercata linea "multi taste" (ovvero multi-gusto) per l'alimentazione degli animali dai gusti difficili, senza rinunciare a formulazioni complete e corrette sotto il profilo nutrizionale;
- sono ricchi della preziosa integrazione naturale Vitality System Nucletotides (NuPro®, Bio-Mos®, Sel-Plex®) che sostiene lo sviluppo armonioso dell'organismo in crescita e contribuisce al mantenimento della salute e della condizione corporea ottimale nel soggetto adulto e anziano.

zoodiaco PET & GREEN
ZOODIACO
tel. area Nord 0425474645, fax 0425474647
tel. area Centro-Sud tel. 0744943287, fax 0744944645
www.zoodiaco.com, www.prolife-pet.it,
zoodiaco@zoodiaco.com

PACKAGING DI ECCELLENZA. Gli alimenti *Prolife Wet Dog & Cat,* inoltre, si presentano in formati pensati per rispondere alle richieste dei consumatori sensibili ai prodotti di eccellenza. Le pratiche buste single serve (monodose) Cat da 85 g e le single serve Dog da 300 g sono di particolare impatto e vanno a soddisfare le richieste della clientela moderna che è attenta, informata ed esigente. Per questo, le confezioni si presentano con claim funzionali utili e informativi e con un'impostazione generale che ne accresce la leggibilità e la riconoscibilità a scaffale.
Con il lancio di questa linea, Zoodiaco implementa l'intenso percorso di ricerca e sviluppo che ha condotto alla creazione della linea *dry Prolife* – Vitality System Nucleotides, che sta conquistando fasce di consumatori sempre più consapevoli dell'importanza dell'alimentazione e dell'integrazione nutrizionale di qualità per il cane e per il gatto.

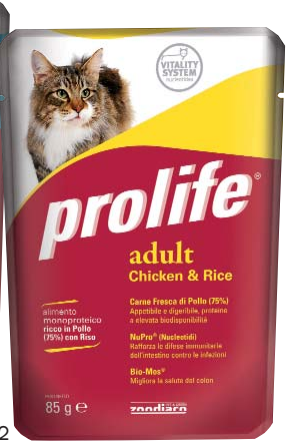
PER GLI AMICI MICI. La linea *Wet* per gatti propone formulazioni monoproteiche e a base di un solo carboidrato con NuPro®, Bio-Mos® e Sel-Plex® e carne fresca fino al 75%. Si può scegliere tra:

- *Kitten Chicken & Rice* (foto 1);
- *Adult Chicken & Rice* (foto 2);
- *Adult Lamb & Rice;*
- *Adult Salmon & Rice;*
- *Adult Sensitive Renna & Patate;*
- *Adult Sensitive Pork & Potato;*
- *Adult Light Chicken & Rice;*
- *Adult Senior Lamb & Rice.*

La selezione *Adult Cat* propone inoltre ricercate formulazioni "multi taste" con NuPro®, Bio-Mos® e Sel-Plex® e carne fresca fino al 70%, da scegliere nelle versioni:

- *Coniglio e Tacchino con Carote;*
- *Pollo e Fegato con Carote* (foto 3);
- *Pollo con Salmone, Gamberetti e Carote* (foto 4);
- *Anatra e Pollo;*
- *Agnello e Manzo;*
- *Pollo e Aringa.*

1



2

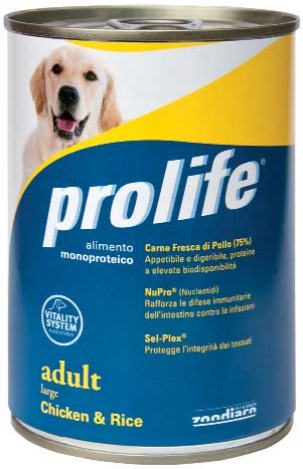
3

4

A MISURA DI CANE. La linea Wet per cani propone formulazioni monoproteiche e a base di un solo carboidrato, in lattina con NuPro®, Bio-Mos® e Sel-Plex® con carne fresca fino al 75%. Le varianti proposte sono:

- *Puppy Chicken & Rice* (foto 5);

5



6

7

8

9

- *Puppy Sensitive Lamb & Rice;*
- *Adult Chicken & Rice* (varianti di taglia Mini, Medium e Large - (foto 6);
- *Adult Turkey & Barley* (foto 7)*;*
- *Adult Lamb & Rice;*
- *Adult Salmon & Rice;*
- *Adult Beef & Rice;*
- *Adult Sensitive Renna & Patate;*
- *Adult Sensitive Pork & Potato* (foto 8)*;*
- *Adult Sensitive Rabbit & Potato* (foto 9)*;*
- *Adult Light Chicken & Rice;*
- *Adult Senior Lamb & Rice.*

La gamma *Adult Dog* propone anche innovative formulazioni "multi taste" (multi-gusto) con NuPro®, Bio-Mos® e Sel-Plex® in pouch da 300 g con carne fresca fino al 70%, da scegliere nelle varianti:

- *Cervo e Anatra con Riso e Ananas;*
- *Manzo e Vitello con Patate;*
- *Pollo e Tacchino con Riso;*
- *Renna e Agnello con Patate;*
- *Salmone e Aringa con Patate;*
- *Bufalo e Pollo con Carote* (foto 10)*;*
- *Canguro e Manzo con Patate* (foto 11)*;*
- *Quaglia e Coniglio con Mele.*

(L.D.) ●

10

11

CATS & DOGS

Who wants more...

…can choose perfect formulas rich in fine fresh meat, single-protein and multitaste. No colouring, preserving or flavouring agents

Single-protein and hypoallergenic solutions with a single source of carbohydrates and an innovatory packaging: this is the best answer to customers looking for excellent products.
Prolife presents the new selection of *Prolife Wet Dog & Cat* products in exclusive. They are made of fine fresh meat (up to 75%) and they are supplemented with precious Vitality System Nucleotides. What are the products' distinguishing features? Here we go:
- They provide a broad range of single-protein solutions from fine and unfamiliar meat, balanced according to pets' age, size and physiological condition;
- They are hypo-allergenic: the risk of allergies and food intolerances is reduced to the minimum;
- They provide a single source of noble carbohydrates, selected according to their absorption level;
- They include a fine "multi-taste" line to satisfy demanding pets as well, without forgetting the complete and suitable nutritional profile;
- They are rich in Vitality System Nutleotides precious natural supplement (NuPro®, Bio-Mos®, Sel-Plex®), which supports the balanced development of growing organism and helps preserve adult and senior pets healthy.

EXCELLENCE PACKAGING. *Prolife Wet Dog & Cat* packages meet the needs of customers looking for excellence products. Handy single-serve 85g Cat Pouches and 300g Dog pouches meet the needs of modern customers, who are attentive, informed and demanding. That is why on the package there are useful slogans, to improve visibility on shelf.
With the launch of the new line, Zoodiaco implements the intense R&D strategy leading to *dry Prolife* – Vitality System Nucleotides line, which is winning the heart of customers increasingly aware of the importance of high-quality nutrition and nutritional integration for cats and dogs.

FOR CATS. *Wet* line for cats offers single-protein formulas featuring a single carbohydrate, with NuPro®, Bio-Mos® and Sel-Plex® and fresh meat up to 75%. Here is the choice:
Kitten Chicken & Rice (picture 1)*; Adult Chicken & Rice* (picture 2)*; Adult Lamb & Rice; Adult Salmon & Rice; Adult Sensitive Reindeer & Potato; Adult Sensitive Pork & Potato; Adult Light Chicken & Rice* and *Adult Senior Lamb & Rice.*

Adult Cat selection also includes fine multi-taste formulas with NuPro®, Bio-Mos® and Sel-Plex® and fresh meat up to 70%:
Rabbit and Turkey with Carrots; Chicken and Liver with Carrots (picture 3); *Chicken with Salmon, Shrimps and Carrots* (picture 4); *Duck and Chicken; Lamb and Beef* and *Chicken and Herring.*

SPECIFIC FOR DOGS. *Wet* line for dogs offers single-protein formulas in cans, featuring a single carbohydrate, with NuPro®, Bio-Mos® and Sel-Plex® and fresh meat up to 75%. Here is the choice:
Puppy Chicken & Rice (picture 5); *Puppy Sensitive Lamb & Rice; Adult Chicken & Rice (*mini, medium and large version – picture 6); *Adult Turkey & Barley* (picture 7); *Adult Lamb & Rice; Adult Salmon & Rice; Adult Beef & Rice; Adult Sensitive Reindeer & Potato; Adult Sensitive Pork & Potato* (picture 8); *Adult Sensitive Rabbit & Potato* (picture 9); *Adult Light Chicken & Rice* and *Adult Senior Lamb & Rice.*

Adult Dog range also includes fine multi-taste formulas in 300gpoiches, with NuPro®, Bio-Mos® and Sel-Plex® and fresh meat up to 70%:
Venison and Duck with Rice and Pineapple; Beef and Veal with Potato; Chicken and Turkey with Rice; Reindeer and Lamb with Potato; Salmon and Herring with Potato; Buffalo and Chicken with Carrots (picture 10); *Kangaroo and Beef with Potato* (picture 11) and *Quail and Rabbit with Apple.*

Vizi e coccole

Morbido il menu di ogni giorno. E morbido anche lo snack per veri rubacuori

Packaging dal forte impatto emotivo, varietà di prodotto, elevato contenuto di carne ad alta digeribilità, accurata selezione delle materie prime: la più alta qualità non è mai troppa per viziare con il meglio del meglio gli amici a quattro zampe, veri e propri rubacuori.
Ecco perché la linea *Heart-Breakers* permette al cliente del petshop di coccolare il suo beniamino con un alimento semiumido, i gustosi snack e gli esclusivi accessori.

Vitakraft
l'energìa
Dall'Amore per gli Animali
VITAKRAFT ITALIA SPA
tel. 075965601, fax 0759656020
www.vitakraft.it, www.heart-breakers.com,
info@vitakraft.it

OGNI GIORNO IL SEMIUMIDO. L'alimento principale della *gamma Heart-Breakers* è *Dinner for One Day*, un prodotto semiumido disponibile in 4 gustose varietà già porzionate per poter essere servito sempre fresco tutti i giorni.
Contiene i seguenti complessi:
- DENTAL CARE, pirofosfati che agevolano l'igiene dentale e limitano la formazione del tartaro;
- SKIN & COAT, complesso vitaminico del gruppo B per una pelle sana e un pelo lucido;
- SENSIBLE DIGESTION, con inulina che favorisce una buona digestione;
- ANTI HAIRBALL (per gatti), con fibre che aiutano l'espulsione dei boli di pelo.

Il prodotto riunisce i vantaggi dell'alimento umido e del secco: si presenta infatti sotto forma di morbidi bocconcini con una percentuale di carne che supera il 70%, in modo da renderli super gustosi e con un elevato tenore di umidità, così da soddisfare il fabbisogno quotidiano di liquidi, senza odori sgradevoli che talvolta accompagnano il prodotto umido.
Tutta la gamma utilizza come legante l'amido di patate ed è priva di zucchero e cereali, quindi indicata in caso di allergie, intolleranze al glutine e digestione delicata.

CATS & DOGS

Pampered and spoilt

A soft diet and a soft snack for a real heartbreaker

An emotionally involving packaging, many varieties, high level of highly digestible meat, accurately selected raw materials: the best quality is there to spoil the four-legged friends, real heartbreakers.
The range *Heart-Breakers* includes a halfmoist diet, tasty snacks and exclusive accessories.

A HALFMOIST DAILY DIET. The basic food in the *Heart-Breakers* range is *Dinner for One Day*, a halfmoist formula available in 4 delicious varieties for a fresh daily use. It contains the following complexes:
- DENTAL CARE, pyrophosphates that support oral care and control tartar build-up;
- SKIN & COAT, B group vitamin complex for a healthy skin and shiny coat;
- SENSIBLE DIGESTION, with inulin, that fosters good digestion;
- ANTI HAIRBALL (for cats), with fibres that help eliminate hairballs.

The product combines the advantages of a moist and dry food: it is made of soft morsels with a high amount of meat (over 70%) that makes them very tasty and a high level of moisture to meet the daily demand of liquid and it is free from very strong odour, which can be annoying in moist food.
All the range uses potato starch as a binder and it is free from sugar and grain: this means it is excellent also for dogs suffering from allergies or intolerances to gluten and sensible digestion.

ALSO THE SNACK IS SOFT. Besides *Dinner for One Day*, the range includes also the tasty *Softleys* – soft, heart-shaped snacks, gluten free and made of more than 90% meat.
There are also the unbeatable *Crunchleys* cookies, which contain juicy and tender meat in a delicious recipe.
Trace elements, like iron, copper, zinc or manganese, are used so as to support top nutrients absorption and assimilation.
Attractive accessories complete the *Heart-Breakers* range: ceramic bowls, the mouse and ball toys, the blanket and crate, sound toys, elegant bandanas and the exclusive t-shirt.

ANCHE LO SNACK È TENERO. Accanto a *Dinner for One Day*, ci sono poi gli appetitosi *Softleys*, snack morbidi a forma di cuore, anch'essi senza cereali e con una percentuale di carne superiore al 90%.
Per i cani sono disponibili anche dei croccanti biscotti dal gusto inconfondibile, i *Crunchleys*; un prodotto che convince sia il proprietario, sia il quattrozampe grazie all'apporto extra di succosa carne, alla consistenza morbida e all'appetitosa ricetta.
Il contenuto di carne varia dal 70% dell'alimento completo semi umido fino al 90% degli snack morbidi, per dare un gusto inconfondibile e un'appetibilità senza confronti.
Inoltre gli oligoelementi, come ferro, rame, zinco o manganese, vengono impiegati in modo da consentirne un miglior assorbimento e una più efficiente metabolizzazione da parte del cane e del gatto.
Per completare la gamma, non mancano gli accattivanti accessori *Heart-Breakers* nell'esclusiva collezione costituita da prodotti selezionati: la ciotola in ceramica, il topolino e la pallina, la coperta e la cuccetta, i giochi sonori, l'elegante bandana e l'esclusiva t-shirt. (R.G.) ●

NOVITA' ASSOLUTA

Vitakraft®
l'energìa
Dall'Amore per gli Animali

"Anche noi Tifosi!"

Prodotti per cani e gatti della tua squadra del cuore!

prodotto ufficiale

prodotto ufficiale F.C. Internazionale

PRODOTTO UFFICIALE

SSC NAPOLI OFFICIAL PRODUCT

prodotto ufficiale

OFFICIAL MERCHANDISE

FIORENTINA Prodotto ufficiale

Official Product

Official Product

Prodotto ufficiale

Oltre 200 articoli delle squadre più amate dagli italiani.

Una grande idea!

Vitakraft®
l'energìa
Dall'Amore per gli Animali

RICHIEDI IL
CATALOGO

info@vitakraft.it
Tel. 075 96.56.01

www.vitakraft.it

Un mito per amico

È il nostro fedele compagno da migliaia di anni. Un'amicizia che ha radici ancestrali di tutte le culture

(seconda parte) di Paolo Sparaciari

Continuiamo il nostro viaggio iniziato sul numero di maggio di *Vimax Magazine* (pag. 144) attraverso epoche lontane e luoghi remoti alla ricerca dei personaggi a quattro zampe più interessanti e misteriosi.
Se l'Africa è per molti il mito dell'avventura e l'America quello della scoperta, l'Asia è certamente il regno del mistero: culture remote e millenarie che hanno segnato indelebilmente il cammino dell'umanità, e anche in questa area del mondo il nostro amico a quattro zampe è il protagonista di storie inverosimili ora belle e positive, ora tremende e spaventose, ma sempre tanto profondamente radicate nella cultura popolare da diventare mito.

LA STORIA DI PANHU. Trasferiamoci con l'immaginazione nella Cina antichissima, molti e molti secoli prima di Sun Tzu e di Confucio, per parlare del cane più famoso della mitologia cinese: Panhu.
Il mito di Panhu affonda le sue radici nella tradizione orale delle popolazioni di ceppo Han originarie della Cina meridionale, ma si diffonde poi con innumerevoli varianti un po' tra tutte le altre etnie che popolano lo sterminato territorio cinese.
La vicenda è questa: ai tempi mitici dell'imperatore Gao Xin, una popolazione barbara del sud, i Rong, non facevano altro che creare problemi, impedendo di fatto allo stesso Gao Xin di pacificare l'area e apportare così prosperità al Paese.
Constatata la sua impotenza ad agire, l'imperatore decise di emettere un bando: chiunque gli avesse riportato la testa del generale dell'esercito Rong avrebbe avuto in premio una montagna d'oro e un ricco feudo. Non solo: il vincitore avrebbe anche avuto in moglie niente di meno che la più giovane delle sue figlie.
L'imperatore aveva una cane, Panhu appunto. Il mito riferisce di un cane di grossa taglia caratterizzato da un mantello a ben 5 colori. Come sia andata nessuno lo sa, sta di fatto che è proprio il nostro cagnone multicolore a riportare all'imperatore il macabro trofeo.
Sulle prime l'imperatore, memore delle promesse fatte, ha qualche giustificata perplessità, e non tanto per la storia dell'oro e del feudo, ma per quella della figlia: il matrimonio di una figlia è, da sempre, una cosa delicata. Darla in moglie a un cane poi, per quanto astuto e valoroso… No, non si poteva proprio fare.
E invece ecco che nella vicenda compare la ragazza che, senza fare tante storie, rammenta al padre che la parola di un imperatore è sacra e non si può mancare.
Il padre, immaginiamo con quale spirito, alla fine acconsente, permettendo alla figlia di lasciare la reggia in groppa al proprio… sposo.
I due si dirigono spediti verso le aspre montagne del sud dove, ben protetti dalle forze della natura, metteranno su una bella famigliola: 12 pargoli in tutto, sei maschi e sei femmine.
Dopo la scomparsa di Panhu, che in molte versioni della storia si era nel frattempo umanizzato, le 6 coppie di fratelli si sposano tra loro dando origine all'etnia Man. Giusto a margine, e anche per fare un po' di storia: l'ultimo imperatore della Cina apparteneva proprio a questa etnia che oggi conta circa 10 milioni di individui.
Il mito di Panhu, il cane che sposò una principessa, è ancora vivo in molte regioni del Sud del Cina come lo Yunnan, il Guizhou, il Guangxi e nella regione montagnosa del Tonkino.
Oltre ad avere un altarino votivo in molte case, il mito di Panhu vive ancora oggi attraverso la particolare foggia dei copricapo cinocefali indossati dalle ragazze nelle ricorrenze più importanti.

fonte Wikipedia

LO SPIRITO DELLA VENDETTA GIAPPONESE. Attraversiamo ora il mare e andiamo in Giappone, la terra della filosofia Zen e dei Samurai per raccontare tutta un'altra storia: è infatti una storia terribile e crudele quella degli *inugami*, divinità o spiriti maligni "personali", nel senso legate alla persona che li ha generati nel modo che andremo a raccontare.
Di origine canina, ma di natura francamente demoniaca, obbediscono al loro padrone attuando vendette, causando dolore e sofferenze come pure favorendo immorali arricchimenti materiali.
Si tratta insomma di spiriti maligni che poco o nulla hanno a che vedere con le meravigliose doti di intelligenza e fedeltà che tanto ammiriamo nei nostri cani.

In effetti, non c'è da stupirsi se queste entità rappresentano il peggio del peggio in fatto di malvagità: basti pensare a come vengono generate. Già perché un *inugami* non nasce dal nulla, ma viene letteralmente creato dalla persona che ne diverrà il gestore e proprietario.
Il rituale tramandato dalla tradizione giapponese per creare un *inugami* è quanto di più crudele si possa immaginare: senza indulgere in particolari troppo cruenti, diciamo solo che un povero cane viene seppellito sino all'altezza del collo e circondato da ogni sorta di cibo. La sofferenza della bestiola può essere eventualmente aumentata con vari sistemi, mentre il proprietario recita periodicamente formule magiche.
L'idea è semplice: più la bestiola soffre, più sarà potente, nel male, il suo spirito. La morte, mai come in questo caso pietosa, libera dal corpo uno spirito comprensibilmente malvagio e crudele con tutto il genere umano eppure schiavo e protettore, ma sino a un certo punto, dell'uomo che lo ha generato.

LA DIVINA VOLPE BIANCA. Fortunatamente nella mitologia giapponese esistono anche storie diverse, che spesso hanno per protagonista, in senso positivo questa volta, non un cane, ma un altro canide: la volpe. Alla volpe, specie se dal mantello bianco, venivano attribuite le virtù magiche proprie delle divinità. Più specificamente erano considerate le messaggere di *Inari*, una delle divinità più in vista della mitologia nipponica antica.
Portatrici di benessere e di raccolti abbondanti, le volpi sono spesso protagoniste di storie a carattere familiare, quasi sempre a lieto fine.

HACHIKO: UNA LEGGENDA IN CARNE E OSSA. Prima di lasciare le isole del Sol Levante e la loro mitologia antica, vogliamo ricordare un personaggio la cui storia ha commosso il pianeta e che, per questo, entra di diritto tra i personaggi della mitologia e della leggenda.
La leggenda, in carne e ossa, nasce negli anni '30 e ha le fattezze di un cane bianco di razza akita di nome Hachiko. Conosciuta anche in occidente grazie a un film con Richard Gere, la storia del cane fedele al proprietario sin oltre la morte ha commosso il mondo, promuovendo il protagonista dal mondo animale a quello, etereo, ma immortale, del mito. ●

Informare per prevenire

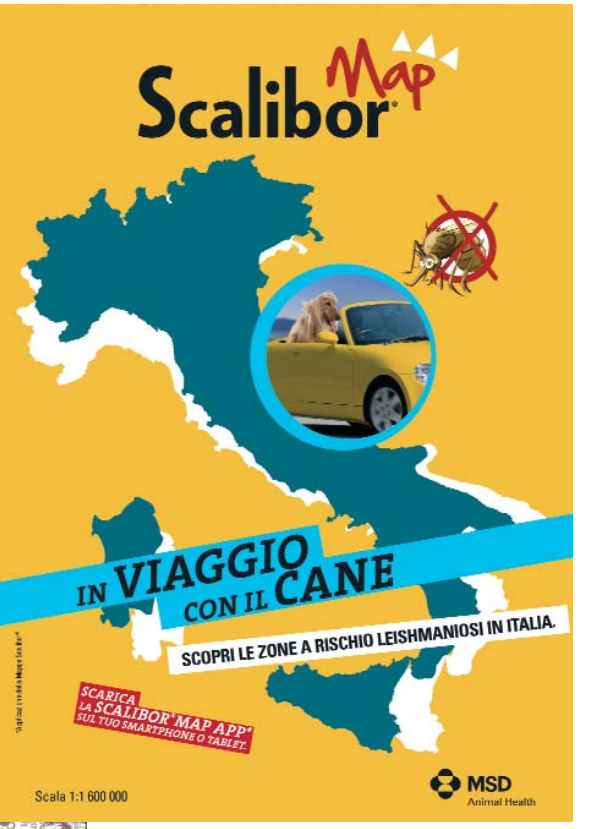
Attraverso una chiara informazione sulle zone in cui è stata accertata la leishmanisosi canina è possibile ridurre il rischio di infezione

Fra luglio e agosto si concentra il maggior numero di partenze per le vacanze e saranno tanti gli italiani in viaggio con i loro amici del cuore. Spesso, però, il soggiorno nei luoghi di villeggiatura può nascondere rischi. E per i proprietari di cani il principale pericolo ha un nome: leishmaniosi, una malattia molto grave e in aumento negli ultimi anni. In questo periodo, quindi, è facile prevedere che petshop e veterinari si troveranno a rispondere a una serie di domande da parte dei proprietari di cani: "mi sa dire se la località dove sono diretto con il mio cane è 'a rischio' per leishmaniosi? Quali sono i rischi a cui può andare incontro il cane? Cosa posso fare per proteggere il mio cane? Dove posso trovare il petshop e il veterinario più vicini?"

Per dare risposte precise a tutti questi quesiti, c'è *Scalibor®Map app*, realizzata da MSD Animal Health per promuovere e sostenere la prevenzione della leishmaniosi.

MSD Animal Health

MSD ANIMAL HEALTH ITALIA
tel. 02516861, fax 0251686685
http://petshop.scalibormap.it,
www.scalibormap.it, www.scalibor.it
www.msd-animal-health.it



PER FAR PARTE DELL'ELENCO. È facile entrare a far parte dei petshop indicati dalla *Scalibor®Map app.*: basta cliccare su *http://petshop.scalibormap.it*, registrarsi gratuitamente e, in un brevissimo arco di tempo, il negozio sarà visibile sull'elenco.

JOIN THE LIST. It is easy to join the list of shops visible through *Scalibor®Map app.* Just visit *http://petshop.scalibormap.it* and register. In a few time, the shop will be visible on the list.

Solo attraverso una chiara informazione sulle zone in cui è stata accertata con sicurezza la presenza di leishmanisosi canina, infatti, è possibile ridurre il rischio di infezione: ecco perché il progetto *Scalibor®Map*, intrapreso ormai diversi anni fa, diventa oggi il simbolo della prevenzione creando un legame stretto fra i proprietari di cani, i negozi specializzati e i veterinari.

UNO STRUMENTO SEMPLICE E IMMEDIATO. La *Scalibor®Map app* è lo strumento multimediale, facile e immediato, che permette di conoscere il rischio di infezione da leishmaniosi sulla base della destinazio-

QR CODE ANDROID

QR CODE APPLE

ne delle ferie estive o dei weekend fuori porta. L'utente potrà visualizzare in tempo reale lo "status" di tutti i Comuni per preparare il cane al viaggio mediante la scelta dell'antiparassitario più adeguato.

Se, infatti, in molte aree italiane la presenza di leishmaniosi non è stata accertata, sarà sufficiente proteggere il cane con un antiparassitario efficace contro pulci e zecche, mentre se dalla consultazione della *Scalibor® Map* risulterà che la destinazione è segnalata come "infetta" o "sospetta", sarà necessario scegliere un antiparassitario attivo anche contro i pappataci, ovvero i vettori della malattia.

L'applicazione *Scalibor® Map* è disponibile gratuitamente sull'app store di iTunes per il mondo iOS (iPhone e iPad) e su Google Play per il mondo Android.

PETSHOP A PORTATA DI MANO. Durante l'estate saranno in tanti ad andare in vacanza con il loro cane, e molti avranno con sé, sullo smartphone o il tablet, la *Scalibor® Map app* con un elenco dettagliato dei negozi per animali localizzati sul territorio.
Far parte dei petshop visualizzati sulla *Scalibor® Map app* è rapido, semplice e gratuito: i titolari interessati dovranno andare sul sito dedicato *http://petshop.scalibormap.it* e inserire i dati del loro punto vendita, poi, nel giro di pochi giorni, saranno visibili ai numerosi utenti che anche nel 2013 sceglieranno di viaggiare informati con la *Scalibor® Map app*.
Numerosi petshop hanno già aderito all'iniziativa ben consci che essere visibili sul "Trova pet-shop" della *Scalibor® Map* significa riservarsi un'opportunità formidabile soprattutto alla luce degli ultimi dati: il 60% dei consumatori in mobilità, infatti, cerca uno specifico negozio nelle vicinanze del luogo di villeggiatura per soddisfare le sue necessità(1).
Se il veterinario, infatti, ha il compito di informare i proprietari dei cani sui rischi della malattia, i negozi specializzati rappresentano l'indispensabile destinazione a cui fare riferimento per l'acquisto dell'antiparassitario specifico contro la leishmaniosi. (G.M.) ●

(1) Opus Research 2011

DOGS

Information for prevention

Clear information on the areas affected by canine leishmaniasis can reduce the risk of infection

Most Italians will go on holiday with their pet between July and August.
However, often the holiday destination might be risky. For dog owners the main danger is leishmaniasis: it is an extremely serious disease, which has increased during the past years.
In these months retailers and veterinarians will probably have to face the questions of owners: "do you know if there is a leishmaniasis risk in the place I am travelling to? What is the risk for dogs? How is it possible to prevent it? Where can I find the nearest specialized shop and veterinarian?"
Scalibor®Map app can answer to all questions: the app has been developed by MSD Animal Health to promote and support leishmaniasis prevention.
Only through clear information on the areas affected by canine leishmaniasis it is possible to reduce the risk of infection. That is why *Scalibor®Map* project, born some years ago, has become the symbol of prevention, creating a strong bond among dog owners, specialized retailers and veterinarians.

EASY AND IMMEDIATE TOOL. *Scalibor®Map app* is the multimedia, easy and immediate tool to detect the risky area for leishmaniasis.
Users can see the real time "status" of all towns, in order to prepare dogs for the trip with the correct parasiticide choice.
Leishmaniasis has not been detected in plenty of Italian areas: in this case it is enough to protect pets with a product effective against fleas and ticks. If *Scalibor®Map* shows that a specific area is "infectious" or "suspicious", it is recommended to choose a product active against sandflies as well, which are the disease's vectors.
Scalibor®Map app is available for free on iTunes app store for iOS-based products (iPhone and iPad), and on Google Play for Android-based products.

SPECIALIZED SHOPS ALWAYS AT HAND. During summer there will be many people travelling with their dog: most of them will use *Scalibor®Map app* on their smartphone or tablet, to browse the detailed list of shops available in Italy.
Join the list of *Scalibor®Map app* shops is quick, easy and free: retailers can register on *http://petshop.scalibormap.it*. After a few days, they will be visible to users that chose *Scalibor®Map app* for 2013 as well.
Plenty of retailers have already joined the initiative: they are well aware that the visibility provided by *Scalibor®Map app* "Find pet shop" section guarantees an important chance, especially if compared to recent figures: 60% of travelling customers look for specific shops in the nearby of the vacation destination, in order to meet their needs(1).
If veterinarians must inform dog owners on the risks of the disease, specialized retailers are the necessary point of reference to buy specific products against leishmaniasis.

(1) Opus Research 2011

Il bello del gioco

E alla fine il premio: uno snack per fargli capire quanto è amato

Il gioco è un momento di piacere, divertimento e benessere per il cane e per il padrone, e può anche diventare un'occasione per insegnare comportamenti semplici o difficili. È importante, però, seguire dei piccoli accorgimenti. Per esempio:

- *scegliere il momento giusto*. Evitare i momenti troppo caldi della giornata e, soprattutto, il periodo immediatamente successivo al pasto;
- *cercare di essere coerenti*. Non permettere al cane durante il gioco di adottare comportamenti solitamente vietati, come per esempio mordicchiare una mano, perché si potrebbe confondere;
- *non accettare l'aggressività*. Se, durante il gioco, il nostro amico diventa troppo aggressivo o irruento, interrompere subito l'attività ignorando il suo comportamento e premiandolo solo quando smette nell'atteggiamento negativo.
- *premiare i comportamenti positivi*. Se il cane esegue un comando o rispetta una regola non esitare a premiarlo con una coccola o uno snack. Si riuscirà, così, a favorire la ripetizione dei comportamenti corretti.

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

TANTE FORME E GUSTI. Per premiarlo quando gioca bene o semplicemente per coccolarlo e fargli capire che è amato, *Joki Plus* offre deliziosi snack in tante forme e gusti.
La linea *Joki Plus Cane* è costituita da deliziosi bastoncini alla carne ricchi di vitamine (D3 ed E), minerali e proteine: è insomma uno snack pieno di energia e vitalità disponibile in 13 golosissimi gusti, ovvero salmone, tacchino, agnello, pollo, selvaggina, coniglio, manzo, prosciutto, tonno, vitello, cervo, formaggio e sogliola.
Gli snack sono racchiusi in stick confezionati singolarmente per preservare la freschezza del prodotto e hanno un'appetibilità irresistibile.

DOGS

A healthy prize

And at the end comes the prize: a snack that mirrors the dog owner's love

Playing together is a pleasure, a moment of leisure and wellness for the dog and its owner; it can also be a chance to have the pet learn simple or complex tasks. Some important issues must be borne in mind, like:
- *choose the right moment*. Avoid the hottest time of the day and, above all, the time immediately after the meal;
- *try to be coherent*. Do not allow your dog to behave in ways that are usually not admitted, like to bit the hand, as it could get confused;
- *do not accept aggressive reactions*. If, while playing, the dog becomes too aggressive or impetuous, stop the activity immediately and ignore its behaviour; award the dog only when it stops with that aggressive attitude;
- *reward the positive attitude*. If the dog accomplishes a task correctly or respects the rules, do reward it with a cuddle or a snack to have it behave correctly again and again.

MANY SHAPES AND TASTES. To reward the dog when it plays well or simply to spoil it and express your love, *Joki Plus* supplies a range of delicious snacks in many shapes and varieties.
Joki Plus Cane is a range of tasty sticks with meat, rich in vitamins (D3 and E), minerals and proteins: it is full with energy and vitality and available in 13 varieties – salmon, turkey, lamb, chicken, game, rabbit, beef, ham, tuna, veal, venison, cheese and sole.
The snacks are packed to preserve freshness and ensure irresistible palatability.
Joki Plus Special are delicious meaty sticks supplemented with specific ingredients for dogs with special demands. The varieties are:
- *Sensitive* (Lamb and Rice), with ingredients that convey omega 3 and 6 fatty acids;
- *Vitality* (Beef), supplemented with L-carnitine;
- *Senior Mobility* (Chicken), with ingredients that contain chondroitin.

Joki Plus Delicatessen includes crunchy delicacies with a soft filling – chicken, cheese and salmon; they are free from preservatives and supplemented with vitamin A, D3 and E.
The *Joki* range includes also:
- *Joki Plus Special Light* (Chicken and Turkey), with only 4% fat and no added sugar; it is supplemented with L-carnitine, vitamins and minerals;
- *Joki Plus Special Training* (Beef, Chicken and Lamb), with calcium, vitamin A, D3, E and choline;
- *Joki Plus Special Elegance* (Lamb & Rice), with prebiotics (fructo-oligosaccharides), vitamins and minerals, no added sugars.

I *Joki Plus Special* sono invece deliziosi bastoncini alla carne arricchiti con ingredienti specifici per la forma del cane con esigenze speciali. Si può infatti scegliere tra:

- *Sensitive* al gusto Agnello e Riso, contiene ingredienti apportatori di acidi grassi omega 3 e 6;
- *Vitality* al gusto Manzo, con integrazione di L-carnitina;
- *Senior Mobility* al gusto Pollo, con ingredienti apportatori di condroitina.

Nei formati bag, cioè nelle confezioni con numerosi "bocconcini" per tanti momenti di snack, la gamma offre anche i *Joki Plus Delicatessen*, delizie croccanti con morbido ripieno disponibili nei gusti Pollo, Formaggio e Salmone, senza conservanti e arricchiti con vitamine A, D3 ed E.

Ma non è finita. La possibilità di scelta permette infatti di spaziare anche tra:

- *Joki Plus Special Light*, con solo il 4% di grassi senza zuccheri aggiunti, con L-carnitina, vitamine e minerali, al gusto Pollo e Tacchino;
- *Joki Plus Special Training*, molto appetibili, con calcio, vitamine A, D3, E e colina, al gusto Manzo, Pollo e Agnello;
- *Joki Plus Special Elegance*, con prebiotici (frutto-oligosaccaridi), vitamine e minerali, senza zuccheri aggiunti, al gusto Agnello e Riso.

Insomma: sono proprio tanti i modi e le opportunità per premiare il proprio cane e, sul sito www.jokiplus.it, i clienti del petshop potranno trovare tanti consigli e informazioni utili per giocare al meglio con il loro amico del cuore. (M.C.) ●

Il segreto del benessere

Un organismo depurato e rinforzato attraverso l'alimentazione per quattrozampe belli e sani

Il cliente del petshop desidera il bene per il suo amico a quattro zampe? Allora, si può affidare ai prodotti della linea *Green Fish*, dove il valore nutrizionale del pesce, ricco di omega 3 e 6, unito alle proprietà di erbe naturali come cardo mariano, carciofo e rosmarino, offre la garanzia di appetibilità, leggerezza e salute.
Inoltre, l'alimento complementare *De-Tox*, disponibile in compresse e in pasta, ha la proprietà di rinforzare l'effetto con una doppia funzione benefica per fegato e reni.

marpet
functional pet food
MARPET SRL
tel. 0456600134, fax 0457000124
www.marpet.it, www.greenfish.it,
info@marpet.it

UN OCEANO DI QUALITÀ. Il segreto del benessere è la disintossicazione e la depurazione garantita da un cibo che sia in grado di nutrire in modo sano, semplice e naturale e *Green Fish* raggiunge questo obiettivo grazie soprattutto alla combinazione tra pesce ed erbe perché:

- il cardo mariano, che ha azione epatoprotettiva, stabilizza l'epatocita e impedisce la penetrazione di agenti tossici;
- il carciofo svolge un'azione epatoprotettiva e diminuisce la produzione di colesterolo e trigliceridi endogeni;
- il rosmarino, ha azione disintossicante e drenante nel trattamento delle turbe digestive e, inoltre, ha eccellenti proprietà antiossidanti;
- gli omega 3 e 6 contenuti nel pesce e nell'olio di mais, contribuiscono al benessere dell'animale grazie alla loro attività antinfiammatoria.

PIÙ APPETIBILITÀ, PIÙ SALUTE, PIÙ LEGGEREZZA. Sono davvero numerosi i punti di forza che la linea *Green Fish* può garantire: prima di tutto l'appetibilità, una qualità derivante dalle deliziose ricette che, anche grazie alla notevole offerta e varietà, sapranno sicuramente ricevere l'apprezzamento degli amici a quattro zampe.

CATS & DOGS

The secret for well-being

Purified and stronger organism thanks to nutrition, for healthy and beautiful pets

If customers of specialized shops look for the best products for their pets, it is possible to rely on *Green Fish* products. The nutritional value of fish, rich in omega 3 and 6, combined with natural herbs such as milk thistle, artichoke and rosemary, guarantees an appetizing, light and healthy products.
Moreover, *De-Tox* complementary food, available in pills and paste, helps strengthen the effect with a double beneficial action on liver and kidneys.

AN OCEAN OF QUALITY. The secret for well-being is purification, granted by food that provides healthy, simple and natural nutrition. *Green Fish* reaches the goal thanks to the combination between herbs and fish:
- Milk thistle protects liver. It stabilizes the hepatocyte and prevents toxic agents from entering;
- Artichoke protects liver and reduces the production of cholesterol and endogenous triglycerides;
- Rosemary has a purifying action on digestive ailments, as well as excellent antioxidating properties;
- Omega 3 and 6 contained in fish and maize oil help guarantee the pet's well-being, thanks to their anti-inflammatory action.

MORE APPETIZING, HEALTHIER, LIGHTER. *Green Fish* line features several points of strength: first of all it is appetizing, thanks to delicious recipes, which will be appreciated by pets. It guarantees well-being, for healthy cats and dogs. Moreover, it is as light as fish can be. *Tuna only, Tuna with Potatoes, Tuna with Rice, Fish Sticks, Tuna with Rice and Vegetables, Tuna Biscuits*. Puppy and Adult pouches with fish and rice create a complete line, to meet even the most demanding pets, with a broad choice of dry and moist products featuring a unique philosophy: appetizing and light food, for an effective nutrition to preserve the beauty and well-being of pets.

A LITTLE HELP FOR LIVER AND KIDNEYS. For healthy cats and dogs Marpet also offers a range of technical complementary food: they are available in pills and paste, for easy and handy feeding.
Green Fish line includes *De-Tox*, the nutritional complementary food that can be added to *Green Fish* daily meal.
If combined, the two products can be extremely useful in case of intolerances and allergies, with a purifying and strengthening action on the organism.
De-Tox is available in 30-pill package or in 30-g paste syringe.

EVOLVING REALITY. Marpet's mission is to provide cats and dogs with the complete ad healthy nutrition, which helps the prevention or treatment of diseases connected with nutrition (such as intolerances or allergies).
Today Marpet offers GreenFish, Equilibria, Omogenea Mousse, Maintenance Line (Fish and Horse) lines, besides a range of exclusive complementary food and new Imperial Care litter.
Marpet is present all over Italy, as well as in other European and non-European countries, such as: Germany, Austria, Spain, Belgium, France, Switzerland, Japan and Russia.

In secondo luogo il benessere, un risultato garantito per cani e gatti che si vogliono sempre più in salute.
Infine, la leggerezza dei cibi, un vantaggio che solamente il pesce sa offrire.
Solo Tonno, Tonno con Patate, Tonno con Riso, Bastoncini di Pesce, Tonno con Riso e Verdure, Biscotti al Tonno: le confezioni Puppy e Adult a base di pesce e riso costituiscono una linea completa e in grado di soddisfare anche i clienti più esigenti.
Una scelta ricchissima di prodotti secchi e umidi con una sola grande filosofia di base: più appetibilità e più leggerezza per una nutrizione più efficace, che contribuisca a mantenere il benessere e la bellezza dei nostri amati pet.

UNA MARCIA IN PIÙ PER FEGATO E RENI. Ma per cani e gatti sempre più in forma, Marpet offre anche una gamma di alimenti complementari molto tecnici, realizzati sia in compresse, sia in pasta per una somministrazione comoda e rapida.
In particolare, la linea *Green Fish* sposa al meglio le sue caratteristiche con *De-Tox*, un complemento nutrizionale a base di principi naturali da aggiungere alla razione giornaliera di *Green Fish* umido o secco.
Usati in combinazione, i due prodotti possono risultare molto utili nei casi di intolleranze e allergie, depurando e rinforzando l'organismo.
De-Tox è disponibile nella confezione da 30 compresse oppure nella siringa in pasta da 30 g.

UNA REALTÀ IN EVOLUZIONE. La missione di Marpet è, da sempre, quella di nutrire in salute, garantendo a cani e gatti una nutrizione completa e corretta, capace di prevenire, o aiutare a risolvere, le patologie legate all'alimentazione come, per esempio, intolleranze e allergie.
Oggi Marpet si presenta sul mercato con le linee *GreenFish*, *Equilibria*, *Omogenea Mousse*, *Maintenance Line* (Pesce e Cavallo) oltre che con una gamma di alimenti complementari esclusivi e, infine, con le nuove lettiere *Imperial Care*.
Oltre a essere presente sull'intero territorio nazionale, Marpet è attiva anche in diversi Paesi europei ed extra europei, con distributori in Germania, Austria, Spagna, Belgio, Francia, Svizzera e Giappone e Russia. (F.C.) ●

GREEN FISH & DE-TOX
BENESSERE E SALUTE

GREEN FISH

Un organismo depurato e rinforzato: questo è uno dei segreti del benessere animale. Se desideri il bene per il tuo amico a quattro zampe, affidati ai prodotti della linea Green Fish: le proprietà delle erbe naturali come cardo mariano, carciofo e rosmarino, unite al valore nutrizionale del pesce, ricco di Omega 3 e 6, ti garantiranno appetibilità, leggerezza e salute. Inoltre l'integratore De-Tox, in compresse e in pasta, rinforzerà l'effetto con una doppia funzione benefica per fegato e reni. **Green Fish & De-Tox: solo il meglio per il benessere e la salute del tuo animale.**

Marpet s.r.l. / Via Don Sasselle D'Era 13 – 37041 Albaredo D'Adige VR
Tel. 045 6600134 /**Info@marpet.it**

Colpire nel segno

Grazie a una formula clinicamente provata, il peso perso dai nostri quattrozampe non viene più ripreso

È Hill's™ Prescription Diet™ Metabolic Advanced Weight Solution il nuovo, rivoluzionario alimento per un'efficace perdita di peso che Hill's Pet Nutrition ha presentato martedì 28 maggio in una tavola rotonda che si è svolta a Milano.
I relatori hanno spiegato come agisce il nuovo prodotto che sfrutta un complesso di componenti nutritivi, formulati scientificamente, in grado di agire direttamente sul dispendio energetico di ciascun animale e stimola a bruciare i grassi mantenendo, al tempo stesso, la massa muscolare magra, sopraregolando o sottoregolando l'espressione di alcuni geni.
Cosa significa? Facile: vuol dire che *Metabolic Advanced Weight Solution* è in grado di "spostare" il profilo di espressione genica degli animali obesi o in sovrappeso verso quello normalmente associato agli animali magri.
Il proprietario, quindi, non è più costretto a rispettare rigorosamente il dosaggio di cibo, né a cambiare le abitudini nella somministrazione.

HILL'S PET NUTRITION ITALIA SRL
numero verde 800-701702
www.hillspet.it

IL 28% DI GRASSO IN MENO. Nel corso della tavola rotonda sono stati illustrati i risultati delle ricerche sull'efficacia di *Hill's™ Prescription Diet™ Metabolic Advanced Weight Solution*: il peso in eccesso perso dagli animali non viene ripreso, e la formulazione è clinicamente provata per determinare una perdita di grasso corporeo del 28% in due mesi, preservando la massa muscolare magra.
Studi clinici confermano che, una volta raggiunto il peso stabilito, gli animali possono mangiare quantità maggiori dell'alimento stesso senza alcuna privazione (fino al 50% in più di calorie) mantenendo così il corretto peso forma e un corpo snello.
Infatti il prodotto, disponibile sia secco sia umido, grazie alla sua ecc ezionale appetibilità è indicato anche per l'alimentazione a lungo termine nei soggetti tendenti all'obesità.

PROPRIETARI SODDISFATTI. Gli alimenti dietetici funzionano nell'ambito delle cliniche, ovvero sotto stretto controllo veterinario, ma *Hill's™ Prescription Diet™ Metabolic Advanced Weight Solution* è provato per la sua efficacia anche a casa, mantenendo le abitudini quotidiane dei proprietari e dei loro animali.
L'efficacia è stata confermata da una prova di somministrazione effettuata, sotto controllo veterinario, su 314 cani e gatti di proprietà, che hanno perso settimanalmente lo 0,7% del loro peso corporeo iniziale.

Il tasso di perdita di peso settimanale è paragonabile ai risultati dei programmi di perdita di peso gestiti in modo molto più rigoroso.
Uno sbalorditivo 88% dei cani e dei gatti che hanno partecipato al programma sono dimagriti e 8 proprietari su 10 sono rimasti talmente soddisfatti del risultato ottenuto che consiglierebbero *Metabolic Advanced Weight Solution* ad amici con animali in sovrappeso.
Lauro Mainini, Veterinary Affairs Manager di Hill's™ Pet Nutrition ha sottolineato: "*Metabolic Advanced Weight Solution* offre la possibilità di perdere peso senza privazioni. Questo permette ai proprietari di far seguire in modo semplice ai propri animali un programma idoneo, rispettando le indicazioni del veterinario sulla somministrazione del cibo e raggiungendo così il peso forma ideale che può essere facilmente mantenuto nel tempo".

CATS & DOGS

Hit the nail on the head

Thanks to clinically-tested formulas, pets do not gain lost weight anymore

Hill's™ Prescription Diet™ Metabolic Advanced Weight Solution is the new and revolutionary product to lose weight effectively. Hill's Pet Nutrition presented the new line during a round table held in Milan on 28th May.
Experts explained how the new product works. It contains a mix of nutritional and scientifically-formulated substances, which help pets burn weight and preserve lean muscle mass, simply by over- or under-regulating the expression of certain genes.
What does it mean? Easy: *Metabolic Advanced Weight Solution* can "move" the profile of gene expression of obese or overweight pets towards the profile of thin pets.
It means that owners are no more forced to respect the quantity of food or to alter the dietary habits.

28% LESS FAT. During the round table, experts explained the results of the tests on *Hill's™ Prescription Diet™ Metabolic Advanced Weight Solution*: pets do not gain lost weight anymore and the formula is clinically tested to guarantee 28% fat loss in two months, preserving the lean muscle mass.
Clinical studies show that, once pets reaches their ideal weight, they can eat larger quantities of food (up to 50% calories more), preserving the correct weight and a slim body.
Being extremely appetizing, the product (available in moist and dry version) is suited for long-term diet for pets subject to obesity.

SATISFIED OWNERS. Diet food is used in clinics (under strict medical control), but *Hill's™ Prescription Diet™ Metabolic Advanced Weight Solution* can be fed at home as well, preserving the daily habits of both pets and owners.
A test was carried out, under veterinary control, on 314 owned cats and dogs. They lost 0.7% of their beginning weight every week. The rate of weight lost every week can be compared to extremely strict diets.
88% of cats and dogs lost weight and 8 out of 10 owners were so satisfied that they would recommend *Metabolic Advanced Weight Solution* to friends with overweight pets.
Lauro Mainini, Veterinary Affairs Manager at Hill's Pet Nutrition, underlined that: "*Metabolic Advanced Weight Solution* offers the chance to lose weight without sacrifices. In this way pets can follow a specific diet, respecting the instructions of veterinarians and reaching the ideal weight, which can be easily maintained in the long term".

THE RESULTS. *Metabolic Advanced Weight Solution Canine* and *Feline* products are clinically tested to safely support weight loss and the maintenance of ideal weight.
The study has been carried out on two groups of ten dogs featuring a percentage of body fat over 33.1%, and two groups of cats with over 30% of body fat (DEXA measures). The groups have been fed in order to lose weight for four months, to reach the ideal weight, and they have been fed according to maintenance diet for four more months.
Dogs lost respectively 11.8% and 12.6% of body weight, plus 29.9% and 27.5% of body fat in eight weeks. Cats lost respectively 14.2% and 15% of body weight, plus 30.1% and 29.1% of body fat in eight weeks.
Metabolic Advanced Weight Solution Canine and *Feline* products are available in the following sizes:
- Dry food bag for dogs: 1.5 - 4 and 12 kg;
- Canned moist food for dogs: 370 g;
- Dry food bag for cats: 1.5 and 4 kg;
- Canned moist food for cats: 156 g.

I RISULTATI DELLO STUDIO. Gli alimenti *Metabolic Advanced Weight Solution Canine* e *Feline* sono clinicamente provati per supportare in modo sicuro la perdita ponderale e il mantenimento del peso corretto.
Lo studio è stato condotto su due gruppi di 10 cani con >33,1% di grasso corporeo e due gruppi di gatti con >30% (misurazione DEXA): entrambi i gruppi sono stati alimentati in modo da determinare un calo per 4 mesi fino al raggiungimento del peso ideale e al successivo regime di mantenimento per altri 4 mesi.
I cani hanno perso in media l'11,8% e il 12,6% di peso corporeo e il 29,9 e il 27,5% di grasso corporeo in 8 settimane, mentre i gatti hanno perso in media il 14,2% e il 15% di peso corporeo e il 30,1 e il 29,1% di grasso in 8 settimane.
Gli alimenti *Metabolic Advanced Weight Solution Canine* e *Feline* sono disponibili nei seguenti formati:
- secco per cani in sacco da 1,5 - 4 e 12 kg;
- umido per cani in lattina da 370 g;
- secco per gatti in sacco da 1,5 e 4 kg;
- umido per gatti in lattina da 156 g.

(S.C.)

Poco terrier, molto pastore

Nato come cane da pastore, il tibetano è un terrier davvero molto speciale…

di Lorena Quarta

Nonostante il nome terrier, e benché sia classificato tra i soggetti da compagnia, il tibetan terrier è in realtà un cane da pastore (in alcuni Paesi come il Canada assolve tuttora questo compito) che veniva utilizzato anche come cane da guardia. Originario del Tibet come altri cani oggi da compagnia (tibetan spaniel, lhasa apso, shih tzu), è conosciuto anche come dhokhi apso, darjeeling terrier e chrysantheum dog sia per il ciuffo di lunghi peli che scendono sugli occhi a mo' di petali di crisantemo, sia per il suo aspetto che lo rende assimilabile a una sorta di bobtail o di bearded collie in miniatura.

UN PO' DI STORIA. È una razza antichissima, nata probabilmente 2.000 anni fa e proveniente dalla mitica Valle Perduta, chiamata così perché un violento terremoto nel 1300 la isolò dal resto del mondo. I terrier tibetani erano considerati cani sacri e perciò vissuti come doni preziosi da riservare all'imperatore del Celeste Impero, ai capi dei villaggi o ai visitatori in segno di riconoscenza, di stima e di buon augurio. Solo i maschi erano oggetto di dono e proprio per questo, per poter continuare l'allevamento, si dovette ricorrere al contributo di sangue di un altro cane tibetano: il tibetan spaniel.

È stato proprio grazie a un regalo che la razza arrivò in Occidente nel 1920: una donna tibetana, operata dalla dottoressa inglese Agnes Greig, in segno di riconoscenza le fece dono di un esemplare femmina di nome Bunti.

La dottoressa comprò in seguito un maschio cominciando così l'allevamento della razza in Europa con l'affisso Lamleh, mentre negli anni '50 il tibetan comincia a farsi conoscere anche Oltreoceano.

BENE A SAPERSI

- Il Kennel Klub Indiano riconobbe il terrier tibetano nel 1920, chiamandolo terrier perché, molto probabilmente, la sua taglia era molto simile a quella della maggior parte dei terrier.
- Il tibetan terrier visse per secoli nei monasteri tibetani e veniva regalato, mai venduto, ai visitatori come simbolo di buon auspicio per il viaggio di ritorno e per questo fu soprannominato "holy dog", cioè cane sacro.
- Si dice che il tibetan sia per 1/3 cane, 1/3 gatto e 1/3 persona, possedendo la devozione e lealtà dei cani, l'agilità e la malizia del gatto e l'intelligenza dell'uomo.

DIAMO I NUMERI. Il terrier tibetano non è mai stato molto diffuso IN Italia. Questi i cani iscritti negli ultimi anni: 14 nel 2008, 26 nel 2009, 33 nel 2010 e 40 nel 2011. È decisamente più apprezzato in altri Paesi europei come Gran Bretagna (1.283 gli iscritti nel 2012) e Germania (571 nel 2011), ma anche in Francia e nei Paesi Bassi, dove lo scorso anno sono stati registrati rispettivamente 332 e 210 soggetti.

CENNI DI STANDARD. Il tibetan terrier è un cane robusto, di media taglia, generalmente costruito nel quadrato.
La testa è ricca di pelo lungo che cade in avanti, ma non sopra gli occhi, e che non deve alterare la facoltà di vedere.
La mascella inferiore porta un po' di barba, ma senza esagerazione. Il cranio si restringe leggermente dall'orecchio all'occhio, lo stop è marcato, ma non esagerato, il tartufo nero, il muso forte, la chiusura dei denti a forbice o forbice rovesciata.
Gli occhi sono grandi, rotondi, né sporgenti né infossati, marrone scuro con rime palpebrali nere, le orecchie pendenti, portate non troppo aderenti alla testa, a forma di "V", non troppo larghe, inserite piuttosto alte sul lato del cranio, con abbondanti frange.
Il collo è forte, muscoloso e di media lunghezza, il corpo ben muscoloso, compatto e potente, la linea superiore orizzontale, la groppa orizzontale, il torace con buona cerchiatura di costole.
La coda è di media lunghezza, inserita piuttosto alta, portata allegramente arrotolata sul dorso, ricca di frange. Nodo vicino alla punta spesso presente e permesso.
Gli anteriori sono ben ricchi di pelo, con spalle ben inclinate, arti diritti e paralleli e piedi larghi, rotondi, riccamente forniti di pelo tra dita e cuscinetti, con dita non arcuate, i posteriori sono ben forniti di pelo, ben muscolosi, con ginocchia ben angolate e garretti discesi, piedi come gli anteriori.
In movimento la spinta non denota alcuno sforzo con buon allungo, al passo e al trotto i posteriori si muovono sulla stessa linea degli anteriori.
Il pelo è doppio, con sottopelo fine e lanoso e pelo di copertura abbondante, fine, ma non serico né lanoso, lungo, diritto o ondulato, ma non ricciuto. Il colore può essere bianco, dorato, crema, grigio o fumo, nero, pluricolore e tricolore: in pratica tutti i colori, tranne il cioccolato o il fegato, sono permessi.
L'altezza al garrese è 36-41 cm per i maschi, per le femmine un po' meno.

IL CLUB. Club Cani Compagnia, Casella Postale 72, 16033 Lavagna (GE), cell. 3339263505 (martedì e giovedì 20.00/22.00, sabato 10.00/12.00), fax 0185377660, www.clubcanicompagnia.it, info@clubcanicompagnia.it

FEDELE E AFFIDABILE. Nonostante il nome, il tibetan terrier non possiede il coraggio e l'istinto venatorio tipici dei terrier, è invece un ideale cane da compagnia che, grazie alla taglia contenuta, si adatta senza problemi alla vita in appartamento.
Convive pacificamente con altri cani di qualsiasi razza (non è attaccabrighe nemmeno con quelli del suo stesso sesso, anche se non è molto incline alla sottomissione) e anche con altri animali, in casa è socievole, allegro e vivace (probabilmente il più vivace delle razze tibetane), si affeziona moltissimo a tutti i membri della famiglia e cerca sempre il contatto con uno di loro.
È sveglio e intelligente e, quindi, la sua educazione è abbastanza facile anche se dovrà conciliarsi con la dignità tipicamente orientale che caratterizza la razza e con la sua spiccata personalità: ha bisogno di un leader cui fare riferimento e, se non lo trova, si sente in diritto di prenderne il posto.
Con gli estranei è tendenzialmente schivo e riservato, ma mai aggressivo né mordace, e proprio per questo può essere considerato un eccellente allertatore.
Benché viva benissimo tra le mura domestiche, è anche molto agile e sportivo, quindi potrà praticare con successo discipline come l'agility o potrà essere il compagno ideale per passeggiate in montagna o scampagnate all'aria aperta.
Una sua qualità è la grande capacità di adattamento a seconda della tipologia di padrone: sa essere infatti un compagno discreto e tranquillo per le persone più anziane, un vivace compagno di giochi per i bambini e un instancabile camminatore per il padrone più sportivo.
Dal punto di vista della salute è un cane sano, robusto e longevo, il lungo mantello però richiede cure assidue e deve essere regolarmente spazzolato soprattutto nei periodi di muta.
(I cani fotografati nel servizio sono dell'allevamento Qanda Lhi's Tibetans di Lisa Del Monte, www.terriertibetano.com) ●

Siamo animali da agenzia e sappiamo quello che vogliamo!

Tommy, 4 anni
CREATIVO

"Abbiamo fiuto per le idee graffianti e indipendenti."

Paco, 35 anni
WEB DEVELOPER

"Puntiamo sempre in alto, verso le nuove correnti della tecnologia."

Cleo, 3 anni
P.R. e GESTIONE EVENTI

"La classe non è acqua... I nostri eventi lasciano tutti a bocca aperta."

Zoe, 40 anni
CONSULENTE STRATEGICO

"Conosciamo le migliori strategie per raggiungere obiettivi solidi e durevoli nel tempo."

Jack, 7 anni
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGER

"Le nostre promozioni fidelizzano il cliente. Il tuo brand? Diventerà il suo nuovo migliore amico."

Vimax lavora nell'editoria e nei servizi legati all'industria dei prodotti per animali da compagnia da più di vent'anni. Vimax Service nasce da questa lunghissima esperienza sul campo, con un'unica intenzione: offrire ai professionisti del pet i migliori servizi di comunicazione e sviluppo. Con passione e competenza.

VIMAX
Pet Trade Service

Como - Italy - Via Rezzonico, 23
Tel. + 39 031 30 10 59 - Fax +39 031 30 14 18
info@vimaxservice.it - www.vimaxservice.it

Lassù qualcuno ci ama

Il businness langue? Ci vuole un'idea, un nuovo servizio. Per esempio aiutare i padroni afflitti a far transitare verso un mondo più felice il loro fedele amico a quattro zampe

di Sahara Sebastiani

Quando il mercato langue e la crisi rischia di avere la meglio, è il momento di rimboccarsi le maniche e dar fondo alla creatività per trovare iniziative di supporto capaci di rinverdire i bilanci più stiracchiati. Ma se le idee scarseggiano? Se proprio non viene in mente nulla di nuovo e appetibile?
Anche in questo caso è vietato scoraggiarsi: basta guardarsi attorno, informarsi su quello che fanno nel resto del mondo e… trarre vantaggio dai buoni esempi: non c'è infatti nulla di male a far proprie, adattandole alle esigenze personali, intuizioni e progetti di successo.
La buona idea, il buon esempio, viene questa volta dall'Umbria, esattamente da Perugia, dove già nel 2008 è attiva un'impresa molto particolare: si chiama *Funeral Planner* e funziona come una vera e propria agenzia di pompe funebri per animali.

UN'ESIGENZA SEMPRE PIÙ DIFFUSA. Da dove sia partita l'idea, che all'estero (e soprattutto negli Stati Uniti) rappresenta una realtà molto diffusa, è fin troppo facile capirlo: anche nel nostro Paese, infatti, gli animali domestici sono diventati membri della famiglia a tutti gli effetti, e quando ci lasciano si prova un dolore e un senso di vuoto inimmaginabile per chi non l'ha mai provato, identico in tutto e per tutto a quello per la perdita di una persona cara.

Per il proprietario di un cane, un gatto, una tartaruga o un criceto, infatti, spesso non esistono alternative: i cimiteri per animali sono ancora troppo rari in Italia e, a meno di possedere un giardino in cui provvedere a una sepoltura "fai-da-te", non ci sono alternative all'inceneritore per i rifiuti.
Da qui alla considerazione che stia diventando un'esigenza il poter dedicare un ultimo addio meno triste e squallido di quanto avvenga di solito, il passo è stato breve. Proprio come hanno ragionato gli ideatori di *Funeral Planner,* che infatti si occupa di dare una degna sepoltura agli amati beniamini occupandosi a 360 gradi anche del loro funerale e di tutte le pratiche connesse all'evento, mettendo in campo proposte di cerimonie adattabili alle esigenze della clientela: da poche centinaia di euro fino a

qualche migliaia, dipende anche dalla stazza del caro estinto, fermo restando che l'agenzia offre preventivi online gratuiti entro un'ora dalla richiesta, che può essere fatta inviando una mail a *info.funeralplanner@libero.it*.
Insomma: quello di *Funeral Planner* si presenta come un servizio "democratico" che consente ai proprietari di pet di rivolgere l'estremo saluto al loro caro amico in modo sobrio e dignitoso, e soprattutto che non ha nulla a che vedere con le carnevalate dei *pet funeral party* di moda oltreoceano nello star system hollywoodiano.

LE ALTERNATIVE NON MANCANO. Non che manchino le alternative per chi non se la sente di ampliare la gamma dei servizi offerti dalla sua attività con l'idea delle pompe funebri. Per esempio, si può prendere spunto dall'idea di un sito davvero speciale, *www.cimitero.zampette.it*: un'isola web totalmente dedicata al ricordo postumo dei nostri fedelissimi, indimenticabili, amici quattrozampe.
Ma quello dei cimiteri dedicati e riservati agli animali non è solo un fenomeno virtuale che qualcuno potrà giudicare curioso e stravagante: basta fare una sia pur minima ricerca su Internet per scoprire che sarebbe più corretto definirlo uno dei business più all'avanguardia del mondo pet: un investimento iniziale anche minimo può spesso rivelarsi capace di utili a diversi zeri in tempi relativamente brevi.
In tempi di crisi anche un'idea come questa può essere presa in considerazione per diversificare la propria attività e, magari, trarne spunto per far tornare a quadrare un bilancio un po' traballante. Certo bisogna saperne un po' di più, capire quali motivazioni psico-sociologiche hanno indotto alla nascita di strutture di questo genere, se siano una moda destinata a rapido declino o un nuovo settore imprenditoriale in evoluzione. E, soprattutto, come muoversi se si vuole tentare l'esperienza.
Uno dei più completi, e concreti, aiuti per capire come bisogna muoversi se si desidera creare un cimitero per animali, viene dal Comune di Bologna, che ha redatto un minuzioso *Regolamento di attuazione per la realizzazione di cimiteri per animali*: lo si può scaricare direttamente da Internet cliccando su: *www.comune.bologna.it/media/files/regolamento_per_il_funzionamento_e_la_gestione_del_cimitero_per_animali_daffezione.pdf*.
E se l'idea di diventare imprenditore cimiteriale non vi alletta, non mancano comunque altri spunti affinché il businness del caro estinto possa diventare proficuo anche per il petshop. Per esempio, visto che non sono poche le persone che aspirano a sotterrare in giardino il loro fedele amico, si potrebbe valutare l'idea di ampliare l'assortimento del negozio anche con qualche urna o, magari, stipulare accordi con qualche azienda del settore tenendo a disposizione, per la propria clientela, un catalogo dedicato.
Un'altra ipotesi potrebbe essere quella di offrirsi come tramite tra le società che organizzano cerimonie funebri per i nostri amici pet e la clientela interessata: a quest'ultima il servizio sarà sicuramente utile, e al negoziante l'azienda operante riconoscerà una percentuale dell'incasso proprio come si è soliti fare con qualunque mediatore d'affari. ●

DUE BUONI ESEMPI. Se nel resto d'Europa, e soprattutto negli Stati Uniti, il business dei cimiteri per pet conosce ormai da anni un notevole successo, anche in Italia non mancano esempi di attività in sintonia con le richieste e le aspettative di tanti inconsolabili proprietari di animali. Come, per esempio, la *Valle degli affetti* (*www.valledegliaffetti.it*) ideata da Bruno Centurione e realizzata a Manoppello (Pe): una struttura che accoglie le spoglie di cani, gatti e altri piccoli amici che ci hanno lasciato.
Iniziativa analoga è Il Riposo di Snoopy (*www.ilriposodisnoopy.it*), splendido parco immerso nel verde nel cuore della Campania, a Varcaturo, vicino a Napoli. Nato grazie a due giovani signore napoletane, Lisa e Anna, mosse da spirito di solidarietà e amore per gli animali, Il Riposo di Snoopy offre un prato curato, pini, cipressi e salici piangenti dove ricordare con tranquillità il tenero amico che ci ha accompagnato per un pezzo di vita.

La scienza per una vita migliore

Aperti ufficialmente i festeggiamenti per i 150 anni del gruppo Bayer

Un'avventura iniziata agli albori dell'industria chimica con la produzione di coloranti, per proseguire con la sintesi dell'aspirina, introdotta sul mercato nel 1899 (lo stesso anno dell'arrivo dell'azienda in Italia), fino al petfood e al petcare.
"Bayer può vantare una lunga storia di grandi successi come azienda di inventori", spiega il Ceo Marijn Dekkers. "Ciò che è iniziato come una piccola, ma innovativa, fabbrica di coloranti nel distretto di Barmen a Wuppertal, è oggi un'azienda globale con oltre 110.000 collaboratori. Negli ultimi 150 anni, le invenzioni di Bayer hanno aiutato a migliorare la qualità della vita delle persone. Questa grande tradizione è anche il nostro impegno per il futuro, totalmente in linea con la mission Bayer: Science For A Better Life".

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

TOUR MONDIALE. Le celebrazioni per i 150 anni sono arrivate in Italia il 28 maggio con la mostra itinerante *Bayer Anniversary Tour* allestita nella sede dell'azienda in viale Certosa 130 a Milano.

Il leitmotiv del tour, che toccherà circa 30 sedi in Europa, America, Asia, Africa e Australia, è la mission di Bayer: "Science For A Better Life", cioè i temi legati alla salute, all'agricoltura e ai materiali innovativi.
La mostra è provvista di elementi espositivi come microscopi, camere a immagine termica, giochi digitali e molto altro, combinando intrattenimento con elementi didattici per incoraggiare i visitatori a interagire con quanto esposto.

"Molte persone hanno una familiarità solo indiretta con i servizi e i prodotti di Bayer. Quanto viene esposto rappresenta esempi tangibili della vita reale e ha lo scopo di rendere chiaro in che modo Bayer, attraverso la ricerca e i suoi prodotti innovativi, aiuti a migliorare la vita di milioni di persone in tutto il mondo," spiega Daniele Rosa, Direttore Comunicazione del Gruppo Bayer in Italia.
La mostra è costituita da 21 box espositivi, con lettere maiuscole, ognuna delle quali fa riferimento a un tema oggetto dell'attività di Bayer, dalla A di *Aspirina*, passando alla R di riso, fino alla E di Efficienza energetica per la mobilità.

SOSTEGNO AI GIOVANI E VOLONTARIATO. La storia dell'azienda è contrassegnata dalle innovazioni: un libro riporterà 150 storie relative alle invenzioni di Bayer, focalizzandosi su coloro che le hanno rese possibili, cioè i ricercatori.
Per celebrare l'anniversario, Bayer renderà anche disponibili numerose informazioni aggiuntive su internet, come per esempio, un film in cui l'astronauta Buzz Aldrin racconta come *Aspirina* diventò il primo farmaco sulla Luna.
Oltre 400 scienziati di tutto il mondo si incontreranno invece presso la sede in Germania, a Leverkusen, all'inizio di novembre per partecipare a un importante simposio scientifico.
Ma Bayer ospiterà anche la finale nazionale del concorso per studenti ricercatori "Jugend forscht" con i migliori giovani ricercatori tedeschi.
Inoltre, la Bayer Cares Foundation, che si dedica agli aspetti sociali, estenderà il suo programma di volontariato a livello internazionale.

CELEBRATION DAY. Uno degli eventi principali dell'anniversario è stata la celebrazione nello stadio di calcio BayArena di Leverkusen il 29 giugno 2013, dove oltre 30.000 persone hanno potuto godere un programma di interventi, musica e teatro con la partecipazione di ospiti di rilievo.
Pochi giorni prima, il 18 giugno, i collaboratori di tutto il mondo hanno festeggiato con il *Celebration Day*.
Gran finale con l'evento ufficiale che si terrà al Centro Esposizioni di Colonia il 16 luglio 2013 al quale parteciperanno oltre 1.000 ospiti internazionali provenienti dal mondo della politica, del business e della società.
E anche la squadra di calcio Bayer Leverkusen 04 sarà in tour in tutto il mondo: il team della Bundesliga giocherà partite amichevoli in Paesi come il Giappone e la Cina. (A.C.) ●

groomer si diventa

A SCUOLA DI TOELETTATURA

di Monique van de Ven
insegnante di toelettatura
esperta in cosmesi animale
monicavandeven@hotmail.com

CARINI E COCCOLOSI

Ci sono molte false credenze circa la toelettatura dei cuccioli, e solo perché sono piccolini… di taglia e di età! E poi perché tutti, dall'allevatore al veterinario, dai vicini di casa al commesso del petshop, hanno la loro bella favoletta da raccontare sull'argomento. Serve un esempio?
- I cuccioli non devono essere lavati.
- Il cane non si tocca finché non ha un anno.
- Al cucciolo non piace essere spazzolato.

Sono idee come queste che portano un sacco di problemi ai toelettatori e, soprattutto, ai cani di quelle razze che che più di altre hanno bisogno di toelettature regolari.

PRIMA DELLE VACCINAZIONI. Vediamo allora di sfatare qualche mito e di fare un po' d'ordine. Per esempio, è vero che un cucciolo non ancora vaccinato non può essere lavato, perché se il pelo resta umido troppo a lungo il piccolo potrebbe prendere un raffreddore che, senza vaccino, può portare complicazioni: ma questo, è ovvio, vale solo se lo si lava a casa, dove di norma non si ha un grande phon professionale.
Se il cucciolo ha cattivo odore o si è sporcato rotolandosi da qualche parte, può tranquillamente essere lavato da un professionista, purché poi venga asciugato a fondo e rapidamente.

IGIENE E PULIZIA. Altra cosa fondamentale è che tutto ciò con cui il cucciolo entra in contatto deve essere pulito e sanificato, dal tavolo alla vasca: non si sa se altri cani possono aver provocato delle infestazioni e il sistema immunitario del piccolo non è ancora pronto ad affrontarne con successo le conseguenze.
Quindi, evitare assolutamente di appoggiarlo a terra e di farlo giocare in giro per il negozio: potrà farlo una volta a casa, nell'ambiente a cui è abituato, perché il sistema immunitario in formazione dei cuccioli può rendere la loro cute sensibile ai problemi quando cambiano ambiente (dall'allevamento, al negozio d'animali, a casa, per esempio), e con le difese basse batteri e micosi hanno vita facile.
In ogni caso, a 3 mesi un cucciolo dovrebbe già essere vaccinato: chiedete al proprietario il libretto di vaccinazione e verificate che tutto sia a posto prima di procedere alla sua toelettatura.

CON DOLCEZZA E PAZIENZA. Quando poi si passa alla toelettatura vera e propria, non bisogna dimenticare che il cucciolo è in fase di apprendimento ed è apertissimo all'imprinting: se il groomer si prenderà il tempo necessario per fare tutto con dolcezza e pazienza, il cane avrà per sempre un bellissimo ricordo della toelettatura.
Il manto dei cuccioli è composto in larga parte da pelo secondario, anche se molto dipende dalla razza (a pelo corto, medio o lungo).
I follicoli sono già presenti nella pelle in fase fetale e i primi a sviluppare il pelo primario sono le razze a pelo corto, mentre quelle a pelo medio bilanciano gradualmente pelo primario (sopra) e pelo secondario finale.
Un manto medio assume la forma adulta attorno all'anno e mezzo di vita, quello lungo solo attorno al secondo anno per il prolungarsi della fase telogena.

IL MOMENTO GIUSTO. Aiutare il cucciolo a sviluppare correttamente il manto è un importante compito del toelettatore: se il piccolo ha una discendenza di cani a pelo duro, si comincia a pulire i follicoli con lo stripping già attorno ai 3 mesi, così impara subito a stare per lungo tempo fermo sul tavolo: se lavorate bene e con tranquillità, è probabile che dorma tutto il tempo.
Si comincia presto anche con i manti tipo barbone, tagliando il pelo a forbice: le lame devono essere ben affilate per non danneggiare il pelo ancora poco cheratinizzato, ed è per questo che l'uso della tosatrice, nei primi mesi di vita, è sconsigliabile.
È anche l'occasione per insegnare al cane a permettere di intervenire attorno ai suoi piedi, al muso, alle parti intime: in questo modo, se in età avanzata avrà bisogno di trattamenti particolari anche dal veterinario, darà meno problemi.
Tutto quanto detto fin qui vale anche per i gattini: è importante che anche loro imparino che essere lavati, asciugati e spazzolati li fa stare meglio, soprattutto se si tratta di mici a pelo lungo. È così che l'igiene diventa salute e la salute bellezza.

EVITARE I RITARDI. Se nel primo anno di vita il cucciolo non viene lavato, poi è molto più difficile insegnargli a stare fermo sul tavolo di toelettatura e a sentirsi toccare nelle parti intime proprio quando l'apparato genitale inizia a funzionare a pieno regime: un po' come cominciare a insegnare l'educazione a tavola a un bambino di 7 anni.
Un aiuto molto importante che il toelettatore dovrebbe dare al proprietario è insegnargli a spazzolare correttamente il cucciolo e spiegargli quali sono il pettine o la spazzola più adatti e come usarli.
Insomma: per toelettare un cucciolo servono tempo, pazienza e molta igiene, ma così aiutiamo i clienti a iniziare nel modo migliore la convivenza coi loro nuovi amici e, per di più, prepariamo dei futuri quattrozampe abituati ai rumori, all'acqua e a stare molto tempo sul tavolo. E la toelettatura non sarà più una lotta, ma un piacere. Per noi e per loro.

Qua la zampa

Riconoscere, prevenire e curare le più frequenti patologie delle zampe negli esemplari da gabbia e da voliera

di Alberto Tonelli

Gli uccelli da gabbia e da voliera possono avere due tipi di zampe: anisodattile, con tre dita rivolte in avanti e uno all'indietro (nei canarini, estrildidi, merli indiani e altri passeriformi), e zigodattile, con due dita rivolte in avanti e due all'indietro come in tutti i pappagalli (psittaciformi). Entrambi consentono bene la deambulazione e la prensione sui rami degli alberi.
Le zampe dei pappagalli, però, permettono anche le arrampicate (per esempio sugli alberi o gli oggetti di casa come le sedie) e la manipolazione di oggetti in modo simile alla mano umana.

PROBLEMI DOMESTICI. I problemi alle zampe non sono rari né nei passeriformi, né negli psittaciformi e, a volte, capita che un trauma leda la zampa in modo più o meno grave: si può trattare di schiacciamenti, distorsioni, intrappolamento…
Lo schiacciamento può avvenire in modo involontario quando si lascia libero in casa il pappagallo che deambula sul pavimento: si avvicina magari in modo silenzioso al proprietario e alle persone che conosce mentre sono in piedi e a questo punto basta una distrazione o un movimento veloce eseguito senza attenzione perché il malcapitato prenda un colpo dalla scarpa, subisca lo schiacciamento della zampa o addirittura, nei casi più gravi, la frattura.
Ecco perché è consigliabile far uscire il pappagallo dalla gabbia solo quando si riesce a controllarlo in qualche modo, quando non si è troppo impegnati o distratti e in casa regna una certa tranquillità. Oppure si può abituare il nostro amico a stare sopra la propria gabbia o il trespolo senza scendere a terra.
Un semplice schiacciamento può guarire in fretta, ma se c'è stata frattura l'arto colpito deve essere immobilizzato in modo adatto, altrimenti potrebbe non guarire o guarire malamente fino a lasciare l'arto deviato in modo permanente.
Le fratture più comuni nei pappagalli sono quelle del tibiotarso (segmento della zampa immediatamente superiore al tarsometatarso che è la porzione ricoperta di squame) e guariscono generalmente molto bene a patto che l'arto venga immobilizzato in modo corretto: non è necessario l'intervento chirurgico se la frattura non è esposta (osso che fuoriesce dalla ferita).

PARESI DEGLI ARTI PELVICI IN UN CALOPSITTE (*NYMPHICUS HOLLANDICUS*)

OCCHIO ALLE UNGHIE. Anche un'unghia troppo lunga può provocare problemi per esempio rimanendo intrappolata in qualche piccolo spazio più facilmente di una della giusta lunghezza.
Con le unghie troppo lunghe può capitare che i volatili rimangano agganciati alle sbarre o al fondo della gabbia (succede spesso nei pappagalli di media e grossa taglia e nei merli indiani con fondo della gabbia grigliato): in qualche caso è accaduto che il povero volatile è rimasto appeso a testa in giù.
In queste occasioni, se non viene liberato tempestivamente, può agitarsi energicamente per cercare di liberarsi e può provocarsi una frattura.
In altre circostanze, l'eccessiva permanenza nella posizione citata, lo stress, lo spavento e lo sforzo nel tentativo di liberarsi possono anche condurre a morte il volatile: è dunque importante controllare sempre la lunghezza delle unghie e tagliarle nel modo giusto.
Nel curare le unghie bisogna far attenzione a non eseguire un taglio eccessivo perché all'interno di queste strutture vi sono vasi sanguigni che, in casi di ferimento, possono sanguinare abbondantemente e anche per parecchio tempo.
Spesso quando il volatile zoppica, perché ha male alle zampe o altri problemi, il proprietario da la colpa alle unghie troppo lunghe: può essere vero, ma generalmente il dolore, la zoppia o altre difficoltà hanno una causa diversa.

BECCATE SULLE ZAMPE. Sulle zampe dei pappagalli, in particolare amazzoni, parrocchetto monaco (*Myiopsitta monachus*), calopsitte e inseparabili, si possono a volte osservare segni di beccate che possono provocare ferite di non trascurabile entità che l'animale si provoca nel quadro di malattie infettive controllabili con un'adeguata terapia. Altre volte, e in particolare negli inseparabili, le ferite sono dovute a fenomeni di aggressione intraspecifica (beccate di altri soggetti).

LA MALATTIA DEL PIEDE GONFIO. Nei pappagalli come nei passeriformi si può notare la malattia nota in lingua anglosassone col nome di *bumblefoot* (malattia del piede gonfio).
Questa forma morbosa è nota specialmente nei galliformi e nei rapaci diurni, in particolare nei falconiformi, e sebbene sia meno nota negli uccelli da gabbia e da voliera e non venga frequentemente citata in letteratura, chi scrive ha notato nel corso degli anni come sia in realtà piuttosto comune, benché diversa in alcuni aspetti dal classico *bumblefoot*" dei rapaci e dei galliformi.
In queste ultime specie, nella patogenesi della suddetta forma morbosa, assume spesso notevole importanza il posatoio che, se inadatto, favorisce o conduce alla comparsa della malattia.
Negli uccelli da gabbia e da voliera, diversamente da quello che accade generalmente negli altri volatili citati, la malattia del piede gonfio assume spesso, se non sempre, i connotati di una forma setticemica, dove l'infiammazione della zampa è solo uno dei sintomi: può condurre a morte il volatile se non viene tempestivamente curata, oppure si cronicizza.

L'uccello colpito può presentare zoppia a causa del dolore (talvolta notevolissimo) a uno o a entrambi gli arti: la zampa appare edematosa (gonfia) e generalmente arrossata a causa dell'infiammazione, cosa più evidente nei soggetti che possiedono zampe con cute di colore rosato, meno in quelli con pigmentazione scura.
Il gonfiore della zampa si deve a una pododermatite (infiammazione del derma del piede): nei casi più gravi e avanzati la malattia può coinvolgere i tendini e le loro guaine, le articolazioni e le ossa.
La terapia si effettua essenzialmente con antibiotici sia localmente, sia per via generale, ma la scelta e il dosaggio di questi ultimi è fondamentale e va lasciata a un veterinario esperto nel settore.

MALATTIA DEL PIEDE GONFIO IN UN CANARINO

UNA BRUTTA ROGNA. A carico della zampe si può notare non raramente la rogna da *Knemidocoptes pilae*, un acaro che colpisce prevalentemente il pappagallino ondulato (*Melopsittacus undulatus*), ma anche altre specie: la zampa si presenta ricoperta da una sorta di crostosità di colore grigio-biancastro.
Lesioni abbastanza simili si notano nei passeriformi, in particolare nei fringillidi e nel merlo indiano (*Gracula religiosa*) e sono dovute a un *Papillomavirus* che provoca lesioni di tipo proliferativo con escrescenze che si allungano dalla zampa.
Questa patologia prende il nome, in inglese, di *tasselfoot,* ma gli Autori spesso indicano allo stesso modo anche la rogna delle zampe che pur rappresenta un capitolo completamente a parte e di diversa eziologia.

PERICOLO PARALISI. Negli uccelli da gabbia e da voliera non è raro imbattersi in malattie che provocano paresi o paralisi delle zampe (arti pelvici): in alcuni casi si tratta di malattie infettive che conducono a questi sintomi coinvolgendo i reni, dai quali passano i nervi che vanno alle zampe.
Queste forme morbose possono essere curate anche agevolmente se si interviene tempestivamente, in caso contrario possono facilmente condurre a morte il volatile colpito.
La paresi o paralisi può essere mono o bilaterale e coinvolge l'arto in modo diverso da caso a caso: a volte è colpito solo il piede e le dita, altre anche la zampa vera e propria, impedendo o limitando la deambulazione.
Nel pappagallino ondulato possono comparire neoplasie a livello renale che conducono ai medesimi sintomi: chi scrive ha notato più spesso questa forma morbosa in soggetti di sesso maschile non più giovanissimi, ma anche in diverse femmine.
Talvolta, in una coppia, entrambi i soggetti vengono colpiti in successione, facendo pensare che l'eziologia di questi tumori possa essere di tipo virale.
Non c'è alcun rischio di contagio per l'uomo. Queste neoplasie non sono purtroppo curabili, ma il paziente può sopravvivere per diverso tempo e lo si può comunque sostenere con una adeguata terapia: spesso la morte arriva improvvisa e rapida, ma in caso contrario, quando la qualità di vita del paziente appare compromessa, conviene optare per l'eutanasia praticata in modo umano.

CARENZE DA EVITARE. Anche malattie carenziali e dismetaboliche possono condurre a paresi o paralisi degli arti pelvici.
Nelle femmine, particolarmente nei pappagalli e nei colombi durante o subito dopo l'ovodeposizione, questi sintomi possono essere legati alla ipocalcemia dovuta alla perdita di calcio che viene impiegato per la formazione del guscio.
Per prevenire questa malattia è utile integrare correttamente l'alimentazione con una corretta quantità di calcio, fosforo e vitamina D3 e, nei soggetti malati, la terapia a base di calcio deve essere tempestiva.
Anche la carenza di vitamina B1 e B2 può determinare paresi o paralisi delle zampe: la terapia con dosi adeguate di queste vitamine può portare alla guarigione completa del soggetto colpito solo se l'intervento terapeutico è tempestivo, al contrario si possono avere come esito deficit e deformità permanenti e, nei casi più gravi, anche la morte.

Felci fuori posto

SELAGINELLA MARTENSII FORMA "SILVER"

CLASSIFICAZIONE
Phylum: *Pteridophyta*
Divisione: *Lycopodiophyta*
Classe: *Selaginellopsida*
Ordine: *Selaginellales*
Famiglia: *Selaginellaceae*
Genere: *Selaginella*
Principali specie coltivate: *S. lepidophylla, S. kraussiana, S. denticulata, S. martensii, S. uncinata, S. helvetica, S. selaginelloides, S. wildenowii.*

Graziose e poco costose, le Selaginella vengono di solito coltivate sommerse, anche se sarebbero più adatte al terrario umido o al paludario

di Maria Luisa Mancini

Molte piante vendute nei negozi di acquariofilia sarebbero per la verità più adatte al terrario, se non addirittura ad abbellire terrazzi e soggiorni, che all'acquario.
Eppure, sono sempre più numerose in commercio, complice il crescente successo della coltura idroponica che permette alle serre specializzate di offrirne un'ampia scelta.
Tra queste, le graziose felci del genere *Selaginella* sono regolarmente offerte nei negozi di acquariofilia e, per la loro bellezza unita a un costo contenuto, acquistate per essere coltivate sommerse, pur essendo più adatte al terrario umido o al paludario.

DALLE FORESTE ALL'ACQUARIO. Le piante igrofile amano l'umidità, ma senza esagerare: magari crescono su terreno sempre bagnato, hanno bisogno di frequenti nebulizzazioni sulle foglie e di una elevata umidità dell'aria, ma non sono certo indicate per essere tenute in permanenza sommerse.
Paradossalmente, pur non avendo in teoria nulla a che vedere con l'acquario, alcune di esse rivaleggiano da molti anni nei negozi di acquariofilia con le piante acquatiche e palustri: basti pensare al successo acquaristico di *Spathiphyllum* o di *Dracaena*.

SELAGINELLA SP. IN COLTURA IDROPONICA

In natura molte igrofile si possono effettivamente rinvenire in ambienti paludosi o ai margini di laghi e fiumi, ma in genere si sviluppano dove l'eventuale tracimazione delle acque non può sommergerle del tutto e a lungo, oppure le lambisce appena.
La maggioranza proviene originariamente dalle foreste, dove cresce su lettiere di foglie e terreni umidi, ma lontano da corsi e raccolte d'acqua, in ambienti a elevata umidità e quasi mai molto illuminati.

TANTE FORME DIVERSE. Particolarmente graziose e richieste dagli appassionati, vi sono alcune felci dell'immenso genere *Selaginella*, che comprende circa 700 specie diffuse nelle zone umide temperate e tropicali di tutto il mondo.
Pochissime appartengono alla nostra flora: la selaginella svizzera (*Selaginella helvetica*) e la selaginella alpina (*Selaginella selaginoides*) sono specie di clima temperato-freddo e vivono solo nel Nord Italia, in ambienti collinari e montani, la seconda in particolare spingendosi quasi a 4.000 m di quota.
Nel Centro-Sud (grandi isole comprese), dal piano fino a 1.500 m, è invece abbastanza diffusa la selaginella denticolata (*Selaginella denticulata*), specie mediterranea subtropicale, mentre occasionalmente si può rinvenire in natura una specie originaria dell'Africa tropicale (*S. kraussiana*) introdotta accidentalmente da colture in giardini e vivai sia nella forma originale, sia nella variante *aurea*.
Le selaginella offrono una grande varietà di forme e di modi di crescita: vi sono specie a forma di rosetta, rampicanti o striscianti. Alcune (come *S. wildenowii* e *S. martensii*) somigliano alle classiche felci dalle fronde folte e ramificate che si sviluppano all'apice di un fusto eretto e sottile, ben radicate al suolo da cui traggono acqua e nutrienti.
Altre (come *S. uncinata*, *S. denticulata* e *S. helvetica*) crescono invece striscianti al suolo o rampicanti su legni e rocce, emettendo pseudoradici (rizoidi) con le quali si ancorano al substrato e assorbendo l'acqua, in buona parte, direttamente dal fogliame.
Curiosa è poi *S. lepidophylla*, originaria del deserto di Chihuahua (Messico) e dalla crescita a rosetta, detta "falsa rosa di Gerico" (la "vera" si chiama *Anastatica hierochuntica*) o "pianta della resurrezione" perché riesce a sopravvivere in condizioni di estrema siccità (si dice fino a 50 anni in latenza) richiudendosi su se stessa in stato di quasi completa disidratazione, per poi aprirsi con sorprendente velocità se bagnata o semplicemente trasferita in ambiente umido.

IDEALI PER IL TERRARIO UMIDO. Sia le serre europee per piante da acquario (vasetti idroponici), sia i vivai asiatici (piante sfuse o a mazzetti) offrono con regolarità almeno un paio di specie tropicali di *Selaginella*, commercializzate come *S. martensii* e *S. wildenowii* (la validità scientifica della seconda è dubbia, trattandosi forse di una varietà della prima).
La loro sopravvivenza in coltura sommersa è generalmente breve e stentata, viste le premesse. In ambiente molto umido, caldo (18-25 °C) e ombreggiato, tendono a formare fitti cespugli molto decorativi e apprezzati soprattutto dagli anfibi: sono dunque piante ideali per i terrari ad ambientazione da foresta pluviale, con clima caldo-umido, dove hanno oltretutto pochissime esigenze di fertilizzazione purché le si collochi su terriccio sempre umido e piuttosto acido (torba, terriccio di foglie e sabbia), ben distanti dal calore emesso dalle lampade che le brucia facilmente.
Del resto, non necessitano di un'illuminazione intensa e, anzi, preferiscono una luce piuttosto soffusa.
In appartamento si seccano facilmente se ci si scorda di nebulizzarle almeno un paio di volte al giorno, soprattutto d'inverno quando l'aria, a causa del riscaldamento, è particolarmente asciutta.

LA PAROLA AL NEGOZIANTE. Purtroppo, le *Selaginella* finiscono il più delle volte per essere acquistate dagli acquariofili piuttosto che non dai terrariofili, complice anche qualche negoziante che omette di avvisare il cliente delle loro reali esigenze.
Amando più l'umidità che il secco, in acqua possono resistere anche abbastanza a lungo, se per lungo si intende qualche settimana piuttosto che alcuni mesi: prima o poi, a seconda delle condizioni ambientali (luce intensa, alghe filamentose e temperatura elevata accelerano il processo), cominciano a perdere pezzi di fronde e a ingiallirsi, fino a sfaldarsi completamente.
Solo se hanno la possibilità di raggiungere la superficie ed emergere almeno parzialmente possono sopravvivere un po' di più, ma di rado questo è sufficiente a garantirne un'acclimatazione duratura e soddisfacente in acquario.
Meglio, dunque, esporle con la chiara indicazione "pianta da terrario", cogliendo magari l'occasione di allestire in negozio un terrario umido, anche piccolo, abbellito da queste graziose felci igrofile.
Particolarmente adatte allo scopo sono le forme striscianti e rampicanti, comunemente coltivate nei terrari che riproducono l'ambiente delle foreste pluviali in cui si allevano, per esempio, le variopinte ranocchie della famiglia *Dendrobatidae* o gli acrobatici gechi diurni malgasci.
In queste vasche le selaginelle ricoprono in breve tempo, e senza alcuna cura o fertilizzazione particolari, sia il terreno umido, sia i pannelli di sughero alle pareti, trasformando anonimi substrati in verdi tappeti che rallegrano la vista e offrono agli ospiti del terrario un ambiente decisamente naturale. ●

SELAGINELLA UNCINATA, SPECIE DI RECENTE INTRODUZIONE IN ACQUARIOFILIA E TERRARIOFILIA

Dalla Cina col... testone

BEL PRIMO PIANO DI UN CAMPIONE

Ha radici lontane la venerazione degli asiatici per gli Arowana. Ma quella per Hua Luo Han, il favoloso Flower Horn, è recente: non se ne sapeva quasi nulla sino alla fine del '900

di Alessandro Mancini

È nota, e ha radici lontane, la venerazione degli asiatici (in particolare malesi, cinesi e indonesiani) per gli Arowana o Dragon Fish (*Scleropages spp.*), i cui esemplari raggiungono spesso cifre iperboliche.
Ma la passione per Hua Luo Han (il nome cinese del Ciclide Flower Horn, ossia "Corno a fiori") è invece molto recente: basti pensare che della sua esistenza non si sapeva quasi nulla sino alla fine dello scorso millennio.

FUNESTI PRESAGI. Tutto ebbe inizio alla metà degli anni 80 nella famiglia di Cheah Yohe Tong, uno dei tanti cinesi residenti in Malaysia, quando l'anziano padre scivolò, cadde nel bagno battendo la testa e fu per questo ricoverato d'urgenza in ospedale.
Come in buona parte delle case cinesi, anche in quella del giovane Cheah troneggiava un acquario dedicato esclusivamente a un maestoso Dragon Fish, considerato come un membro a tutti gli effetti della famiglia e, soprattutto, come un prezioso portafortuna il cui benessere e la cui prosperità devono coincidere di fatto con quelli della piccola comunità cui appartiene.
Proprio il giorno dell'incidente occorso a Tong senior, il sacro pesce di famiglia terminò precocemente i suoi giorni in modo a dir poco drammatico: saltò fuori dalla vasca mentre tutti erano in ospedale e fu ritrovato morto sul pavimento.
Presagio di sciagura peggiore di questo non si poteva immaginare e infatti, tre giorni dopo, accadde ciò che ormai tutti ritenevano fatalmente inevitabile: il signor Tong si aggravò e lasciò questa terra.
L'incidente turbò profondamente il giovane Cheah che, qualche anno dopo, emigrò in America in cerca di fortuna. Ne trovò ben poca, in compenso si sposò e, nel 1992, tornò in Malaysia con moglie e tre figli.
Qui, messosi in proprio, Cheah cominciò a lavorare a un progetto che per lui era diventato negli anni una vera e propria ossessione: creare un nuovo pesce che non solo diventasse il beniamino di casa, ma attraverso il quale fosse possibile predire fortuna, prosperità e longevità per la famiglia grazie alla geomanzia, l'arte divinatoria che consiste nel predire il futuro interpretando gli oggetti e i disegni più comuni o insignificanti, in questo caso i caratteri unici e mutevoli con l'età in ciascun esemplare.

VIA-VAI DI CICLIDI. Tutti i cinesi sono appassionati di geomanzia, ma per Cheah, evidentemente traumatizzato dal tragico incidente paterno coinciso con la morte del pesce, era molto più importante di un semplice oroscopo.
Nel suo soggiorno statunitense si era appassionato ai Ciclidi, primi fra tutti i numerosi e massicci *Cichlasoma* (oggi classificati in vari generi diversi), molto richiesti dagli acquariofili americani. In particolare, era affascinato dalle specie i cui adulti, maschi soprattutto, sfoggiano vistosi bozzi sulla parte frontale della testa.
In quegli anni, uno di questi grossi Ciclidi era molto popolare nello stato malese di Sabah, dove era noto come Sabah Karoi: soprattutto i cino-malesi ne apprezzavano la voluminosa gibbosità frontale e l'ampia coda, ritenendole entrambe portatrici di fortuna, tanto che il Karoi giunse anche presso i cinesi di Taiwan dove fu chiamato Warship (Nave da guerra) per il suo aspetto massiccio e il carattere bellicoso.
Tra Taiwan e Malaysia-Singapore gli scambi di pesci sono frequenti, proprio in quegli anni dall'isola della Cina nazionalista (culla del buffo e celebre Red Parrot) giungeva nella penisola malese il Red Devil (*Cichlasoma labiatum*, oggi *Amphilophus labiatus*), un Ciclide noto ai cinesi (evidentemente affascinati dall'enorme bozzo ostentato soprattutto dai maschi più vecchi) come "Volto umano" e "Dio della fortuna".
Cheah cominciò quindi a lavorare su tre specie di Ciclidi bitorzoluti: il non meglio precisato Karoi, *Cichlasoma labiatum* e il Red Parrot di cui cominciavano a essere disponibili, a caro prezzo, i primi esemplari.
Il primo fu scelto per l'esagerata protuberanza frontale e l'ampiezza delle pinne, il secondo per l'ampia variabilità cromatica (a dispetto del nome comune di "Diavolo rosso", infatti, presenta anche in natura livree molto diverse) e il terzo, infine, per la peculiare conformazione del corpo.

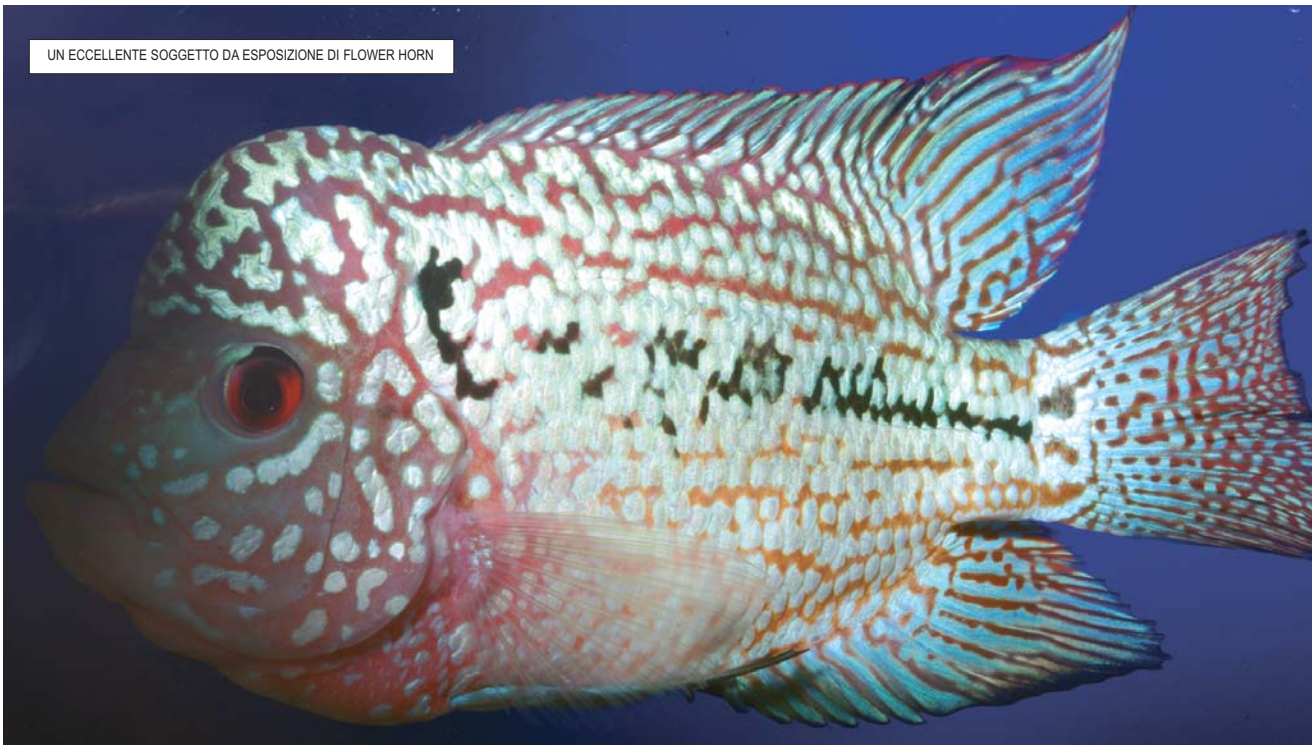
FENOMENO DI MASSA. Malgrado le difficoltà dovute soprattutto alla scarsa fecondità del Red Parrot, alla metà degli anni 90 riuscì a ottenere un ibrido di grande successo tra i cinesi che chiamò pomposamente *Five-colours God of Fortune* ("Dio della fortuna dai cinque colori").
Ne seguirono altri, ma Cheah non era ancora soddisfatto, impegnato com'era nella ricerca del "pesce da leggenda". Aiutato dai suoi numerosi fratelli e sorelle, concentrò i suoi sforzi su altri due strani Ciclidi: una forma rara e costosissima di Red Parrot importata da Taiwan, conosciuta come Jin Gang ("Guerriero di Buddah"), e un Ciclide importato direttamente dall'America noto in Malesia come Greenish Gold Tiger ("Tigre oro-verdastra"), probabilmente *Cichlasoma trimaculatum*.
Gli incroci effettuati sono rimasti segreti, ne è noto però il risultato: nel 1999 fu infatti presentata ufficialmente la prima generazione di Hua Luo Han, ribattezzato in inglese Flower Horn.

UN SUCCESSO… ESOTERICO. Inizialmente disponibile solo nella colorazione parentale oro-verdastra, il nuovo Ciclide vanta oggi numerose varietà cromatiche molto appariscenti: in tutte, però, devono restare ben evidenti le maculature grandi e piccole sui fianchi e sulla testa, forma e disposizione delle quali rivestono un significato esoterico tanto importante per i cinesi quanto per noi sinceramente misterioso.
L'avvento del Flower Horn ha letteralmente sconvolto il mondo dell'acquariofilia orientale, in particolare nel Sud-Est asiatico, operando una trasformazione dei costumi e del mercato che ha dell'incredibile per dimensioni e velocità: gli acquariofili si sono moltiplicati in misura esponenziale (migliaia di famiglie si sono accostate a quest'hobby solo per avere in casa un ambitissimo Hua Luo Han), così come i negozi di acquariofilia e i distributori di prodotti e accessori.
Di conseguenza a Singapore, il maggior centro di import-export di pesci e piante da acquario al mondo, molti esportatori di pesci tropicali hanno avviato la doppia attività di grossisti e dettaglianti (aprendo veri e propri negozi di acquari accanto ai tradiziona-

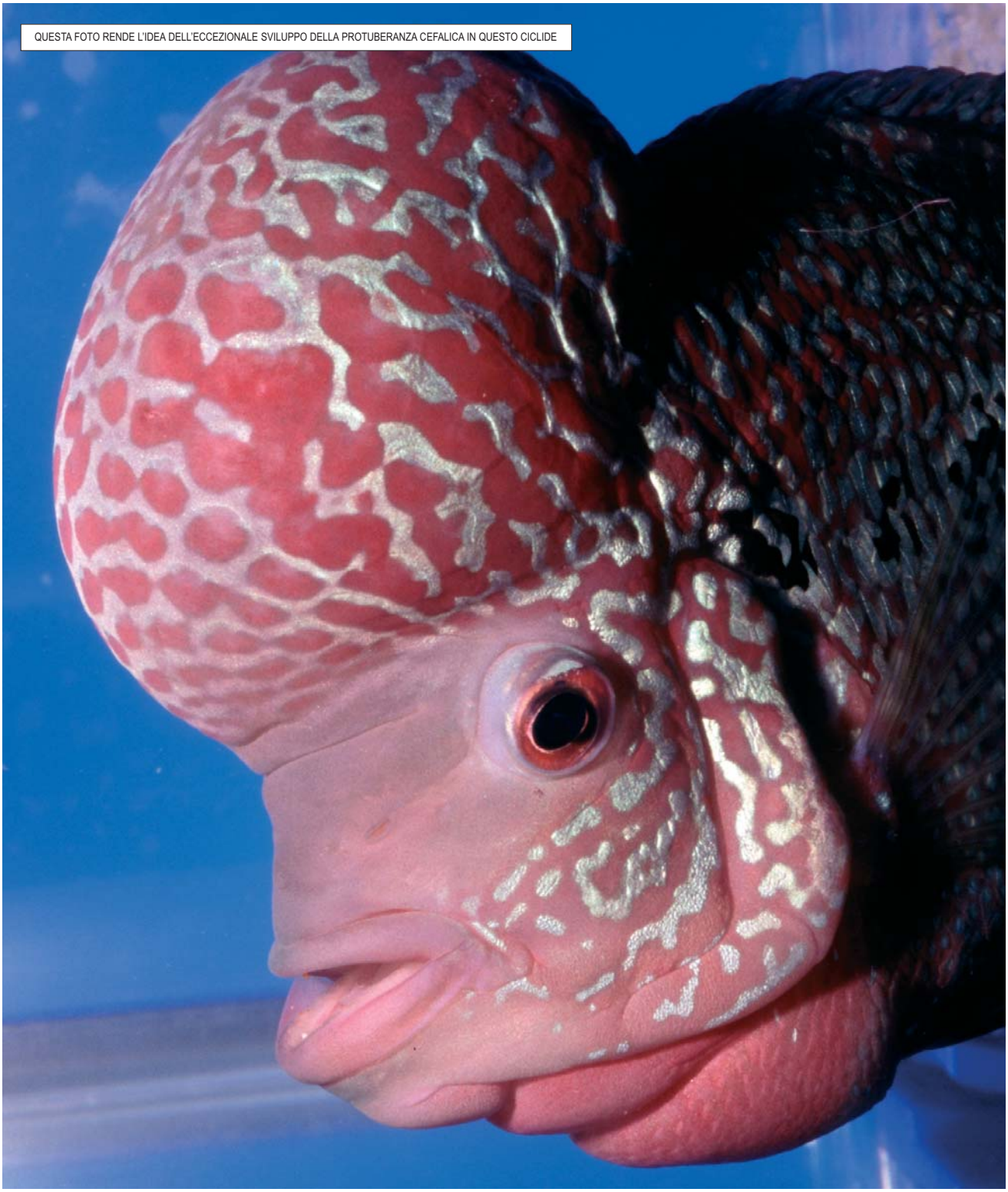
UNA TESTA ESAGERATA. La famiglia dei Ciclidi conta circa 1.300 specie: solo una trentina circa mostrano uno sviluppo della testa più o meno mostruoso, ma è curioso notare come appartengano ad almeno una quindicina di generi diversi che abbracciano quasi tutto l'areale di distribuzione della famiglia, dall'Amazzonia e dal Messico al Congo e al Tanganica.
Sono state avanzate diverse ipotesi sul significato di questi bozzi: c'è chi li ritiene riserve di grasso (e quindi di energia) da sfruttare durante la riproduzione che notoriamente debilita genitori così impegnati come i Ciclidi, chi li considera ornamenti da sfoggiare durante il corteggiamento o le contese tra rivali, chi pensa che servano per scoraggiare i predatori facendo apparire il pesce più grande e minaccioso di quanto non sia in realtà e chi, infine, si spinge a considerarli come un'appendice utile a migliorare l'idrodinamicità del proprietario.
Quest'ultima ipotesi (ispirata al bozzo frontale che sviluppano i salmoni sessualmente maturi, che però lo usano come carena per fendere più efficacemente l'acqua durante la risalita dei fiumi per la riproduzione) appare francamente poco plausibile, non essendo nessuno di questi Ciclidi un migratore, mentre le altre possono essere tutte oggetto di discussione al punto che, a tutt'oggi, nessuna appare in grado di fornire un'esauriente spiegazione.
In poche specie la gibbosità cefalica può svilupparsi in entrambi i sessi, sia pur di regola un po' più prominente nel maschio. Nelle femmine è quasi sempre assente o appena accennata e ciò potrebbe spiegarsi, appunto, con l'esigenza del maschio di apparire più grande e minaccioso possibile: un tale voluminoso attributo sarebbe anzi d'impaccio per le femmine che accudiscono la prole in grotte o in anguste cavità, o renderebbe eccessivamente vistose quelle che praticano l'incubazione orale, durante la quale la maggior parte di loro mantiene un basso profilo cercando di passare il più possibile inosservata.
Le femmine mostrano di apprezzare decisamente i maschi più "testoni", ma senza esagerare: sostanzialmente vengono scartati gli estremi, ovvero i meno dotati come quelli con testa eccessiva.
Il maschio che possiede una voluminosa protuberanza è indubbiamente un individuo di successo, e il suo patrimonio genetico è di conseguenza ambito per essere condiviso in funzione della futura prole: una protuberanza piccola o appena accennata può al contrario significare un maschio ancora troppo giovane e pieno di incognite, oppure uno più anziano, ma malandato e quindi... poco affidabile.
La diffidenza verso una testa eccessivamente grande può spiegarsi col fatto che non sia in realtà considerata dalle femmine molto vantaggiosa per chi la possiede, oppure che possa essere anche dovuta non all'età e alla prestanza del possessore bensì a qualche malattia tumorale che ne ostacoli le potenzialità riproduttive.
É sorprendente constatare come le femmine dei nostri Ciclidi abbiano fatto proprio il saggio detto aristotelico ripreso in latino dagli scolastici medievali: *in medio stat virtus*.

li capannoni per l'imballo e la spedizione dei pesci), mentre diversi allevatori di pesci non particolarmente pregiati e di quantità (come pesci rossi, barbi e tetra) hanno preferito dedicarsi al ben più redditizio Flower Horn.

UN PESCE IMPEGNATIVO. Di questo vero e proprio fenomeno di costume ha beneficiato per qualche tempo l'intero mercato dell'acquariofilia, prima dell'altrettanto rapido (e per certi versi sorprendente) declino: la Flower Horn-mania, infatti, sta vivendo un drastico ridimensionamento dopo i primi anni del boom.
La grande prolificità di questo Ciclide, e la facilità con cui si riproduce (al contrario del ben più prestigioso Dragon Fish, per il quale ci sono metodologie di riproduzione assistita coperte da costosi brevetti), ne hanno fatto ben presto crollare le quotazioni, mettendo nei guai molti allevatori che nei nuovi impianti avevano investito cifre considerevoli.
I soggetti più prestigiosi spuntano ancora valutazioni ragguardevoli (nell'ordine di centinaia e perfino migliaia di euro), ma ormai è possibile acquistare ovunque giovani di bassa selezione a prezzi paragonabili alla maggioranza degli altri Ciclidi da acquario, tanto che nella vicina Malesia c'è già chi pensa di sfruttarne l'abbondanza di carne per trasferire il Flower Horn dall'acquario... alla padella.



UN ECCELLENTE SOGGETTO DA ESPOSIZIONE DI FLOWER HORN



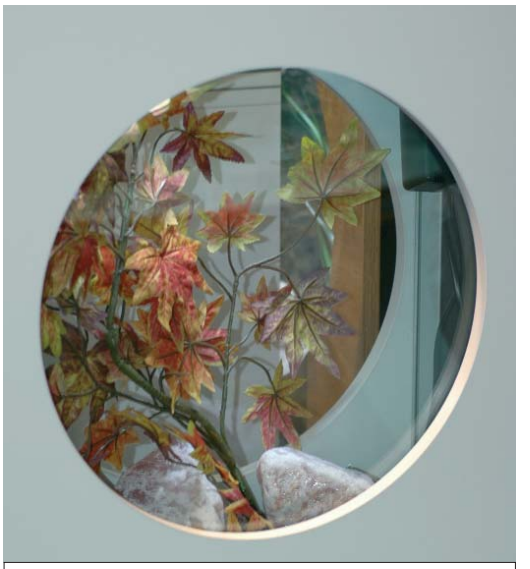
QUESTA FOTO RENDE L'IDEA DELL'ECCEZIONALE SVILUPPO DELLA PROTUBERANZA CEFALICA IN QUESTO CICLIDE

Inoltre, si tratta di pesci che, per quanto attraenti, mettono a dura prova la disponibilità dell'acquariofilo nei loro confronti: sono estremamente aggressivi e non tollerano altri coinquilini, sconvolgono sistematicamente il fondo mettendolo a soqquadro e intorbidando l'acqua, crescono a vista d'occhio (nessuno può ancora dire quanto con certezza, ma non sono rari soggetti di 3-4 anni lunghi ben oltre 30 cm) e richiedono perciò vasche di grandezza adeguata.
Caratteristiche, queste, che ritroviamo in buona parte anche negli Arowana, che però vantano ben altra tradizione e seguito rispetto al nuovo arrivato. In compenso, questo Ciclide è robustissimo, senza particolari esigenze e si trova a proprio agio nelle acque piuttosto dure e alcaline.
Presentando i primi esemplari, Mr. Tong raccomandava un pH compreso tra 7 e 7,8, per stabilizzare il quale nelle sue vasche usava un fondo costituito per il 30% da sabbia corallina.
É insomma più che probabile che il favoloso Hua Luo Han non godrà mai di una particolare popolarità tra gli acquariofili occidentali, ma il suo travolgente, per quanto effimero, successo ha avuto se non altro il merito di rivitalizzare e dare nuovi stimoli all'acquariofilia cinese che, va ricordato, è di gran lunga la più antica al mondo: quando nella Pechino dei mandarini si tenevano in casa i primi carassi ornamentali in artistici vasi come acquari, da noi si arrancava tra guerre e pestilenze aspettando con ansia l'arrivo dell'anno Mille che, per molti, significava la fine del mondo. ●

Questione di dimensioni

Ogni vasca, in base ai rapporti dimensionali, ha precise esigenze tecniche da assecondare e rispettare

di Valerio Zupo



IL LAVORO DEGLI ARCHITETTI, PUR MERITEVOLE E INDISPENSABILE, PONE A VOLTE SERI PROBLEMI AI TECNOLOGI DELL'ACQUARIO

Le vasche che le industrie ci propongono hanno dimensioni standard, quasi tutte simili tra loro: le misure cambiano, ma i rapporti tra altezza, larghezza e lunghezza rispondono a proporzioni fisse, sempre simili.
Solitamente, il rapporto tra lunghezza e larghezza della vasca è prossimo a 2 e sale sino a 2,6-2,7 in quelle più grandi.
Una tipica "60" ha generalmente una larghezza attorno ai 30 cm , mentre una "80" può avere una larghezza di 30-35 cm e una "50" ha solitamente una larghezza attorno ai 25 cm. Di pari, l'altezza è in un rapporto di 1,3-1,5 con la larghezza: questo fa sì che vasche prodotte da aziende diverse, spesso caratterizzate da coperchi diversi e stand molto fantasiosi, abbiano nel complesso lo stesso aspetto, escludendo alcune importanti eccezioni.

RAGIONI FISICHE E CHIMICHE. Perché tutto questo accade? Forse i progettisti delle aziende del settore hanno poca fantasia? In realtà esistono ragioni fisiche e chimiche che conducono a queste scelte.
La forma della vasca determina in gran parte le sue funzioni: la circolazione dell'acqua al suo interno è alla base degli equilibri gassosi che si realizzeranno, interferendo con gli equilibri ecologici, la salute dei pesci, la crescita delle piante o delle alghe.
Se volessimo dare un valore numerico all'importanza della forma della vasca rispetto a tutte le altre caratteristiche di un acquario, dovremmo certo ammettere che oltre il 50% del suo funzionamento è influenzato dai rapporti dimensionali tra le pareti di vetro.
Spesso ci si pensa troppo poco, eppure i rapporti dimensionali sono alla base di successi e insuccessi che vengono normalmente attribuiti ad altri fattori più evidenti.
Una vasca dalla forma bassa e larga funziona in genere molto meglio di una alta e stretta perché gli scambi gassosi sono favoriti da un più elevato rapporto "superficie esposta all'aria/volume dell'acqua". lo sanno bene i progettisti di vasche per impianti di acquacoltura da reddito, che riescono a ottimizzare le rese abbassando il livello dell'acqua.
Si può facilmente dimostrare che due vasche di uguale lunghezza e contenenti la stessa popolazione animale e vegetale, identica strumentazione, possono offrire risultati diversi semplicemente perché una delle due ha una minore profondità che favorisce gli scambi gassosi.

PROBLEMI DI CIRCOLAZIONE. Anche la circolazione dell'acqua dipende in gran parte dalla forma della vasca: in termini puramente fisici una vasca sferica potrebbe garantire la circolazione ideale, permettendo facile movimento dei fluidi al suo interno in tutte le direzioni, senza produrre un eccessivo attrito, peccato però che una vasca di questo tipo avrebbe anche una superficie di scambio ridotta.

LE VASCHE DI DIMENSIONI CLASSICHE HANNO PRECISI RAPPORTI DIMENSIONALI CHE FACILITANO GLI SCAMBI GASSOSI E LA DIFFUSIONE DELLA LUCE SUL FONDO

Una vasca cubica è quella che si avvicina di più a questa situazione ideale, ma ha ancora una superficie di scambio gassoso troppo piccola comparata con il suo volume, specialmente quando le sue dimensioni crescono: possiamo facilmente calcolare, infatti, che il rapporto superficie acqua-aria/volume delle vasche commerciali è quasi sempre compreso tra 2.0 e 2.5.
Una vasca cubica di piccole dimensioni ha un rapporto superficie/volume ancora maggiore. Per esempio, un cubo da 25 cm di lato ha un rapporto superficie volume pari a 4.0 e può dunque dirsi eccellente per produrre una buona circolazione e scambi gassosi ottimali, eppure una vasca cubica di lato doppio (50 cm) ha un rapporto superficie/volume che scende a 2.0, mentre lo stesso rapporto passa a 1 in un cubo da un metro.
Si può facilmente dimostrare che una piccola vasca

cubica funziona perfettamente, una cubica da 50 cm offre ancora performances interessanti, mentre una cubica più grande propone numerose problematiche che la rendono alquanto impegnativa.

IN ACQUARI ALTI LA CIRCOLAZIONE DELL'ACQUA SI CORREGGE FACILMENTE CON LA CLASSICA POROSA

ANDARE NEL PROFONDO. Allo stesso modo, quando la profondità della vasca decresce e la lunghezza aumenta, si realizzano scambi gassosi meno efficienti ed è arduo riuscire a ottenere una circolazione sufficiente.
Il problema principale, negli ultimi anni, è generato dagli architetti fantasiosi, che propongono ai propri committenti progetti alquanto arditi: grandi vasche cubiche, colonne, recipienti lunghi e stretti che non garantiscono funzioni fisiche "normali".
Cosa dovrebbe fare il negoziante in questi casi? La prima reazione sarebbe quella di sconsigliarne l'installazione, perché partire con il piede sbagliato, nel campo degli acquari, serve solo ad assicurare future sconfitte.
D'altra parte, molto spesso le esigenze estetiche rappresentano la prima pulsione che conduce al mondo degli acquari e rimarcarne l'inadeguatezza, in questa fase, potrebbe condurre alla perdita di un futuro cliente.
Meglio allora spiegare con grande onestà quali saranno i possibili problemi e come prevenirli: una vasca fuori misura necessita solitamente di una dose maggiore di tecnologia, che ha un costo.

QUALCHE UTILE SUGGERIMENTO. Se la vasca ha un rapporto superficie/volume inferiore a 2.0 sarà indispensabile utilizzare degli aeratori che facilitino la risalita degli strati più profondi a contatto con l'aria: in questo modo si amplifica virtualmente la superficie di scambio.
Non dovremo sottovalutare questo elemento, perché in acque poco ossigenate il filtro biologico perde efficienza, i pesci si ammalano più facilmente e alcuni generi di batteri, potenzialmente patogeni, proliferano a scapito di pesci e invertebrati.
Anche nel caso di acquari d'acqua dolce con piante, quando si desidera utilizzare un diffusore di anidride carbonica, in caso di colonna d'acqua alta bisognerà considerare l'uso di una o più pietre porose perché questo riporta alla normalità gli scambi gassosi con l'atmosfera, similmente a quando accade in una vasca di dimensioni classiche.

PROBLEMI A COLONNA. Queste relazioni divengono ancora più stringenti nelle vasche cosiddette "a colonna": la piccola superficie di scambio gassoso può essere corretta solo sfruttando l'altezza per la disposizione di fasci di bollicine. La loro risalita naturale produce un indispensabile movimento dell'acqua dal basso verso l'alto, riportando all'equilibrio la fisica degli scambi gassosi.
Se la vasca è bassa e stretta, allora le pietre porose divengono meno efficienti ed è più conveniente, anche dal punto di vista energetico, utilizzare delle pompe di circolazione: dovranno essere disposte ai due capi della vasca, in posizioni alternate agli angoli, così da potenziare reciprocamente l'azione e produrre un movimento circolatorio, in orizzontale.
Anche questo espediente è in grado di riportare all'equilibrio movimenti e scambi, rendendo la vasca simile a una di proporzioni normali.
Naturalmente in vasche particolarmente alte la circolazione e gli scambi gassosi non sono gli unici elementi incisivi: la luce ha un coefficiente di estinzione abbastanza elevato in acqua e una vasca alta riduce seriamente le possibilità di successo nella coltivazione delle piante acquatiche.
Si può anzi affermare che in una vasca più alta di 50 cm sarà molto improbabile riuscire a ottenere successi nella coltivazione di piante basse o prati, a meno di non utilizzare delle lampade molto penetranti come le HQI.
In questi casi, però, possiamo ancora una volta adottare degli espedienti che correggano le differenze rispetto alle vasche tradizionali utilizzando le leggi della fisica. Per esempio l'uso di un buon riflettore, disposto sopra i neon, riesce a convogliare sul fondo gran parte delle radiazioni luminose emesse, evitandone la dispersione.

GLI ACQUARI A COLONNA SONO BELLI, MA COSTITUISCONO UNA SFIDA TECNOLOGICA MOLTO IMPEGNATIVA

L'IMPORTANZA DEGLI ACCESSORI TECNICI. Utilizzando dunque una maggiore quantità di accessori tecnici, come potenti aeratori, pompe di circolazione e lampade potenti oltre ai riflettori, potremo superare le problematiche fisiche imposte dalle vasche fuori misura, riportando le loro condizioni a quelle degli acquari di linea.
Ovviamente, tutto questo ha un costo di installazione più elevato e comporta maggiore dispendio energetico, ma permette di ottenere successi in contenitori imposti da arredatori estrosi, che altrimenti non potrebbero garantire un normale funzionamento dell'acquario.
Il negoziante potrà dunque accettare di buon grado la sfida tecnologica imposta da contenitori caratterizzati da rapporti dimensionali errati, ma dovrà essere esigente nel richiedere che la vasca sia allestita con un solido supporto tecnologico ed esplicito nello spiegare che un acquario di questo tipo comporterà un maggiore dispendio energetico.
Sarà il cliente, poi, a decidere se il fascino di una vasca fuori misura giustifichi o meno le spese di installazione e di gestione più elevate.
Unico errore potrebbe essere quello di accettare le rimostranze del cliente inesperto e proporre soluzioni tecnologiche poco performanti: questo, infatti, renderebbe l'acquario poco efficiente e potenzialmente insufficiente. Tale, dunque, da produrre insoddisfazioni e insuccessi.
L'utente dovrà insomma comprendere che qualsiasi vasca è possibile, incluse quelle costruite in contenitori particolari a causa delle richieste di un architetto geniale, ma ogni acquario, in base ai suoi rapporti dimensionali, presenta precise richieste tecniche da assecondare e rispettare senza esitazioni. ●

Bellezza sommersa

Conoscere, per utilizzare al meglio, le piante acquatiche che arredano il nostro specchio d'acqua in giardino

di Luciano Di Tizio

Nel vasto calderone delle piante da laghetto è compreso un immenso numero di specie abitualmente divise in tre tipi biologici: galleggianti, sommerse e, infine, palustri o da ripa.
In queste pagine ci occuperemo delle piante sommerse, definizione con la quale si indicano abitualmente le piante acquatiche propriamente dette, quelle cioè che vivono, fioriscono e si riproducono nell'acqua, senza la quale non sarebbero in grado di completare il loro ciclo vitale, ma che, a differenza delle specie galleggianti, hanno sempre e comunque radici infisse nel substrato, come una qualsiasi pianta terrestre.

ACQUA FONTE DI VITA. Il fusto e le foglie possono essere sia perennemente sommerse, sia flottanti in superficie o anche parzialmente o del tutto emerse.
Non è infrequente che la forma delle foglie sia diversa secondo la loro collocazione al di sopra o al di sotto del pelo dell'acqua. I fiori e le infiorescenze sono invece sempre emersi.
La nutrizione avviene sia attraverso l'apparato radicale interrato sia direttamente dall'acqua, in misura diversa secondo le varie specie. Per la concimazione, come è ovvio, se ne deve tener conto utilizzando (e consigliando ai clienti) prodotti sia da mescolare al terriccio in fase di allestimento dello stagno (ottimi ad es. i concimi in pasticche), sia da sciogliere nell'acqua per la gestione ordinaria della vegetazione (concimi liquidi). Gli uni e gli altri sono in commercio da parte di quasi tutte le aziende che si occupano di piante acquatiche e/o laghetti.

TANTE VARIETÀ POSSIBILI. Elencare in questa sede tutte le piante sommerse disponibili sul mercato è impresa impossibile. Ci limiteremo di conseguenza ad alcune indicazioni scegliendo le specie più frequentemente ricercate dagli appassionati e che sarà bene avere a disposizione nelle vasche da esposizione del negozio o almeno in catalogo per le ordinazioni.
La più facili da procurarsi sono quelle utilizzate anche in acquariofilia. Citiamo, tra le altre, *Ceratophyllum demersum*, *Egeria (Elodea) densa*, *Vallisneria spiralis* e *Fontinalis antipyretica*, che sono adattissime al nostro clima, tant'è che alcune tra loro sono diffuse anche in Italia.
Sono adattissime anche alcune piante reperibili sicuramente negli ingrossi per garden center e relativamente comuni nei luoghi umidi temperati di tutto il mondo come *Hippuris vulgaris*, *Isoetes echinospora*, *Marsilea quadrifolia*, *Potamogeton natans*, *Ranunculus aquatilis*, *Sagittaria sagittifolia*.
Sono disponibili infine specie importate specificatamente per il laghetto da giardino, per esempio *Sagittaria japonica* o *Nuphar lutea*, più adatte agli invasi all'aperto che agli acquari per i quali sono di solito in commercio.
Non possono infine mai mancare in negozio il "re" e la "regina" tra le piante da laghetto: *Nelumbo nucifera*, il cosiddetto fior di loto, e *Nymphaea sp.*, la ninfea, della quale esistono oggi un'infinità di varietà tra loro diverse per taglia e colore dei fiori, entrambi facili da reperire presso vivai e grossisti.

IL FIOR DI LOTO. Originario dell'Africa settentrionale ma oggi acclimatato in varie regioni del mondo, Il fior di loto ha un delicato fusto sotterraneo a rizoma, carnoso, dal quale hanno origine i piccioli che portano le foglie e i peduncoli dei fiori.

TRE TIPI ECOLOGICI. Le piante da laghetto vengono abitualmente divise in tre diversi tipi ecologici:
- *Piante galleggianti* - specie che vivono sulla superficie dei corpi idrici e non hanno alcun contatto con il substrato avendo radici sospese nell'acqua.
- *Piante acquatiche* - specie che restano nell'acqua per tutto o per buona parte del proprio ciclo vitale, con radici infisse nel substrato e con fusto e foglie sommersi o parzialmente emersi.
- *Piante da ripa o palustri* - specie che vivono parzialmente immerse o nelle immediate vicinanze di un bacino idrico.

METTERLE A DIMORA. La piantumazione delle specie sommerse in laghetto può essere effettuata con due diversi sistemi. Il primo prevede la messa a dimora diretta in uno strato diffuso su tutto il fondo e ottenuto mescolando terra fertile, sabbia e ghiaia. Il secondo prevede invece la sistemazione delle singole piante ciascuna in un contenitore, utilizzando vasi di coccio o di plastica di quelli da giardino per gli esemplari di piccola taglia, cassette in plastica per la piante più grandi o per quelle che hanno apparati radicali imponenti.
La piantumazione individuale è da preferire perché consente di variare la composizione del terriccio adattandola alle specifiche esigenze di ciascuna pianta e facilita le eventuali operazioni di manutenzione dell'invaso.
La tecnica è semplice in entrambi i casi: la messa a dimora diretta si effettua inserendo a mano o con un trapiantatoio da acquario con manico lungo la base della radice direttamente nel substrato. Per le piante in vaso si può invece operare all'asciutto per poi bagnare con abbondanza la terra sino ad appesantirla quanto basta per poterla poi accompagnare con le mani sino al fondo dell'invaso.

LA PREPARAZIONE DI UNA PIANTA (IN QUESTO CASO UNA TIFA) IN VASO DESTINATA AD ESSERE SOMMERSA NELLO STAGNO

Le foglie, in parte emerse e in parte galleggianti, sono grandi e circolari con margini ondulati e concave, leggermente pendenti verso l'attacco col picciolo.
I fiori sono grandi, bianchi, rosacei o rosso carminio, e danno origine a caratteristici frutti a coppa il cui aspetto generale ricorda quello del diffusore a imbuto degli annaffiatoi.
Va coltivato in acqua bassa (fior di loto significa "fiore del fango"), anche solo una ventina di centimetri, ed è possibile acclimatarlo in stagni piccolissimi e persino in una tinozza, purché il rizoma abbia a disposizione una certa quantità di terra.

NINFEE PER OGNI GUSTO. Della ninfea si trovano in commercio infinite varietà, normali e "nane", presenti nei listini con nomi di fantasia, tutte splendide.

LA NINFEA HA FOGLIE E FIORI EGUALMENTE ORNAMENTALI

I fiori possono essere bianchi (come per esempio per la specie italiana *Nymphaea alba*), gialli, rosa, rossi nelle varie sfumature, screziati, bicolore.
La radice è a rizoma e da esso si originano direttamente i piccioli con le foglie e i peduncoli con i fiori.
Le foglie, grandi e galleggianti, hanno margine liscio e sono di forma circolare con due netti lobi appuntiti là dove termina il picciolo.
Fiori grandi e profumati, frutti a bacche, fioritura tra primavera ed estate, secondo le diverse varietà.
Anche le esigenze di coltivazione, e in particolare quelle relative alla profondità dell'acqua, sono diverse tra una varietà e l'altra: in linea di massima profondità tra i 35 e i 60 cm andranno comunque bene un po' per tutte, tenendo presente che le varietà nane sono adatte a invasi di qualsiasi capienza, mentre quelle normali hanno bisogno di spazi medio–grandi. ●

UNA NINFEA A FINE STAGIONE, DOPO LA FIORITURA. AI LATI SI NOTANO FOGLIE DI VALLISNERIA

Una mancanza da evitare

Le vitamine non sono un optional, ma una componente essenziale di una dieta equilibrata

di Cristiano Papeschi e Linda Sartini

"La salute inizia a tavola", recitava una vecchia e immortale massima sempre estremamente attuale: infatti, non è un segreto per nessuno il principio secondo cui una corretta alimentazione sia alla base di un vivere sano ed equilibrato.
Questo concetto è valido sia per gli esseri umani, sia per tutti gli animali, da quelli da compagnia a quelli utilizzati a scopo zootecnico.
I rettili, e in particolar modo le tartarughe, non fanno eccezione a questa regola generale, ma il problema è nella scarsa conoscenza che i proprietari spesso hanno della specie animale che detengono.
Internet, libri, manuali e riviste sono un sistema di approfondimento e consultazione molto utile in questo senso, ma nella maggior parte dei casi, soprattutto al momento dell'acquisto della prima tartarughina, ci si rivolge al negoziante per ottenere qualche consiglio sulla gestione e l'alimentazione, quindi deve essere proprio il professionista del petshop ad avere le giuste competenze sia per fornire informazioni corrette al cliente, sia per gestire, a sua volta, gli animali nel migliore dei modi.

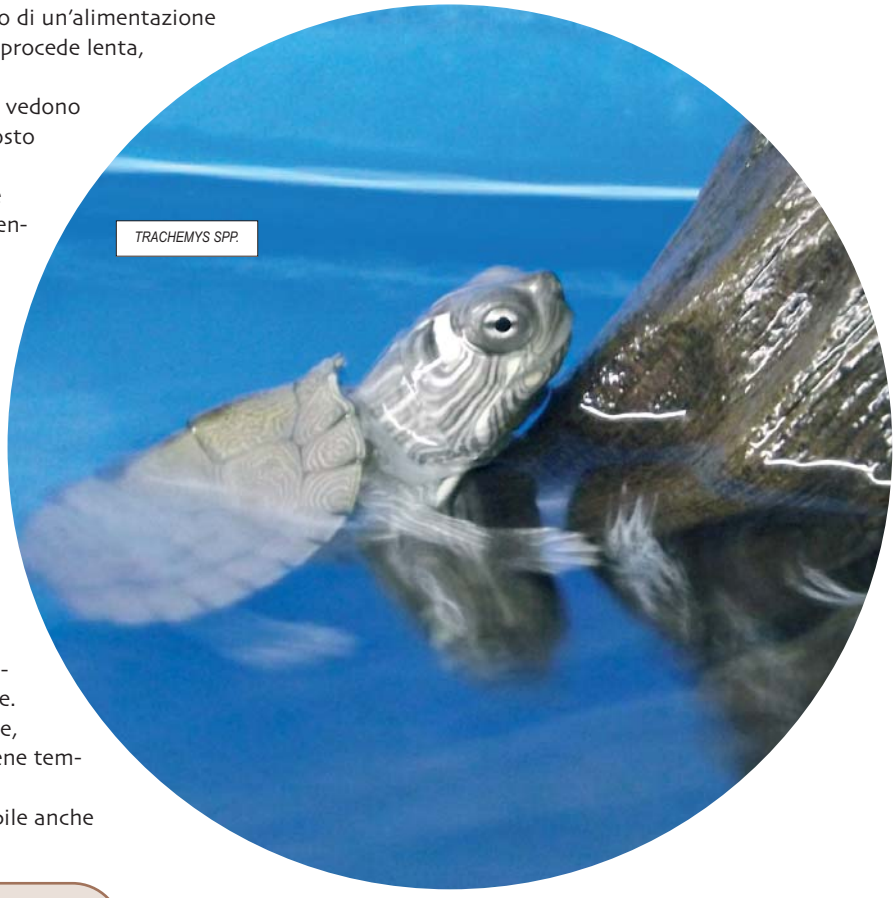
L'IPERVITAMINOSI A. L'ipervitaminosi A è una forma patologica ed è l'esatto contrario dell'ipovitaminosi: corrisponde, di solito, a una somministrazione eccessiva di vitamina A in corso di terapia. È per questo che è necessario consultare un veterinario invece di improntare terapie casarecce o suggerite dagli amici, poiché i danni sono notevoli e riguardano per lo più la cute che può andare incontro a necrosi e distacco.

L'IMPORTANZA DELLA DIETA. Nel caso delle tartarughe, acquatiche e di terra, l'apporto di vitamina A con la dieta è un punto critico di fondamentale importanza: nel caso dei cheloni terrestri nostrani, per esempio *Testudo hermanni* e tutte le altre specie prettamente erbivore soprattutto se detenute in ambiente aperto provvisto di pascolo, difficilmente incorrono in fenomeni carenziali relativi alla mancata assunzione di questa vitamina perché è presente, sotto forma dei suoi precursori, in grandi quantità nelle verdure fresche che questi rettili assumono in funzione delle loro esigenze fisiologiche autoregolandosi secondo i fabbisogni.
Il problema riguarda per lo più le tartarughe acquatiche e semi-acquatiche che vivono in acquario, poiché dipendono interamente dall'uomo che provvede quotidianamente a fornir loro il cibo, ragion per cui il momento del pasto rappresenta una grande responsabilità sia per il proprietario, sia per il negoziante che gestisce in prima persona gli animali che detiene, fornisce consigli e vende prodotti ai clienti.

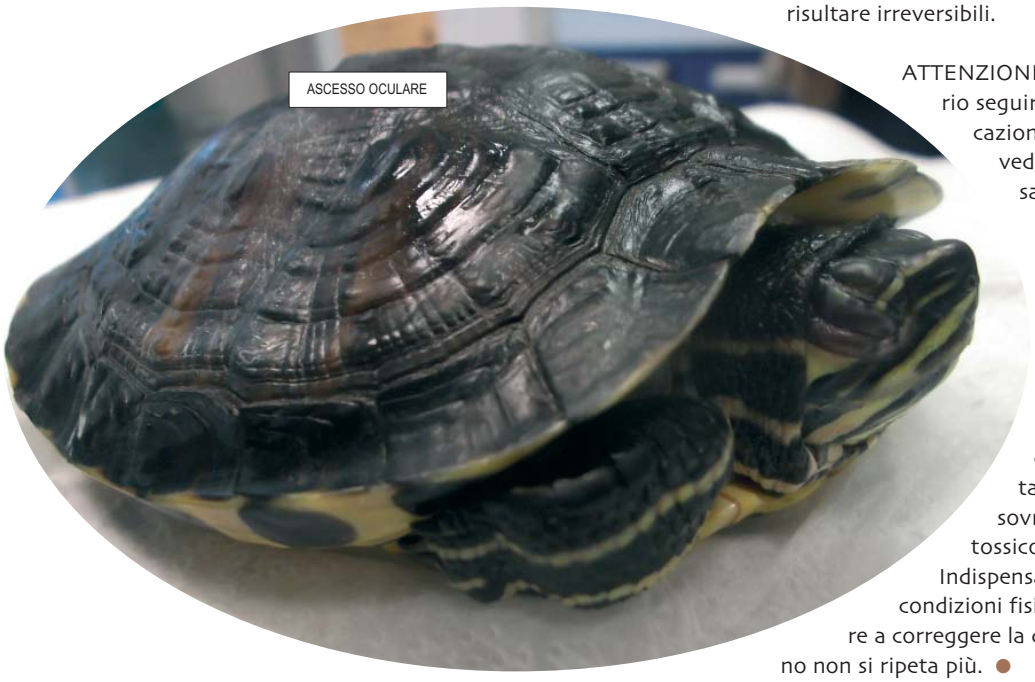
ASCESSO AURICOLARE

Quando insorge, dunque, il problema? Quando l'alimentazione delle tartarughe acquatiche è composta esclusivamente da alimenti secchi non addizionati di vitamina A.
Questo elemento deperisce rapidamente soprattutto nel processo di essiccazione che si verifica nella produzione di alcuni alimenti, pertanto il famigerato gamberetto secco, cibo molto gradito ai cheloni, qualora rappresenti la dieta esclusiva per il rettile, condurrà nel giro di poco tempo (alcuni mesi) a fenomeni carenziali piuttosto evidenti.
Quindi, quando si provvede a riempire la dispensa del nostro amico corazzato, sarà necessario provvedere a una buona scorta di mangime bilanciato appositamente formulato da somministrare in alternativa, o in aggiunta, ai gamberetti secchi che, da soli, non possono in alcun modo costituire la totalità del menu.
Inoltre, alimenti freschi come larve, insetti e piccoli vermi rappresentano una buona integrazione che apporta anche vitamina D3 e calcio.
Non dimentichiamo un altro dato importante che spesso si tende a ignorare: alcune tartarughe semi-acquatiche, come per esempio *Trachemys spp.*, non sono esclusivamente carnivore, bensì onnivore, quindi necessitano di integrazione con vegetali, come per esempio verdure o piante da acquario commestibili che, oltre ad arricchire l'ambiente in cui vive l'animale e a renderlo più gradevole alla vista del proprietario, consentono alla tartaruga di autoregolarsi nel consumo.

I CARATTERI DELLA MALATTIA. Nel caso di un'alimentazione sbagliata e prolungata, l'ipovitaminosi A procede lenta, ma inesorabile.
È una patologia cronica i cui segni non si vedono subito, ma dopo un lasso di tempo piuttosto variabile.
L'animale neonato possiede una naturale riserva epatica di questa vitamina sufficiente per alcuni mesi, dopo dovrà essere necessariamente integrata con la dieta.
Uno stato carenziale provoca la cosiddetta "metaplasia squamosa degli epiteli", fenomeno che riguarda diversi apparati, soprattutto il respiratorio e l'urogenitale, ma anche gli occhi e, in alcuni casi, le orecchie.
Proprio gli occhi sono il motivo che spinge il proprietario a portare l'animale dal veterinario, in quanto non passano inosservate le caratteristiche tumefazioni a livello palpebrale: queste membrane, appunto le palpebre, appaiono "sigillate" e gonfie per l'accumulo di materiale caseoso (pus) nel sacco congiuntivale.
L'animale tiene gli occhi chiusi, si deprime, smette di alimentarsi e, se non si interviene tempestivamente, spesso muore.
A un'osservazione più attenta sarà possibile anche riscontrare ipercheratosi, nonchè difficoltà respiratorie o rantoli, ma questi segni sono di più difficile osservazione.
Un altro danno, che può rivelarsi permanente, è la perdita della vista dovuta a danni alle strutture della retina, e la xeroftalmia, anche nota come corneificazione della cornea che perde la sua trasparenza e si ispessisce.
L'ipovitaminosi A gioca anche un ruolo fondamentale nel predisporre l'animale alla formazione di ascessi auricolari, tumefazioni presenti a livello della membrana timpanica dovute all'accumulo di materiale desquamato nell'orecchio medio e conseguente infezione batterica.
Quando compaiono i segni caratteristici di questa malattia significa che ha iniziato il proprio disastroso percorso già da tempo: un intervento tempestivo, anche se non sempre, è in grado di ristabilire l'animale nonostante in alcuni casi i danni possano permanere e risultare irreversibili.


TRACHEMYS SPP.

L'IMPORTANZA DELLA VITAMINA A. La vitamina A è un elemento essenziale in tutte le specie animali, uomo compreso.
Questa vitamina è di fondamentale importanza per la funzionalità della vista, poiché è presente nelle cellule sensoriali della retina in quanto costituisce il precursore della rodopsina, pigmento presente nei bastoncelli, e per il trofismo e il ricambio delle cellule della cute e delle mucose.
Inoltre, ha un effetto antiossidante che protegge le cellule dall'invecchiamento precoce e dal processo degenerativo causato dai radicali liberi.


ASCESSO OCULARE

ATTENZIONE ALLA TERAPIA. È necessario seguire pedissequamente le indicazioni del veterinario che provvederà innanzitutto a ripulire il sacco congiuntivale e, dove presente, a rimuovere chirurgicamente l'ascesso auricolare e a consigliare la somministrazione di antibiotici se necessari.
La somministrazione di vitamina A per bocca, per iniezione o sotto forma di colliri, deve essere effettuata sotto controllo medico: il sovradosaggio potrebbe essere tossico.
Indispensabile, una volta ristabilite le condizioni fisiche dell'animale, provvedere a correggere la dieta in modo che il fenomeno non si ripeta più. ●

Senza permesso di soggiorno

Quando anche un piccolo, tenero e apparentemente innocuo animaletto può creare grossi problemi. Per esempio, i "clandestini"...

(seconda parte)

di Cristiano Papeschi e Linda Sartini

Nel numero di maggio di *Vimax Magazine (pag. 170)* abbiamo parlato di biodiversità e di danni all'ecosistema e agli organismi autoctoni provocati dall'introduzione di entità alloctone.
Molti alloctoni sono oggi onnipresenti nel nostro ecosistema tanto da essere ormai considerati come facenti parte della fauna e della flora autoctone: difatti è consuetudine consolidata che, dopo 150 anni dalla sua introduzione, un organismo si possa considerare naturalizzato.

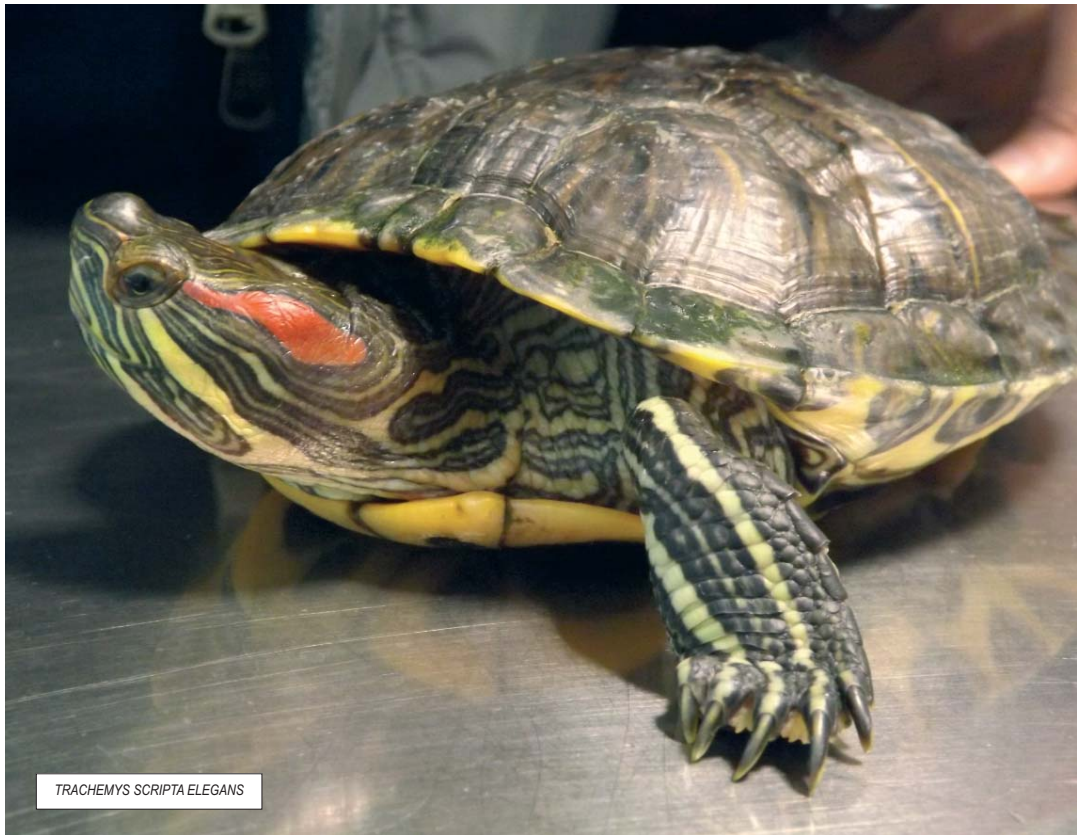
XENOPUS LAEVIS

IL CASO DELL'ANURO AFRICANO. Affrontiamo adesso problemi di ordine pratico legato ad alcuni piccoli amici. Un caso simile a quello della gambusia, descritto nel numero precedente di *Vimax Magazine,* si è verificato per l'abbandono di esemplari di *Xenopus laevis*, anuro originario dell'Africa subsahariana, detenuti sia a scopo scientifico, sia come animali da compagnia.
Infatti, lo xenopo liscio è un anfibio molto apprezzato e utilizzato a scopo acquaristico, ma i meno esperti non sanno, o non si aspettano, che acquistando un ranocchietto di 1 cm circa di lunghezza si otterrà, dopo pochi anni, un bestione che può raggiungere i 30 cm con un'aspettativa di vita anche di 30 anni: da qui l'abbandono sconsiderato in stagni, ruscelli e fiumiciattoli che ha portato alla naturalizzazione di questo anuro in determinate aree come si è verificato in Sicilia su di una superficie che copre quasi 250 km quadrati. E lo stesso è capitato anche in Francia e nel Regno Unito.
Ma cosa c'è in comune tra xenopo e gambusia? Anche lo xenopo si nutre di piccoli organismi legati all'acqua, per esempio uova di anfibi, piccoli crostacei, insetti e loro larve, determinando così il declino di molte specie autoctone.

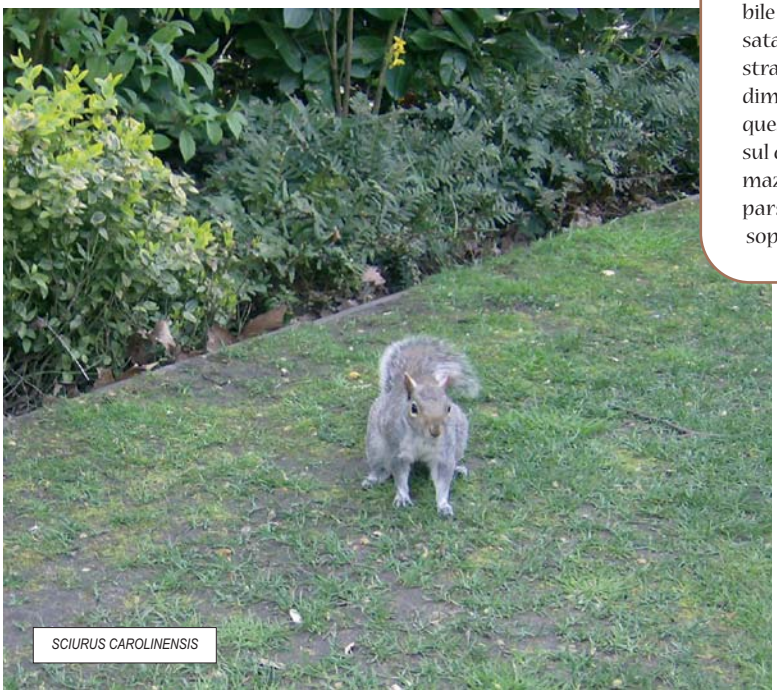
LA TARTARUGA DALLE ORECCHIE ROSSE. Un altro evento ben noto a molti, ma di cui non tutti comprendono l'impatto ecologico, è quello della tartaruga dalle orecchie rosse (*Trachemys scripta elegans*) che ha fatto molto discutere, ma si tratta di un problema non ancora risolto.
In passato questo rettile era molto apprezzato, almeno fino a che era di piccole dimensioni, dagli adulti e soprattutto dai bambini che costringevano i genitori ad acquistarlo nei negozi e alle fiere.
Originaria degli Stati Uniti meridionali, in particolare delle acque dolci del bacino del Golfo del Messico, è giunta a noi nel XX secolo, ma gli ignari non consideravano che in cattività la piccola tartarughina può arrivare a vivere anche 35 anni e raggiungere i 30 cm di lunghezza, richiedendo dunque di terracquari sempre più grandi con relativo dispendio di tempo e risorse economiche.
Il risultato? Ovviamente l'abbandono... *T. scripta elegans* compete nei nostri ecosistemi con la nostrana *Emys orbicularis*, tartaruga palustre già sofferente per la riduzione del suo habitat naturale.

IL PARROCCHETTO DAL COLLARE. Quello del Parrocchetto dal Collare (*Psittacula krameri*) è un altro caso di animale alloctono, in questo caso originario di Africa e Asia meridionale, che ha colonizzato le nostre latitudini. In Italia, la fuga o l'abbandono di questo psittacide ornamentale ne hanno permesso l'ambientamento in parchi e giardini pubblici soprattutto nelle grandi città come Roma, Milano, Napoli e molte altre. La sua abitudine di nidificare nei tronchi cavi e le sue necessità alimentari lo hanno messo in competizione, spesso vincente, con altre specie autoctone come per esempio il Picchio Rosso Maggiore (*Dendrocopos major*).

La testuggine dalle orecchie rosse, rivale dal punto di vista ambientale e alimentare, sembra stia aiutando ulteriormente il declino della *Emys,* ormai votata all'estinzione.
Attualmente questa tartaruga è inserita nell'Allegato B della Cites e, dal 1998, ne è vietata l'importazione e la vendita nella Comunità Europea, mentre i soggetti posseduti prima di tale termine dovevano essere denunciati: purtroppo, però, questo non sempre è stato fatto e ancor oggi, probabilmente, queste tartarughe semiacquatiche troppo cresciute rappresentano un ospite scomodo per i proprietari che non sempre prendono la decisione giusta.


TRACHEMYS SCRIPTA ELEGANS

LO SCOIATTOLO GRIGIO. Ma veniamo al vero protagonista di questi ultimi tempi: lo scoiattolo grigio, argomento di attualità e ultimo, ma solo in ordine temporale, tra i problemi per la biodiversità.
In principio era lo scoiattolo rosso... potrebbe essere l'inizio di una favola e, invece, è l'inizio di una storia triste in tutti i sensi. Lo *Sciurus vulgaris*, anche noto come scoiattolo rosso, è presente in Europa e in Italia da tempo immemorabile e i suoi resti paleontologici fanno risalire la sua storia al lontano Pleistocene.
Questo simpatico roditore dalla pelliccia fulva, lungo circa 25 cm, coda esclusa, e abitante i boschi di caducifoglie, è oggi fortemente a rischio di estinzione a causa della riduzione graduale del proprio habitat e, soprattutto, per l'introduzione dello scoiattolo grigio (*Sciurus carolinensis*) di provenienza Americana.
Nel resto dell'Europa si vocifera che lo scoiattolo grigio abbia già portato a una notevole riduzione numerica del cugino, tanto che nel Regno Unito la sostituzione sarebbe già completa.
Il problema è che queste due specie mostrano comportamenti e abitudini molto simili e competono quindi per la stessa nicchia ecologica: entrambi partoriscono due volte l'anno, non vanno in letargo e si nutrono di frutta secca, germogli e semi.
La differenza è che il *carolinensis*, rispetto al *vulgaris*, è più prolifico, è molto più rustico e danneggia le risorse alimentari scortecciando gli alberi e nutrendosi di frutti e semi più immaturi, possiede un'aspettativa di vita molto più lunga (fino a 15-20 anni in natura contro i 3-5 dello scoiattolo rosso), una tendenza a espandersi maggiore e una notevole resistenza alle malattie.
Nel nostro Paese lo scoiattolo grigio è stato introdotto verso la metà del 1900 a scopo ornamentale in alcuni parchi pubblici torinesi e genovesi e, da qui, avrebbe iniziato la sua opera di colonizzazione. Quindi, con il Decreto del 24 dicembre 2012 che fa riferimento alla Convenzione di Berna, a quella di Rio de Janeiro e alla Direttiva Habitat, si è stabilito che è vietata la commercializzazione e la detenzione delle specie *Sciurus carolinensis* (scoiattolo grigio), *Callosciurus erythraeus* (scoiattolo di Pallas) e *Sciurus niger* (scoiattolo volpe) nonché la denuncia al servizio Cites del Corpo Forestale dello Stato degli scoiattoli detenuti come animali da compagnia. ●


SCIURUS CAROLINENSIS

IL PARAPOXVIRUS. Lo scoiattolo grigio sarebbe responsabile anche dell'introduzione di una nuova patologia causata da un virus noto come *Parapoxvirus,* che si è dimostrato letale per lo *Sciurus vulgaris* mentre il *carolinensis* dimostra una maggiore resistenza all'infezione, fattore questo che favorirebbe ulteriormente la sua imposizione sul cugino fulvo. I sintomi di questa patologia sono la formazione di lesioni con tendenza all'ulcerazione e la comparsa di croste emorragiche e successiva infezione soprattutto su testa e ventre.

la bacheca

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 - via Rezzonico, 23 - 22100 Como
fax 031301418, info@vimaxmagazine.it - Citare Rif. **A/R**

LAVORO / domanda

Agente di commercio cerca mandati per basso Piemonte e Valle d'Aosta.
Info: cell. 3355706235, the-cage@libero.it

Agente di commercio già inserito nella vendita di prodotti per petshop e agrarie **cerca mandati di agenzie** da affiancare a quelli esistenti per le regioni Puglia e Basilicata. Info: cell. 3357511480

Informatrice di pluriennale esperienza, **ricerca azienda** interessata per le zone di Mantova, Cremona, Verona, Reggio Emilia, limitrofe. Info: cell. 3409612301

Marketing/sales operation manager nel settore pet esperienza ventennale sul territorio italiano **valuta offerte** per lo sviluppo del branding e business. Interessato mercato estero.

Marketing-Sales Operation Manager, over 20 years of experience in Pet Company leader; looking for new job's offers about development branding and business. Really interested also foreign market.
Info: inviare richieste a VIMAX srl, via Rezzonico 23, 22100 Como, fax 031301418, info@vimaxmagazine.it - Citare rif. **7/A**

LAVORO / offerta

Gbl srl, giovane azienda proprietaria e distributrice del marchio Monsirè, alimento umido per cani e gatti di altissima qualità, **ricerca agenti mono/plurimandatari** con un minimo d'esperienza nel settore del petshop.
Info: inviare cv a info@gblsrl.com - amministrazionegbl@gmail.com

Aries srl cosmesi professionale per cani e gatti, cerca **agenti mono/plurimandatari** per le zone del Veneto, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte, Toscana e Sardegna. I candidati ideali sono: ambosessi, esperti e motivati, ben introdotti nel settore pet e toelettature. Info: inviare cv a info@ariessrl.eu
***Aries srl** professional cosmetics for dogs and cats **is looking for distributors** abroad. Send applications to: info@ariessrl.eu*

Euroitaliapet Emilia Romagna, distributore per Winner Plus, Josera e Grau, in notevole espansione e con ulteriore potenziale di crescita, **ricerca agenti pluri/mono** per le provincie di Lombardia e Emilia Romagna. Si prevede un trattamento economico adeguato agli obiettivi di vendita. Info: inviare cv a massimo.araldi@gmail.com

La ditta **Nuova Cuoio** produttrice di guinzaglieria in cuoio, **cerca agenti** per zone libere. Info: inviare cv a info@eurocuoio.it

Rebo srl, cerca per i propri marchi Happydog e Happycat, **rappresentanti** nelle zone libere. Info: tel. 0331502700

Cosmetica Veneta srl produttrice di cosmetici per animali domestici a marchio Yuup!® **cerca agenti plurimandatari** e distributori già operativi nel settore del pet per tutto il territorio nazionale. Info: info@cosmeticaveneta.it
***Cosmetica Veneta srl** as producer of cosmetic products for pets is looking for European distributors to deliver its brand Yuup!® totally made in Italy.*
Info: info@cosmeticaveneta.it

La **Surgicalory Mobili Lory Group** azienda produttrice nel settore pet e veterinario **cerca agenti plurimandatari** da inserire nella propria rete vendita zone Emilia Romagna, Lazio, Veneto e Lombardia.
Info: tel. 0522861079, generalmanager@surgicalory.com

Azienda distributrice di prodotti pet presso pet-shop, agrarie, garden, allevatori, presente sul territorio del Nord-Ovest da oltre 30 anni, con propria forza vendita, deposito e uffici, automezzi di proprietà con portata da 5 a 50 q.li di cui 4 muniti di sponda idraulica con personale proprio addetto alle consegne, **esamina proposte** di distribuzione ulteriori prodotti nei canali di vendita citati.
Info: inviare richieste a VIMAX srl, via Rezzonico 23, 22100 Como, fax 031301418, info@vimaxmagazine.it - Citare rif. **1/A**

Saimapet Italia srl cerca agenti per la regione Campania.
Info: saimapet@libero.it

4 Pets srl, distributore del marchio di cosmetici per animali Requal, in un'ottica di potenziamento della propria rete commerciale in Italia, ricerca agenti mono o plurimandatari per l'intero territorio nazionale.
Se interessati, inviare cv a: info@4pets.it, tel. 0307461727.

Iv San Bernard srl cerca rappresentanti mono e plurimandatari per le zone Lombardia e Calabria.
Info: tel. 0571509106, fax 0571509618, info@ivsanbernard.it

Monge & C. spa azienda leader di mercato nei prodotti umidi per cane e gatto, proprietaria dei marchi Monge Superpremium, Lechat Natural, Lechat e Special Dog Excellence, Special Dog, Gemon, Gran Bontà, Simba, in forte crescita di fatturato nell'ultimo triennio e con ambiziosi obiettivi per il 2013, **ricerca agente pluri/mono**, canale specializzato zone: Pavia, Cremona, Lodi, Grosseto, Arezzo, Siena, Umbria, Benevento, Caserta.
È previsto un interessante trattamento provvigionale e incentivi legati a obiettivi di vendita in grado di soddisfare le candidature più qualificate.
Info: info@monge.it

Doggy snc, giovane azienda proprietaria e distributrice del marchio D+, mangime secco per cani e gatti, **ricerca agenti** inseriti nel settore.
Info: inviare cv a info@doggydistribuzione.it

Lidy Factory distributrice del nuovissimo marchio Fiorucci Pets, **ricerca agenti plurimandatari** per zone libere.
Info: inviare cv a info@lidyfactory.it, tel. 0445520430.

Emmezootecnici srl concessionario unico per la Sicilia dei marchi Professional Food, Bio Form e Hunting Dog crocchette per cani e gatti, ingrosso e distribuzione di accessori, antiparassitari e prodotti vari per il pet **ricerca agenti** per le province di Palermo Trapani, Siracusa, Ragusa. Si richiede esperienza nel settore.
Info: tel. 0934589091, info@emmezootecnici.it

Aquaria Tech srl, azienda distributrice per l'Italia di prestigiosi marchi per acquariologia come Tropical, ATI, Bubble-magus, Eheim, Salifert, Eden, e moltissimi dei quali in esclusiva nazionale, **cerca agenti plurimandatari** per potenziamento della rete di vendita nelle zone ancora libere. L'esperienza nel settore sarà tenuta in grande considerazione.
Info: tel. 0803540025, fax 0804033673, office@aquariatech.com

MP2 snc distributrice del marchio Bozita, azienda leader nella produzione di cibo umido per cani e gatti, **ricerca agenti** per le zone libere sul territorio nazionale.
Info: inviare cv a fax 0558969332, info@emmepidue.it, cell. 3933571932

Pampered srl, prestigiosa azienda che opera nel settore del pet con marchi in licenza quali Hello Kitty e Disney, **ricerca agenti** per Lombardia, Veneto, Emilia, Sardegna, Umbria e Toscana. Si valuteranno le proposte di professionisti già presenti sul mercato, in possesso di un importante pacchetto clienti.
Info: info@pampered.it

KO.ME Pet Food è una azienda in crescita che si sta affermando con ottimi risultati nella distribuzione di prodotti per cani e gatti e da più di 15 anni è sinonimo di qualità e precisione.
Ha inserito nella sua gamma diversi nuovi prodotti ed accessori per cani e gatti (Orbiloc Safety Light, B.A.R.F. dieta ecc.) e **ricerca agenti plurimandatari,** già inseriti nel settore per le regioni ancora libere.
Info: inviare cv con foto a info@komepetfood.com

Nota azienda produttrice e distributrice di abbigliamento e accessori per cani di piccola taglia, made in Italy, per un potenziamento della propria rete vendita **ricerca agenti plurimandatari,** con esperienza nel settore, su tutto il territorio nazionale. Offresi ottime provvigioni.
Info: cell. 3482996910, simonacori.s@libero.it

Antichi Fenici concessionario esclusivo Dagel mangimi e Arion Premium **ricerca rappresentanti** inseriti nel settore per le zone libere. Si offrono incentivi e premi produzione. Si richiede serietà e competenza nel settore.
Info: cell. 3476711950 - 3474044615

C.I.A. srl, azienda leader nel settore acquariofilia, **cerca agenti** plurimandatari, ben introdotti nel mercato del pet, su territorio nazionale per zone ancora libere. Marchi distribuiti: Seachem, Blau, Omega One, Tropica e molti altri.
Info: inviare cv a info@ciasrl-acquari.it

SissiSofie Collection, prestigiosa azienda del settore del pet che realizza e distribuisce accessori di alta qualità, **ricerca agenti** su tutto il territorio a esclusione della Lombardia, del Piemonte e della Sicilia. Si valuteranno le proposte di professionisti già presenti sul mercato, in possesso di un importante pacchetto clienti.
Info: info@sissisofiecollection.com

Aquarialand sas cerca agenti mono e plurimandatari per le regioni Toscana, Marche, Umbria, Abruzzo, Sardegna e Puglia.
Info: tel. 0113010105, fax 0113147463, aquarialand@aquarialand.com

Cennamo srl industria di produzione e distribuzione di alimenti secchi, **ricerca** per la regione Toscana **2 agenti** ben introdotti nel settore e interessati a gestire e proporre marchi propri, più altri in private label.
Info: inviare cv a info@cennamopetfood.it

La ditta **Aquili**, produttrice di una linea completa di articoli per acquari, **ricerca agenti** plurimandatari per le zone ancora libere. Si offrono prodotti di elevato livello qualitativo, prezzi competitivi e interessanti promozioni.
Info: inviare cv a info@aquili.it, fax 071740640

Azienda distributrice da oltre 35 anni di prodotti pet presso petshop, agrarie, garden, allevatori nel territorio del Friuli Venezia Giulia e Veneto, **cerca agente plurimandatario** con esperienza nel settore petshop, per distribuzione in esclusiva di alimenti per animali.
Info: inviare cv a acquisti@mecingross.it, fax 0434997576

ATTIVITÀ & ATTREZZATURE / offerta

Vendo toelettatura a Ferrara composta da locali e attrezzature moderni, aria condizionata e riscaldamento, vano con 2 vasche e 2 tavoli asciugatura e sala con 2 tavoli taglio, saletta attesa, sala parcheggio cani, bagno con doccia, antibagno con lavatrice. 35.000 euro non trattabili.
Info: cell. 3482295297, sajo.63@alice.it

A Torino, **vendesi attività** avviatissima 15 anni con vendita di cibo e di animali vivi, volendo toeletta, in posizione di forte passaggio. Cedesi per motivi di salute a prezzo di realizzo. Info: Celesti Debora, Corso Grosseto 143/A, Torino, cell. 392597794, carlitos8@virgilio.it

Vendo attività di rivendita articoli per animali di oltre 150 m in pieno centro a Pinerolo (TO) su piazza con parcheggio.
Reddito per tre addetti. Fatturato medio annuo di euro 250.000. Richiesta euro 159.000 non trattabili, compresi di circa 65.000 euro di magazzino. Valuto anche gerenza a riscatto con solo l'anticipo del magazzino. L'attività è aperta da oltre 25 anni. Arredamento nuovo con canone di affitto rinnovato per 12 anni di euro 800 mensili.
Chiamare solo se realmente interessati. Info: 3482589019

Vendesi:
- tavolo toelettatura elettrico marca Pelomagia (caratteristiche tecniche: dimensioni piano di lavoro 122x60 cm, altezza minima da terra 65 cm, altezza massima da terra 105 cm, portata 120 kg, collegamento elettrico 220 Volt e assorbimento elettrico 130 W.);
- vasca con phon e aspiraliquidi marca "Pelomagia" (caratteristiche tecniche: peso solo vasca 76 kg, vasca, con phon e aspiraliquidi incorporati 100 kg, assorbimento elettrico 1.100 W, collegamento 220 Volt, depressione 200 mbar., acciaio inox 304 AISI, collegamento tubo di scarico 1" 1/4.
Dimensioni: lunghezza 140 cm, larghezza vasca superiore 64 cm, larghezza sottovasca 45 cm, altezza 95 cm. Vendibili separatamente e ritiro a Bergamo.
Info: cell. 3209576669, alibabau@live.it

Cedesi decennale petshop con toelettatura nella provincia di Alessandria. 300 mq con rivendita di alimenti e accessori delle migliori marche per cani, gatti e roditori, acquariologia e vendita pesci. In ottima posizione con possibilità di parcheggio.
Trattative private. Info: cell. 3388958442

Per cessata attività **vendo scaffalatura in legno** come nuova, a prezzo di realizzo, ho la necessità di liberare il locale. Il tutto è visibile a Martina Franca (TA).
Info: cell. 3293735817, passiatorestefano@tiscali.it

Cedo, causa motivi familiari, **decennale attività di petshop**, con vendita di alimenti e accessori, completamente ristrutturata. Scaffalature come nuove, ottima posizione, ampio parcheggio. Zona Sesto Fiorentino (FI), euro 20.000 di avviamento + merce.
Info: cell. 3939794679, cristicaro11@gmail.com

Vendesi:
struttura metallica Porsa di cm 300x50x215 h, composta da :
- 6 vasche da cm 108x50x36 h ciascuna divisa in 3 parti;
- 3 vasche da cm 70x50x36 h ciascuna divisa in 2 parti;
- 2 vasche da cm 108x50x27 h ciascuna divisa in 2 parti.

Tutte le vasche sono dotate di illuminazione al neon, riscaldatore e impianto di ossigenazione.
Info: tel. 0185721312 chiamare durante l'orario di negozio, cell. 3317818632 - 3929035224, geogarden@tiscali.it

Cedesi attività di toelettatura con annessa piccolo spazio per la vendita di alimenti per un totale di circa 40 mq, zona vicinanze Varese. Info: cell. 3487943786

Causa cessata attività, **vendesi**:
- stock merce per negozio di acquariofilia composto da: acquari nuovi con e senza supporti, tartarughiere in vetro, pompe, riscaldatori, lampade, cuffie, alimentatori, areatori, filtri interni ed esterni, distributori automatici, materiali filtranti, prodotti tecnici, pompe, mangimi e accessori per laghetti. Tutto perfettamente integro nelle loro confezioni. In omaggio un bellissimo espositore con 6 vasche 50x50 cm e una vasca 150x50 cm per esposizione pesci. Prezzo da trattare;
- stock accessori nuovi per cani e gatti, nelle loro custodie originali composto da: impermeabili, cappotti, t-shirt, mantelle dalla taglia 20 alla taglia 85 di marche prestigiose; guinzagli, collari e pettorine in nailon o con strass in pelle (Cinopelca); pitonati, lisci, borchiati delle marche Camon, Ferribiella, Linky, Trixie ecc. di tutte le misure. Borse, zainetti per il trasporto, museruole, mutandine, spazzole, pettini e rastrelli, prodotti per l'igiene e altri accessori. In omaggio un phon per tolettatura con piantana a terra. Prezzo da trattare.
Info: cell. 3928620215

A Milano zona San Siro **cedesi negozio** di animali con annessa toelettatura.
Avviamento trentennale. Info: cell. 3331303748

Vendesi tavolo toelettatura elettrico regolabile in altezza, vasca in acciaio regolabile in altezza a pedale con apertura anteriore, phon 4 velocità a piede e compressore (acquistati nuovi ad agosto 2011). Info: cell. 3487943786

Vendesi attrezzatura completa per negozio di toelettatura self service composta da 2 box completi in acciaio inox completamente e perfettamente funzionanti con: vasca a sponda reclinabile, tastiera per l'erogazione dei servizi di acqua, shampoo, balsamo, aspira peli e soffiatore; il tutto azionabile con scheda prepagata.
Computer con centralina collegata al negozio per la registrazione di tutte le attività svolte dai clienti, dispencer per la ricarica delle tessere oltre alla vendita di prodotti aggiuntivi.
Computer con programma gestionale per la creazione delle tessere con lettore.
Desk in legno con vetrinetta illuminata.
2 tavoli in acciaio inox con catena corta per una corretta asciugatura del cane.
Prezzo interessante.
Info: Daniele Nanni, cell. 335225391

Vendesi lavaggio per cani self-service, perfettamente funzionante e in ottime condizioni, dotato di 3 vasche di diverse dimensioni, complete di doccino acqua calda, doccino disinfettante, aspiraliquidi e phon soffiatore. Compreso nel prezzo un distributore di guanti, shampoo monodose ecc., distributore per attivare le vasche e un tavolo per appoggiare cani di piccola taglia. Tutto a soli euro 9.900.
Info: Giulia, cell. 3289460962

Vendesi batteria di acquari di 2,34x1,88 m profondità 45,5 cm composta da 6 vasche da cm 90x45x40h di cui 4 vasche divise in 3 parti, una unica e una divisa in due. Tutte dotate di illuminazione al neon. Info: tel. 0104077481, piccoliamicige@hotmail.it

Vendesi merce in stock del valore di circa 10.000 euro a metà prezzo, incluso vasca in acciaio Surgicalory, soffiatore biturbo, e soffiatore turbo. Info: cell. 3929024766

Cedesi nelle vicinanze di Lodi **attività** di toelettatura con annesso petshop per vendita di mangimi, abbigliamento, accessoristica, parafarmaci; ben avviato con pacchetto clienti. Completo di attrezzature in buone condizione.
Info: cell. 3487708746

Vendesi stock di guinzaglieria, cappottini, attrezzature varie e gabbie.
Il prezzo è un vero affare. Merce visibile a Brescia su appuntamento.
Info: cell. 3358333325

Vendesi:
- macchina usata per incidere medagliette di diversi formati modello Imarc, con 3 matrici per un totale di 19 formati di medaglie o collari e 8 differenti caratteri per l'incisione. Perfettamente funzionante. Le medagliette e i pezzi di ricambio sono acquistabili presso la ditta italiana distributrice. Disponibile a inviare foto;
- tavolo Record per toelettatura in acciaio inox, semi nuovo, elettrico, con piano girevole, completo di porta accessori e braccio per aggancio cani. Altezza minima da terra 57 cm. Dimensioni del tavolo 60x107 cm.

Disponibile a inviare foto. Info: logam6@yahoo.it

Vendesi:
- phon soffiatore marca Pelomagia, appena revisionato, in ottimo stato come nuovo;
- 2 tosatrici Aesculap Favorita II di cui 1 come nuova con serie completa di testine.

Info: cell. 3392855224

COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO. La bacheca 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. Classified ads 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 thruthfulness of the adverts.*

gli appuntamenti

NOT TO BE MISSED

pet expo

19-21 LUGLIO 2013 WODAC PET EXPO 2013
Gallagher Convention Centre, Johannesburg, South Africa
Info: www.dogscats.co.za, dogscats@iafrica.com

23-25 LUGLIO 2013 SUPERZOO 2013
Mandala Bay Convention Center Las Vegas, Nevada
Info: tel. +1/800/9997295, +1/626/4472222, www.superzoo.org, info@wpamail.org

26-29 LUGLIO 2013 PET SHOW TAIPEI 2013
Taipei World Trade Center Nangang Exhibition Hall, Taipei, Taiwan
Info: tel. +86/02/26596000, fax +86/02/26597000,
www.aquapets-show.com.tw, imc@chanchao.com.tw

22-25 AGOSTO 2013 PET FAIR ASIA 2013
Shanghai World Expo Exhibition & Convention Center, China
Info: www.petfairasia.com

22-25 AGOSTO 2013 INTERPETS 2013
Makuhari Messe, Chiba, Japan
Info: tel. +81/332628460, fax +81/332628442, www.interpets.jp, info@interpets.jp

25-26 AGOSTO 2013 EXPO ZOO
Centre de foires, Sherbrooke, Québec, Canada
Info: www.pijaccanada.com, info@pijaccanada.com

8-10 SETTEMBRE 2013 SPOGA GAFA 2013
Cologne, Germany
Info: www.spogagafa.com

13-15 SETTEMBRE 2013 ZOO-BOTANICA 2013
Hali Stulecia, Wroclaw, Poland
Info: tel./fax: +48/71/3596271, tel. +48/71/3590451,
www.wigor-targi.com, office@wigor-targi.com

15-16 SETTEMBRE 2013 PATS 2013
Sandown Park, Surrey, UK
Info: www.patshow.co.uk

15-16 SETTEMBRE 2013 NATIONAL PET INDUSTRY TRADE SHOW
International Center, Hall 5, Mississauga, Ontario, Canada
Info: tel. +1/800/6677452, fax +1/613/7309111,
www.pijaccanada.com, information@pijaccanada.com

15-17 SETTEMBRE 2013 GLEE
National Exhibition Center (NEC) Birmingham, United Kingdom
Info: tel. +44/203/0332197, www.gleebirmingham.com/, glee@i2ieventsgroup.com

18-21 SETTEMBRE 2013 PARKZOO
Sokolniki Expo Centre Moscow, Russia
Info: +7/495/7976443, +7/495/7297096, www.parkzoo.msk.ru, info@parkzoo.msk.ru

20-22 SETTEMBRE 2013 BACKER'S TOTAL PET EXPO
Donald E. Stephens Convention Center, Rosemont, Chicago, ILL, Usa
Info: tel. +1/312/5781818, fax +1/312/578119,
www.hhbacker.com, hhbacker@hhbacker.com

24-26 SETTEMBRE 2013 7TH SEAFOOD EXPO 2013
Dubai, Uae
Info: tel +97142988144, fax +971/42987886,
www.dubaiseafoodexpo.com, orangex@emirates.net.ae

26-29 SETTEMBRE 2013 PET ISTANBUL FUARI
Istanbul Expo Center
Info: www.petist.eu

6-8 OTTOBRE 2013 DIBEVO 2013
Evenementenhal in Gorinchem, Gorinchem, The Netherlands
Info: tel.+31/33/4550433, fax +31/33/4552835, www.dibevo.nl, info@dibevo.nl

9-10 OTTOBRE 2013 AQUA 2013
Telford International Centre, UK
Info: tel. +44(0)/1892 862848, www.aquatelford.co.uk

10-12 OTTOBRE 2013 IBERZOO'13
Fiera di Zaragoza, Zaragoza, Spain
Info: tel. +34/93/4524598, fax +34/93/4524599, www.iberzoo.com, info@iberzoo.com

18-19 OTTOBRE PET EXPO 2013
Melbourne Exhibition Centre, Australia
Info: tel. +61/029659 5811, www.piaa.net.au, sleighton@piaa.net.au

29-31 OTTOBRE 2013 PET SOUTH AMERICA
Expo Center Norte, Sao Paulo, Brazil
Info: tel. +55/11/32055000, fax +55/11/32055070, www.petsa.com.br, petsa@nm-brasil.com.br

15-18 NOVEMBRE 2013 CIPS 2013
China Import & Export Fair Pazhou Complex, Guangzhou
Info: tel. +86/10/88102257, fax +86/10/88102234, www.cipscom.com, linjy@chgie.com

20-23 NOVEMBRE 2013 ZOOSPHERE 2013
ExpoForum Ltd. San-Pietroburgo, Russia
Info: +7/812/2404040, zoosphere.lenexpo.ru, s.hansen@expoforum.ru

16-17 FEBBRAIO 2014 ANIDO 2014
Kortrijk Xpo, Kortrijk, Belgium
Info: tel. +32/56241111, fax +32/56204295, www.anido.be, anido@kortrijkxpo.com

12-14 MARZO 2014 GLOBAL PET EXPO
Orange County Convention Center Orlando, Florida, Usa
Info: tel. +1/203/5320000, fax +1/203/5320551, www.globalpetexpo.org

18-19 MARZO 2014 PATS 2014
Sandown Park Surrey, Uk
Info: www.patshow.co.uk

9-11 APRILE 2014 PET INDUSTRY SPRING TRADE SHOW 2014
Donald E. Stephens Convention Center, Rosemont, Chicago, IL, Usa
Info: tel. +1(0)312/5781818, fax +1(0)312/578119
www.hhbacker.com, hhbacker@hhbacker.com

congressi internazionali / *international forums*

23 AGOSTO 2013 PETFOOD FORUM CHINA 2013
Shanghai World Expo Exhibition and Convention Center, 1099 Guozhan Road, Shanghai, China
Info: www.petfairasia.com, petfoodforum.petfoodindustry.com/PetfoodForumChina/

expo cani / *dog shows*

6-7 LUGLIO 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Torino (TO) - Info: ENCI
tel. +39/0270020346, fax +39/0270020323, www.enci.it, expo@enci.it

14 LUGLIO 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Cuneo (CN) - Info: ENCI

16 AGOSTO 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Gradisca d'Isonzo (GO) - Info: ENCI

25 AGOSTO 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Santa Giusta (OR) - Info: ENCI

8 SETTEMBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Trieste - Info: ENCI

14-15 SETTEMBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Ivrea (TO) - Info: ENCI

22 SETTEMBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Matera - Info: ENCI

29 SETTEMBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Bergamo - Info: ENCI

5-6 OTTOBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Roma - Info: ENCI

12-13 OTTOBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Bastia Umbra (PG) - Info: ENCI

19-20 OTTOBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Chieti - Info: ENCI

26 OTTOBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Reggio Calabria - Info: ENCI

27 OTTOBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Messina - Info: ENCI

1 NOVEMBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Frosinone - Info: ENCI

2-3 NOVEMBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Busto Arsizio (VA) - Info: ENCI

expo gatti / *cat shows*

7-8 SETTEMBRE 2013 EXPO FELINA Piacenza - Info: ANFI
tel. +39/0114344627, fax +39/0114332479, www.anfitalia.it, sede@anfitalia.net

21-22 SETTEMBRE 2013 EXPO FELINA Bari - Info: ANFI

28-29 SETTEMBRE 2013 EXPO FELINA Torino - Info: ANFI

12-13 OTTOBRE 2013 EXPO FELINA Milano - Info: ANFI

19-20 OTTOBRE 2013 EXPO FELINA Firenze - Info: ANFI

expo uccelli / *bird shows*

28-29 SETTEMBRE 2013 CAMP. INT.LE ORNITOLOGICO Sacile (PN) - Info: FOI
tel +39/0523593403, fax +39/0532571613, www.foi.it, info@foi.it

25-27 OTTOBRE 2013 CAMP. INT.LE ORNITOLOGICO Reggio Calabria - Info: FOI

26-27 OTTOBRE 2013 CAMP. INT.LE ORNITOLOGICO Lonate Pozzolo (VA) - Info: FOI

26-27 OTTOBRE 2013 CAMP. INT.LE ORNITOLOGICO Catania - Info: FOI

26-27 OTTOBRE 2013 CAMP. INT.LE ORNITOLOGICO Udine - Info: FOI

2-3 NOVEMBRE 2013 CAMP. INT.LE ORNITOLOGICO Palermo - Info: FOI

24-26 GENNAIO 2014 CAMP. MONDIALE ORNITOLOGICO Bari - 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 - info@acquaramaitalia.it

Acquario di Bologna S.r.l.
Via Matteotti, 37 051796030 - 051790120
40064 Ozzano dell'Emilia (BO) fax 051796203
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. +33/5/63987153 +33/5/63987154
20, Avenue de la Chevalière fax +33/5/63612491
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

Aquaria Tech 0803540025
Via G. Tauro, 3/E fax 0803522501
70124 Bari
www.aquariatech.com - office@aquariatech.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 - aquariumlatorre@libero.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

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 Corrizzato P. & C.
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48 0423724073
31033 Castelfranco V.to (TV) fax 0423742252
www.calciomare.com, www.aqualine.it
info@calciomare.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.ceabacquari.it - info@ceabacquari.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
Kroepperstraße, 17 fax +49/63317241203
66957 Vinningen (Germania)
www.dennerle.de - b.kaufmann@dennerle.de

Eheim GmbH & CO. KG +49/7153/700201
Plochinger Straße, 54 fax +49/7153/7002174
73779 Deizisau (Germany)
www.eheim.de - info@eheim.de

Elos S.r.l. 0457952142
Via Torricelli, 32 fax 0456371815
37067 Valeggio sul Mincio (VR)
www.eloseurope.com - info@eloseurope.com

Eschematteo S.r.l. 0521607889
Via Ugozzolo, 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

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 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.raggiodisole.it - www.mckerk.it - info@raggiodisole.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 Kuliscioff, 26/28 fax 0241291840
20152 Milano
www.recordit.com - record@recordit.com

Saimapet Italia S.r.l. tel. e fax 0810127878
F.C.L. Prolungamento Via Clania, Cervone
81030 Orta di Atella (CE)
saimapet@libero.it

Sera Italia S.r.l. 0516661301
Via Gamberini, 110 - Gavaseto 0516661333
40018 San Pietro in Casale (BO) fax 0516669133
www.sera.it - info.seraitalia@sera.biz

TAF Trans Aquarium Fish 0119866465
Via Casale, 27 fax 0119866143
10060 Scalenghe (TO)
www.tafsrl.to - info@tafsrl.to

Teco S.r.l. 0544408333
Via A. Sansovino, 35 fax 0544280084
48100 Ravenna
www.tecoonline.com - teco@tecoonline.com

Tetra Italia 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

Tropic Nguyen +33/3/89537272
10, rue du Hagelbach fax +33/3/89525456
68260 Kingersheim Cedex (France)
www.tropic-nguyen.com - info@tropic-nguyen.com

● Alimenti / *food* ● Accessori / *accessories* ● Igiene e cura / *pet care* ● Vivo / *live pets*

Tucano Internazionale S.r.l. ● ● ● 0312289793
Via Asiago, 25 fax 0312289794
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-Ravarino, 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 (France)
www.zolux.com - info@zolux.com

Zolux Italia ● ● ● 051759428
Via Balzani, 14 fax 051759896
40069 Zola Pedrosa (BO)
www.zolux.com - info@zolux.it

Cani & Gatti
Dogs & Cats

A&AG 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

Aesculap Suhl GmbH - B Braun ● +49/3681/49820
Fröhliche-Mann-Str. 15 fax +49/3681/498249
98528 Suhl (Germany)
www.aesculap-clippers.com

Affinity Petcare Italia S.r.l. ● 0289633029
Via Fabio Filzi, 25/A fax 0266719002
20124 Milano
www.affinity-petcare.com

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 - alframasrl@virgilio.it

Allevamento della Fioravanta ● tel. e fax 051854594
Via Cappelletti, 983
40059 Sant'Antonio di Medicina (BO)
www.allevamentodellafioravanta.it - fioravanta@virgilio.it

Almo Nature S.p.a. ● 010253541
P.za dei Giustiniani, 6 fax 0102535498
16123 Genova
www.almonature.eu - info@almo.it

Alpi Service S.n.c. ● ● 011975941
Via dell'Artigianato, 5 fax 011974453
12033 Faule (CN)
www.alpiservice.com - info@alpiservice.com

Animal House S.r.l. ● 0309651831
V.le Europa, 67 fax 0309651310
25018 Montichiari (BS)
www.animalhouseonline.it - mprignac@unipoint.it

Animali.It ● 0293591343
Via Po, 16/A fax 0293591343
20010 Pregnana Milanese (MI)
www.animali.it - info@animali.it

Animaloso - Gio'pet ● tel. e fax 055571962
V.le A. Righi, 89
50137 Firenze
www.giopet.com - info@giopet.com

Arovit Italia S.r.l. ● 0309914488
Via dal Molin, 86 fax 0309120174
25015 Desenzano Del Garda (BS)
www.arovit.it - info@arovit.it

Avitabile Napoleone S.r.l. ● ● 0815737519
Via Petrarca, 34 fax 0815737522
80022 Arzano (NA)
avitabilenapoleone@interfree.it - www.tewua.it
contatto@tewua.it

Baldecchi S.n.c. ● 0559705281
Zona PIP Frazione Penna fax 0559705352
52028 Terranuova Bracciolini (AR)
www.baldecchi.it - baldecchisnc@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

Bewital agri GmbH & CO. KG ● +49/2862/5810
Industriestraße 10 fax +49/2862/5819964
46354 Sudlohn - Germany
www.bewital.de, www.bewital-petfood.com
info@bewital.de

Bolton Alimentare S.p.a. ● 031779111
Via L. Einaudi, 18/22 fax 031779302
22072 Cermenate (CO)
www.boltonalimentati.it

Bosch Italia - Animali.it ● 339/3516852
Via Po, 6/A
20010 Pregnana Milanese (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

Candioli S.p.a. ● 0113490232
Via Manzoni, 2 fax 0113490526
10092 Beinasco (TO)
www.candioli.it - info@candioli.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. ● 0331932014
Via Verdi, 84 fax 0331932510
21021 Angera (VA)
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 - ciacri@virgilio.it

Ciam S.r.l. ● ● ● 0736250484
Via Piemonte, 4 fax 0736257854
63100 Ascoli Piceno (AP)
www.ciamanimali.it - ciam@ciamanimali.it

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

Coltellerie Milanesi S.a.s. ● tel. e fax 024224695
via Solari, 56
20144 Milano
www.coltelleriemilanesi.it - info@coltelleriemilanesi.it

Conagit S.p.a. ● 075851781
Via Rosa Luxemburg, 30 fax 0758517804
06012 Città di Castello (PG)
www.conagit.it - info@conagit.it

Cosmetica Veneta S.r.l. ● tel. e fax 0444719637
Via Vicenza, 52
36043 Camisano Vicentino (VI)
www.cosmeticaveneta.it - info@cosmeticaveneta.it

Croci S.p.a. ● ● 0332870860
Via S. Alessandro, 8 fax 0332462439
21040 Castronno (VA)
www.crocitrading.com - info@crocitrading.it

Dalla Grana Mangimi ● 0444830501
Via Zara, 74 fax 0444835211
36045 Lonigo (VI)
nicola@officinalis.net

Disegna Group ● ● 0424471424
Via Marsan, 28/30 fax 0424476392
36063 Marostica (VI)
www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.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

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 05221860236
42023 Cadelbosco di Sopra (RE)
www.dueccisrl.com - info@dueccisrl.com

Due Erre & C. S.n.c. ● 0516466149
Via Pradazzo, 1/D fax 0516467654
40012 Calderara di Reno (BO)
www.snackforpet.it - info@snackforpet.it

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

Effeci Service S.r.l. ● 0382957122
Via E. Fermi, 5 fax 0382955466
27011 Belgioioso (PV)
www.effeciservicesrl.com - info@effeciservicesrl.com

Enac S.p.a. ● 0382483059
Strada Paiola, 16 fax 0382483056
27010 Cura Carpignano (PV)
www.enac.it - info@enac.it

Enrico Spada 335/1036211
Via Lipoi, 2
32032 Feltre (Belluno)
mirko.massimo@enricospada.it

Evilcollar.it 04611593133
Via dei Campi, 9 fraz. Ischia fax 04611715123
38057 Pergine Valsugana (TN)
www.evilcollar.it - info@evilcollar.it

Fag S.n.c. 0106514952
Via dei Costo, 7/H fax 0108682528
16154 Genova
www.fag.genova.it - info@fag.genova.it

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

Fashionglobetrotter 3383528728
Via di Barbiano, 2/4 3483474521
40136 Bologna
www.doganddolls.com - info@doganddolls.com

Faza S.r.l. 069476419
Via Casilina Km 22.600 fax 069476033
00040 Laghetto Di Montecompatri (RM)
www.areapet.it - info@areapet.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

Ferrzootecnia 059313426
Via Belgio, 16 fax 059454077
41122 Modena (MO)
www.ferrzootecnia.it - info@ferrzootecnia.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. Felicita, 5/B fax 0424390792
36060 Romano d'Ezzelino (VI)
www.flairpet.com - info@flairpet.com

Flexi-Bogdahn Int. GmbH & Co. KG +49/4532/40440
Carl Benz Weg, 13 +49/4532/404466
22941 Bargteheide (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 Savona, 97 fax 0243458922
20144 Milano
www.formevet.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

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. 05225452
Via G. De Chirico, 3
42124 Reggio Emilia
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it

Giolo Giorgio 042659305
Via Marconi, 76/78 fax 042659306
30010 Pegolotte di Cona (VE)
www.giorgiogiolo.it - info@giorgiogiolo.it

Giolo Guido 042659197
Via Roma, 22/24/26 fax 0426509030
30010 Pegolotte di Cona (VE)
www.giorgiogiolo.it/guidogiolo - info@guidogiolo.it

Globalcibo S.r.l. 0141747820
Via Industria, 37/39 fax 0141747821
14015 San Damiano D'Asti (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 A.G. Eiffel, 15 fax 0654549560
00148 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

Inamorada 0163826661
Via Martiri, 13 fax 0163850442
28078 Romagnano Sesia (NO)
www.inamorada.com - info@inamorada.com

Interpet S.r.l. 058394480
Via San Pieretto, 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 0251686685
Centro direzionale MilanoDue - Palazzo Borromini
20090 Segrate (MI)
www.exspot.it - www.scalibor.it

Italsystem S.a.s. 0541731428
Via Corciano, 14 fax 0541731395
47924 Rimini
www.1allsystems.com - info@1allsystems.com

Iv San Bernard S.r.l. 0571509106
Via Limitese, 116 fax 0571509618
50053 Spicchio Vinci (FI)
www.ivsanbernard.it - info@ivsanbernard.it

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

Kiotolife Italia tel. 074664051
Via Salaria per l'Aquila, 60 fax 0746694051
02010 Santa Rufina di Cittaducale (RI)
www.kiotolife.eu - info@kiotolife.eu

Kronos S.r.l. 0515947498
Via Traversetolo, 186 fax 1997070740517
43123 Parma
www.kronossrl.it - info@kronossrl.it

Laboratorios Bilper Group +34/94/4520007
Avda Pinoa 17, Ap 1289 Bilboa fax +34/94/4521329
48170 Zamudio, Vizcaya (Spagna)
www.bilper.com - www.menforsan.com
info@menforsan.com

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.
Via L. Da Vinci, 21 0586434000
57123 Livorno fax 0586434210
www.laviosa.it - lcm@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

LIDY FACTORY S.r.l. 0445520430
Via del Redentore, 3
36015 Schio (VI)
www.lidyfactory.it - info@lidyfactory.it

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 Castelnovo (VI)
www.marchioro.it - info@marchioro.it

Marpet S.r.l. 0456600134
Via Don Sasselli d'Era, 13 fax 0457000124
37041 Albaredo d'Adige (PD)
www.marpet.it - info@marpet.it

Mars Italia S.p.a. 025776111
V.le MilanoFiori 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

MennutiGroup S.r.l. 0571581661
Via Ponte Cerretano, 1 ZI fax 0571580016
50050 Carreto Guidi (FI)
www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it

Merial Italia S.p.a. 0239399302
V.le Luigi Bodio, 37/B Pal. 5 fax 0239399331
20158 Milano
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

Mondial Pet Distribution S.p.a. 0172691520
Via Torino, 89 fax 0172692997
12045 Fossano (CN)
www.mondialpetdistribution.com
info@mondialpetdistribution.com

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

MP Group S.r.l. 0522942788
Via del'Industria, 7/1 0522942755
42025 Cavriago - Corte Tegge (RE) fax 0522946191
www.versele-laga.com - mp@versele.it

MPS 2 S.r.l. 0444572190
Via Zambon, 69 fax 0444370902
36051 Creazzo (VI)
www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it

My Family S.r.l. 0131950063
Via Vittorio Veneto, 12 fax 0131952944
15048 Valenza (AL)
www.myfamily.it - info@myfamily.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

● Alimenti / *food* ● Accessori / *accessories* ● Igiene e cura / *pet care* ● Vivo / *live pets*

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 0427488000
33097 Spilimbergo (PN)
www.professionalpets.it - info@professionalpets.it

Nuova Cuoio ● 0817744833
Via Lufrano, 69 fax 0817735989
80040 Volla (NA)
www.eurocuoio.it - info@eurocuoio.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 - nutrix1@nutrixpiu.com

Olistika S.r.l. ● 0549906690
Via 25 Marzo, 19/B
47895 Domagnano (RSM)
www.vet-line.it - info@vet-line.com

On Site S.r.l. ● 0342200070
Via Nazionale, 6 fax 0342211815
23012 Castione Andevenno (SO)
www.lilloshop.it - info@onsitepet.it

Original Legno Italia S.a.s. di Maltese & C. ● 0924514511 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. ● ● tel. e fax 0239400659
Viale Berengario, 9
20129 Milano
www.pampered.it - info@pampered.it

Pappadrin S.r.l. ● 0444371521
Via Verona, 66/B fax 0444335285
36077 Altavilla – Tavernelle (VI)
www.pappadrin.it - pappadrin@pappadrin.it

Pet360 S.r.l. ● tel. e fax 022043764
P.le Bacone, 2
20129 Milano
www.pet360.it - americo.casci@pet360.it

Petinitaly ● 0245712959
Via Palermo, 9 fax 0245714694
20090 Assago (MI)
www.petinitaly.it - info@petinitaly.it

Pets Fitness ● tel. e fax 0712868013
Via Soderini, 8
60027 Osimo (AN)
www.petsfitness.com - info@petsfitness.com

Pet Village S.r.l. ● ● ● 054464418 - 0544471768
Via Fossombrone, 26 fax 0544479252
48124 Ravenna
www.petvillagesrl.it - info@petvillage.it

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.raggiodisole.it - www.mckerk.it
info@raggiodisole.it

Rebo S.r.l. ● 0331502700
Via Morelli, 34/B fax 0331502703
21053 Castellanza (VA)
www.happydog.de - 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

Saimapet Italia S.r.l. ● ● tel. e fax 0810127878
F.C.L. Prolungamento Via Clania, Cervone
81030 Orta di Atella (CE)
saimapet@libero.it

Sepiol S.a. ● 0233610725
Ufficio Italia fax 023319855
Via General Govone, 56
20155 Milano
www.sepiolsa.com - info@sepiolsa.com

SERVICE S.r.l. ● 01311850809
Via Milano, 174 fax 01311851026
15121 Alessandria
www.charlottesdress.com - info@charlottesdress.com

Slow Global ● 0161219438
Cascina Malcotta fax 0161220542
13010 Stroppiana (VC)
www.slowglobal.com - slowglobal@gmail.com

Solvay Chimica Italia S.p.a. ● 02290921
V.le Lombardia, 20 fax 0270048203
20021 Bollate (MI)
www.solvcat.com - lettiere.vendite@solvay.com

Spagnol Group ● 0445369877
Via della Fisica, 15 fax 0445368612
36016 Thiene (VI)
www.spagnolgroup.it - spagnolgroup@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, 47 fax 0444638315
36020 Castegnero (VI)
www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it
comm.estero@stefanplast.it

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 0458780374
37036 San Martino Buon Albergo (VR)
www.tolsa.com - info@tolsa.com

Trilly Tutti Brilli ● 0131826819
Strada Virgo Potens, 4/5 fax 0131826819
15057 Tortona (AL)
www.trillytuttibrilli.it - info@trillytuttibrilli.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. ● ● ● 0312289793
Via Asiago, 25 fax 0312289794
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

Valpet S.r.l. ● ● ● 051760349
Via Marconi, 4/2 fax 0516056448
40057 Granarolo E. (BO)
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

V.B.B. S.r.l. ● tel. e fax 075985151
Via della Fattoria, 39
06084 Bettona (PG)
www.vbbpetfood.eu - info@vbbpetfood.eu

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

Virbac S.r.l. ● 024092471
Via Caldera, 21 fax 0240924777
20153 Milano
www.virbac.it - virbac@virbac.it

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 Caduti di Amola, 17
40132 Bologna
www.zolux.com - info@zolux.it

Zoodiaco ● ● ● 0425474645
V.le della Cooperazione, 16 fax 0425474647
45100 Borsea (RO)
www.zoodiaco.com - www.prolife-pet.it
zoodiaco@zoodiaco.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.zooal.it - zooal@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 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

Borgovit S.r.l. ● 031650344
Via Roma, 48 fax 031651419
22046 Merone (CO)
www.borgovit.it - info@borgovit.it

Calcio Mare S.n.c. di Corrizzato 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. ● 0331932014
Via Verdi, 84 fax 0331932510
21021 Angera (VA)
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.n.c. ● ● 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 - formevet@formevet.it

Gimborn Italia S.r.l. 05225452
Via De Chirico, 3
42124 Reggio Emilia
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it

Imac S.r.l. 0444482301
Via Ghisa, 24 fax 0444482500
37071 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.raggiodisole.it - www.mckerk.it
info@raggiodisole.it

Rinaldo Franco S.p.a. 0248376157
Via Kuliscioff, 26/28 fax 0241291840
20152 Milano
www.recordit.com - record@recordit.com

Saimapet Italia S.r.l. tel. e fax 0810127878
F.C.L. Prolungamento Via Clania, Cervone
81030 Orta di Atella (CE)
saimapet@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. 0312289793
Via Asiago, 25 fax 0312289794
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

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 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

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 Corrizzato 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. 0331932014
Via Verdi, 84 fax 0331932510
21021 Angera (VA)
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.n.c. 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 - formevet@formevet.it

Gimborn Italia S.r.l. 05225452
Via De Chirico, 3
42124 Reggio Emilia
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 - lcm@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.raggiodisole.it - www.mckerk.it - info@raggiodisole.it

Rinaldo Franco S.p.a. 0248376157
Via Kuliscioff, 26/28 fax 0241291840
20152 Milano
www.recordit.com - record@recordit.com

Saimapet Italia S.r.l. tel. e fax 0810127878
F.C.L. Prolungamento Via Clania, Cervone
81030 Orta di Atella (CE)
saimapet@libero.it

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. 0312289793
Via Asiago, 25 fax 0312289794
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

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.n.c. 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

Gimborn Italia S.r.l. 05225452
Via De Chirico, 3
42124 Reggio Emilia
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

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.raggiodisole.it - www.mckerk.it - info@raggiodisole.it

Rinaldo Franco S.p.a. 0248376157
Via Kuliscioff, 26/28 fax 0241291840
20152 Milano
www.recordit.com - record@recordit.com

Vimax Magazine
LA RIVISTA PER I PROFESSIONISTI DEL PET
THE TRADE MAGAZINE FOR THE PET BUSINESS PEOPLE

luglio/agosto 2013 - anno III

Direttore editoriale
Cristina Mandaglio

Direttore responsabile
Patrizia Ribuoli

Coordinatore editoriale
Cristina Mandaglio

Revisore scientifico settore veterinario
Cristiano Papeschi

Hanno collaborato a questo numero:
Marina Moretti, Valerio Zupo, Marco Raldi, Luciano Di Tizio, Gianni Ravazzi, Dante Giannicolo, Manlio Dozzo, Laura Burani, Paolo Sparaciari, Lorena Quarta, Sahara Sebastiani, Monique van de Ven, Alberto Tonelli, Maria Luisa Mancini, Alessandro Mancini, Cristiano Papeschi, Linda Sartini, Myriam Teeirlynck, 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 +1/707/4569200 - fax +1/815/3710757
rwartell@writeme.com

Servizio abbonamenti
abbonamenti@vimaxmagazine.it - fax 031301418

Stampa
Graph Di Celli Ottavio & C. S.N.C. - San Leo (RN)

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI COMO N. 15/11
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 pet-shop, agristore, toelettatori, 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 succitata 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)

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. 0312289793
Via Asiago, 25 fax 0312289794
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
www.vimaxmagazine.it - vimaxcomo@gmail.com
info@vimaxmagazine.it

Zoo Planet S.r.l. 0499350400
Via Malcanton, 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 É RISERVATO ESCLUSIVAMENTE A PRODUTTORI, IMPORTATORI, ESPORTATORI E ORGANIZZAZIONI COMMERCIALI CHE OPERANO IN QUALITÀ DI GROSSISTI

gli inserzionisti

ADVERTISERS

cover 1 MYFAMILY
cover 2 EFFECI SERVICE
cover 3 FORZA10/SANYPET
cover 4 MONDIAL PET DISTRIBUTION
ADRAGNA PET FOOD p. 5
AESCULAP p. 59
ALL PET p. 2
ANIMALI.IT p. 71
CAMON p. 49
COLTELLERIA POLLA p. 79
DRN p. 109
KUDA TROPICAL FISH p. 107
LA TICINESE p. 17
MACROPET p. 9
MARPET p. 77
MONGE p. 57
MPS 2 p. 43
MSD ANIMAL HEALTH p. 1
PETS FITNESS p. 25
REBO p. 23
RINALDO FRANCO p. 21
TROPICAL WORLD p. 89
VIMAX MAGAZINE p. 61
VIMAX SERVICE p. 83
VITAKRAFT ITALIA p. 69
ZOODIACO p. 65

VET
Veterinary Formulation

PROGETTO SALUTE

"Studiare le connessioni tra i disturbi più comuni che affliggono gli animali domestici e la loro alimentazione è stato da sempre il nostro obiettivo."

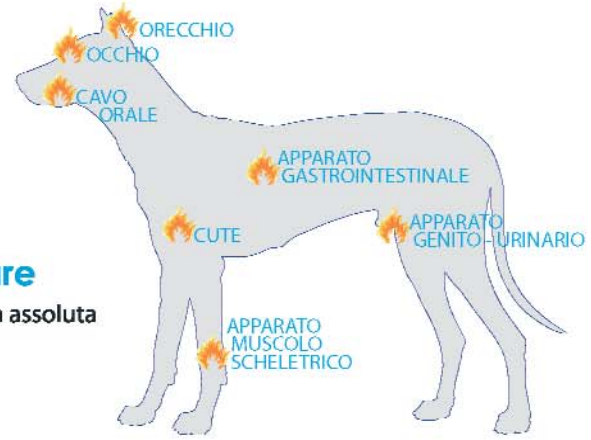
Dott. Sergio Canello
Medico veterinario
Fondatore di SANYpet spa, esperto in medicina naturale e patologie legate all'alimentazione

5 Mosse per ripristinare la salute:

FORZA10®

✓ Eliminare ciò che di dannoso è presente negli alimenti

Gli inquinanti sono onnipresenti, ma uno di questi (un metabolita dell'ossitetraciclina) è tossico oltre ogni immaginazione, e provoca decine di processi infiammatori nel cane e nel gatto;



✓ Inserire quello che non dovrebbe mai mancare

La causa di un insospettabile numero di patologie dipende dalla carenza assoluta di Omega3 in tutto il petfood;

✓ Scegliere materie prime prive delle sostanze più tossiche

L'accurata selezione delle materie prime (pesce di mare, carne biologica, carni non derivanti da allevamento intensivo, proteine vegetali biologiche) permette di evitare l'introduzione degli inquinanti più pericolosi;

✓ Riportare in equilibrio il rapporto massa magra e massa grassa

L'attenta selezione delle varie materie prime consente anche una riduzione della massa grassa in favore della struttura muscolare dei piccoli animali, riducendo il rischio di sovrappeso e di diabete;

✓ Riportare in equilibrio il sistema immunitario attraverso selezionate piante medicinali

L'utilizzo di piante medicinali titolate e standardizzate permette al sistema immunitario, vera centrale operativa dell'organismo, di accelerare in modo evidente i tempi di guarigione.

Tutte le nostre linee FORZA10 sono basate su questi principi.

Scoprile su:

www.forza10.com

SANYpet SpA

NUMERO VERDE Veterinario 800.99.33.98

Via Austria 3 35023 Bagnoli di Sopra (PD) - Italia
Tel. +39 0429 785401 - Fax +39 0429 767006 - E-mail: forza10@forza10.com

Seguici su facebook

YouTube

Bon Voyage

il comfort ovunque sei

NOVITA'

Trasportini per cani e gatti

Pratica paletta in cartone

Borraccia in plastica

Ciotole pieghevoli da viaggio in silicone

Guinzagli retrattili

Viaggiare... una passione, un piacere, un'esperienza da condividere con la famiglia e i nostri migliori amici a quattro zampe in comodità, sicurezza, praticità e rispetto della natura. **Bon Voyage** è il **nuovissimo kit Fortesan** per il comfort dei nostri amici a quattro zampe durante i viaggi o le gite fuori porta.

Fortesan ha creato gli articoli che terrete in borsa o porterete in auto o negli ambienti vacanzieri: pratiche e coloratissime **ciotole in silicone** che si aprono e chiudono con la semplice pressione delle dita, **trasportini** in plastica leggera o in stoffa dai colori vivaci; la comoda **paletta in cartone**, una praticissima **borraccia** in plastica trasparente e coloratissimi **guinzagli retrattili**.

A voi e ai vostri amici a quattro zampe... auguri di *Bon Voyage!*

I VERI AMICI... non testano sui loro amici

www.fortesan.it

SOLO NEI MIGLIORI NEGOZI SPECIALIZZATI

FORTESAN®
l'amico degli animali

Distribuito da: MONDIAL PET DISTRIBUTION SPA
Via Torino, 89 - 12045 FOSSANO (CN)
info@mondialpetdistribution.com
www.mondialpetdistribution.com