

Vivimax Magazine

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



NOVITÀ

DISUGUAL
Fresh Fruit Plus+
 Fresca energia!



Fresh Fruit Plus+



*l'amore
 non è una
 questione di
 razza....*



MADE IN ITALY

**ALIMENTO UMIDO COMPLETO MONOPROTEICO
 PER CANI da 400g**

CON FRUTTA FRESCA
 VITAMIN COMPLEX
 MICRO-RESISTANT
 MONOPROTEICO

LA CARNE UTILIZZATA PROVIENE DAGLI ECESSI
 DI PRODUZIONE PER L'ALIMENTAZIONE UMANA,
 DAL SURPLUS INVENDUTO DELLA GRANDE
 DISTRIBUZIONE E DAL COSIDETTO 5/4.

La linea **DISUGUAL** si amplia con la nuova gamma di alimenti per cani adulti e cuccioli "Fresh Fruit Plus+". E' un alimento monoproteico preparato con materie prime selezionate di ALTA QUALITÀ e arricchito con FRUTTA FRESCA, la miglior combinazione per un'alimentazione equilibrata e piena di gusto.

**ALIMENTO SECCO COMPLETO
 PER GATTI da 400g**

DISUGUAL cresce con una nuova linea di alimento secco completo per gatti adulti e sterilizzati. L'innovativa confezione in latta mantiene il prodotto fresco, garantisce una barriera efficace alla luce e all'ossigeno, perfetta conservabilità, ed inoltre è completamente naturale. La massima qualità al minimo prezzo.

I nostri marchi nel settore pet:



...ora **DISUGUAL**
è anche
CAT FOOD



*Disugual
primo firmatario
del manifesto sul
pet food etico*



Ente
Nazionale
Protezione
Animali



**ALIMENTO SECCO COMPLETO MONOPROTEICO
PER CANI da 2kg e 12kg**

edicata al gatto, un
izzati.
prodotto appetibile
agenti esterni e la
nte riciclabile.

Per maggiori informazioni visita:

www.disugual.it
www.professionalpets.it



*Per la nostra
salute
leggi sempre
l'etichetta!*

rimeno
I F. MAGGIORI E LA NATURA

CF
CREATIVE
PET FOOD
FACTORY

SANIBOX

Prodotto in EU

Disugual è in vendita solo nei migliori negozi
specializzati per animali



BRANDS OF



Contro pulci, zecche, zanzare e pappataci



spot-on per cani

IL PIACERE DI SENTIRLI PROTETTI



Adatto anche
per cagne
in gravidanza
e allattamento.



- Advantix è attivo contro **pulci, zecche, zanzare e pappataci**
- **Riduce anche il rischio di trasmissione di Leishmaniosi** e di altre malattie trasmesse dalle zecche **grazie all'effetto repellente.**
- Advantix agisce contro le **larve di pulci nell'ambiente circostante** dopo l'applicazione sull'animale.

NON USARE SUI GATTI. Advantix® non sostituisce il trattamento preventivo della filariosi. Il trattamento va ripetuto, a seconda dei parassiti, ogni 2-3-4 settimane. È un medicinale veterinario: chiedi consiglio al tuo veterinario. Leggere attentamente le avvertenze nel foglio illustrativo. Tenere fuori dalla portata dei bambini ed usare particolare attenzione finché il sito di applicazione non sia asciutto. L'uso scorretto può essere nocivo. Non utilizzare in cuccioli di età inferiore alle 7 settimane ed in animali con peso inferiore a quello indicato per ogni confezione. Aut. Pub. N. 10/VET/2012.

Digeribilità e Benessere

Alta digeribilità

+ GUSTO
+ SAPORE

VIVICAT
premium



Vivicat Premium di Fortesan è la nuova linea di alimenti umidi per cuccioli e gatti adulti ad elevata appetibilità e digeribilità. Deliziosi paté di carne e pesce tutti da provare e pensati anche per il cucciolo che deve crescere bene, sano e con gli stessi valori della mamma.

Vivicat Premium è disponibile per gatti adulti in otto ricette gustose e sfiziose e per gatti cuccioli in una ricetta leggera e nutriente per offrire ai nostri migliori amici a quattro zampe tutta la bontà e le sostanze nutritive di cui necessitano.



FORTESAN
l'amico degli animali

Distribuito da: MONDIAL PET DISTRIBUTION SPA
Via Torino, 89 - 12045 FOSSANO (CN)

info@mondialpetdistribution.com
www.mondialpetdistribution.com

www.fortesan.it



SOLO NEI MIGLIORI NEGOZI SPECIALIZZATI

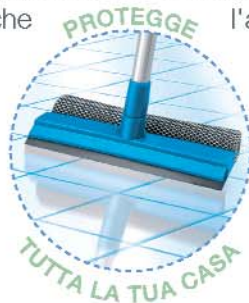
Formulato da
VETERINARI



Igiene per la tua casa, protezione per i tuoi cari

Nuovi detergenti Sanicat e Sanidog per pavimenti, per case con animali domestici

I nuovi detergenti Sanicat e Sanidog eliminano i microorganismi e neutralizzano le molecole che generano i cattivi odori, igienizzando completamente i pavimenti e le superfici di casa tua. Sono delicatamente profumati con sostanze naturali per ottenere un ambiente sempre gradevole.



Sanicat, inoltre, previene e minimizza in maniera efficace l'allergia provocata dalla pelle e dalla saliva dei gatti. Naturalmente, tutti i suoi componenti rispettano sia gli animali, sia i bambini. In questo modo puoi pulire e disinfettare la tua casa proteggendo tutti i componenti della tua famiglia.

Neutralizza gli odori



DETERGENTE SANIDOG

Previene le allergie



DETERGENTE SANICAT

MUSCHIO BIANCO
ACQUA MARINA
ELISIR DI PRIMAVERA

Sanidog

Per ulteriori informazioni
Tel. 045 8780364 • info.italia@tolsa.com

Sanicat



La più famosa linea al mondo di
mangime super-premium per
i roditori in esclusiva sul
mercato italiano da

MennutiGroup

- prodotti appropriati per ogni specie → ottimizzati e studiati per la salute dell'animale → elevata soddisfazione del cliente → fidelizzazione del cliente → elevato tasso di riacquisto → margini interessanti
- elevata redditività per spazio espositivo
- il migliore nel settore super-premium

NUTRIMENTI COMPLETI PER 9 SPECIE



FIENO

- Fieno fresco disponibile in 7 varietà
- Fieno prodotto con metodi naturali



BISCOTTI (ROCCANTI)

- Disponibili in 10 varietà



SNACKS "ENJOY NATURE"

- Disponibili in 22 varietà



LETTIERA



MennutiGroup Srl
Via Ponte Cerretano, 1
50050 Cerreto Guidi (Fi.)

Tel. 0571 581661
info@mennutigroup.it
www.mennutigroup.it



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



diacomunicazione.com

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 fasce 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.



Naxos®
Super Premium Quality

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

Animali in negozio: sì o no?



Cristina Mandaglio

Direttore Editoriale / Editor in chief

Riprendiamo a parlare della ricerca condotta da Nets Marketing Research, commissionata da Zoomark International (*Vimax Magazine* febbraio 2013 pag. 20) per focalizzare l'attenzione dei nostri lettori su un dato fondamentale per il nostro settore, quello della vendita del vivo in negozio, consci che dai numeri di può leggere ben più di quanto i numeri stessi esplicitano. Che cosa dice questa indagine? È presto riassunto: che nei petshop del Nord Italia si registra una scarsa presenza di animali vivi (il 32,6%), e anche quelli che li trattano propongono soprattutto piccoli mammiferi, roditori, uccelli e pesci, mentre è marginale la vendita di cani e gatti. Va un po' meglio al Sud, dove commercializza animali vivi il 48,1% dei negozi e dove la vendita di cani e gatti risulta essere decisamente più importante: il 42,3% per i cani e il 36,5% per i gatti. Questi dati, del resto, sono confermati anche da un altro studio, questa volta realizzato da Unionpet Servizi, che conferma che la vendita di animali è più diffusa nel Meridione, sottolineando come la proposta commerciale avvenga soprattutto nei negozi più grandi (60,7%) e "storici" per il tessuto commerciale del luogo (avviati da oltre 20 anni: 52,4%).

DALL'ITALIA ALL'EUROPA. A questo punto, considerando che il pet market ha ragione di esistere proprio perché esistono gli animali che qualcuno compra e qualcun altro vende, e che il grosso del business ruota attorno ai prodotti per cani e gatti (food e accessori in particolare), abbiamo ritenuto opportuno approfondire l'argomento. Come? Con uno sguardo all'Italia e al resto d'Europa. Il primo passo ha visto al lavoro tutta la redazione di *Vimax Magazine*: un'indagine telefonica a campione su tutto il territorio nazionale per verificare le motivazioni che hanno spinto i negozianti alle scelte rivelate dai dati di mercato. Le giustificazioni che sono emerse sono tutte più o meno in sintonia: "gli animali non sono oggetti quindi non li vendo", "non ritengo giusto mettere un cane in vetrina", "gattili e canili abbondano di quattrozampe in cerca di casa"... Il secondo passo è stato quello di verificare se questa situazione è solo italiana o se rispecchia una tendenza europea. Per farlo, ci siamo rivolti a un vero esperto, cioè Alex Ploeg, segretario dell'EPO (European Pet Organization), l'organizzazione sovranazionale con la quale collaborano le associazioni dei singoli Paesi europei per rafforzare la propria posizione su temi condivisi a livello internazionale inerenti gli animali da compagnia: a pagina 18 potrete leggere un suo articolo dove non solo fa il punto su quanto accade nel suo Paese, l'Olanda, ma fornisce anche una serie di importanti spunti di riflessione sia sul triplice rapporto leggi-animali-negozianti, sia sulle motivazioni etiche (ma anche politiche) che stanno pian piano facendo scomparire il vivo dai petshop.

TRADIZIONE E FUTURO. Mettendo insieme tutti i pezzi di questo complesso puzzle che risponde a una domanda ben precisa, ossia "Sì o no alla vendita del vivo?", noi di *Vimax Magazine* siamo arrivati a una conclusione che non può che ricalcare le orme di quanto sostiene anche Alex Ploeg: il mercato del nostro settore sta in piedi perché c'è il vivo, e questo è un assioma incontrovertibile. Non intendiamo con questo trascurare l'aspetto etico del problema e le ragioni morali che hanno spinto tanti negozianti a rinunciare alla vendita di animali, diciamo soltanto che non si può immaginare un futuro per il pet market in Italia se non ci saranno più pet nelle case degli italiani. Se si vuole davvero contrastare la crisi non ci si può limitare a una sterile guerra dei prezzi: bisogna riuscire a far leva sulla propria professionalità e magari riaganciare anche alla tradizione, quando non esisteva petshop che non proponesse anche la vendita di qualche amico peloso, o pinnuto, o pennuto. Perché la professionalità, in fondo, sta anche in questo: nel saper affrontare i rischi e l'impegno morale che comporta la gestione degli animali, cioè i veri protagonisti, i motori propulsivi, del nostro amato settore.

Pets in the show: yes or no?

Let us talk about the research carried out by Nets Marketing Research again - the survey was commissioned by Zoomark International (see Vimax Magazine, February 2013, page 20) - to focus on a fundamental aspect of our market, i.e. livestock sales in the pet shops, with the certainty that from the figures we can deduce much more than what the figures could show at first sight. What does the survey mirror? That only a small part of the pet shops in Northern Italy sell livestock (32.6%) and that the ones that do mostly sell small mammals, rodents, birds and fish; just a small number of them sell also cats and dogs. The situation is slightly better in Southern Italy, where livestock is sold in 48.1% specialised shops and dogs and cats are much more present: 42.3% of the pet shops sell dogs and 36.5% cats. These figures, are confirmed also by another study, carried out by Unionpet Servizi, which confirms that livestock sales are more popular in the South, where pets are sold mostly in the larger shops (60.7%) and "historical" for the commercial fabric (with more than 20 years of experience: 52.4%).

FROM ITALY TO EUROPE. *Considering that the pet supplies market lives just because we keep pets, we buy and sell pets, and because our business is based mainly on dog and cat supplies (food and accessories above all), we decided to go deep in the matter. How? We took a look at Italy and the rest of Europe. The first step involved all Vimax Magazine's team: we carried out phone interviews to a panel of pet shops distributed on the domestic territory to understand the reasons why such a high number of retailers choose not to sell pets. The reasons are always more or less the same: "pets are no objects hence I don't sell them", "I don't think that pets deserve to be put on display", "dog and cat shelters are packed with pets that need a home"... The second step was to verify if the situation is such only in Italy or if it mirrors a European trend. We therefore addressed to an expert, Mr. Alex Ploeg, Secretary of EPO (European Pet Organization), the European organization with which national pet trade associations in Europe collaborate in order to strengthen their position on European and other international issues. On page 18 you will find an article about livestock sales in his country, the Netherlands, and some food for thought regarding the triple link law-pets-retailers as well as the ethical (and somehow political) reasons that make pets progressively disappear from the pet shops.*

TRADITION AND FUTURE. *Combining all the pieces of this puzzle to reply to the precise question "To sell or not to sell pets?" we at Vimax Magazine came to an end, which cannot but mirror what also Mr. Alex Ploeg claimed: our market lives thanks to pets - this is an incontrovertible axiom. We, of course, do not wish to neglect the ethical issues and moral reasons that make so many specialised retailers renounce to sell pets; we nevertheless assert that we cannot conceive a future for the pet supplies market in Italy if there will be no more pets in our households. If you really want to fight the crisis, you cannot just rely on a war of prices: you should also manage to appeal to your professional competence and maybe also get back to tradition, when no pet shop could exist without pets, were they furred, feathered or gilled. Because being professional means, after all, also this: to be able to face risks and the moral involvement that managing pets implies as pets are the real protagonists, the engine, of our industry.*

Vimax Magazine
anno III
settembre 2013



in copertina

- 14 L'evoluzione etica (N.P. Industries)

altri animali

- 40 Strategia vincente (MennutiGroup)
42 I conigli a pelo lungo di L. Luchetta
44 Ritorno alle origini (U.D. Distribuzioni)
46 Un dentista anche per loro di C. Papeschi e L. Sartini
108 Mosche nel mirino di C. Papeschi e L. Sartini

cani & gatti

- 48 Consigli da professionisti (Wonderfood)
50 Pulizie d'autunno (Tolsa Italia)
52 Protezione e rispetto (Camon)
54 Tradizione e innovazione (Adragna Pet Food)
56 Partiti con piede giusto (Pets Fitness)
58 Un mito per amico di P. Sparaciarì
60 Tosatrici di razza (Coltellerie Milanesi)
62 La scelta naturale (Effeci Service)
64 Gioielli da incidere (MyFamily)
66 Lo shikoku di L. Quarta
69 Stop allo stress (Pet Village)
70 Più fermi di così (Bayer Animal Health)
71 Nutrirsi è un piacere (Mondial Pet Distribution)
72 Il lagotto (Italsystem)
74 Alimenti dietetici umidi (Royal Canin Italia)
76 Soluzioni tecnologiche (Wonderfood)
78 L'emozione del gusto (Agras Delic)
80 Nate per scolpire (Iv San Bernard)
84 Professionisti si diventa (Iv San Bernard)
86 Assi nella manica (Iv San Bernard)
88 Specialisti si nasce (Bosch Italia/Animali.it)
90 Passo... falso di P. Sparaciarì
92 Assi nella manica (Ami)
94 Cattiva digestione addio (Dorado)
95 Resistenza e bellezza (Ameliapet)
96 Piccole sfere (Forza10/Sanypet)
98 Ambiente e micio ringraziano (Chemi-Vit)
99 Meglio un mix (MP2)
100 E la coda dov'è? di L. Burani
102 Arrivano i cuccioli (Zoodiaco)



uccelli

- 104 Il diamante mandarino di G. Ravazzi

acquari & co.

- 110 Aquarama 2013 di A. Mancini
112 L'affascinante rodeo di L. Di Tizio
114 Le Eriocaulaceae 2013 di A. Mancini
116 Sindrome da conoscere di V. Zupo

indagini di mercato

- 18 Tra diritti e doveri di A. Ploeg
24 I mercati: Italia
26 L'industria indiana del pet di R. Rawat

anniversari

- 32 Una storia, una vita (Monge)
38 Family day (Bewital Petfood)



rubriche

- 5 Editoriale
8 Le notizie brevi
12 Le ultimissime
36 Dal mondo
120 La bacheca
122 Gli appuntamenti
123 I contatti
128 Gli inserzionisti

Linea Protection Orme Naturali

Protezione a tutta natura contro gli ospiti indesiderati

Spot On

Shampoo

Spray protettivo per ambiente

Nemastop

Elettroemancatore

Lozione orecchie

Bio-Spirali

Medagliette

Lozione Protettiva

Salviette Detergenti

Collari

Diffusore per ambienti

Protection



Con tutto il potere
dell'Olio di Neem

LA PRIMA LINEA DI
PROTEZIONE COMPLETA
PER I TUOI ANIMALI
SGRADITA A TUTTI
GLI INSETTI E IN ARMONIA
CON LA NATURA

Il vantaggio rispetto ai tradizionali prodotti è la completa assenza di sostanze di sintesi. È una linea particolarmente indicata per cuccioli, animali anziani, in convalescenza, in gravidanza e allattamento, animali a contatto con bambini. È naturale e senza controindicazioni.

Per difendere il loro benessere bastano infatti i segreti della natura, a cominciare dall'Olio di Neem, che è particolarmente sgradito agli insetti.



Articolo distribuito da
Camon S.p.A.
Albaredo d'Adige (VR)
www.ormenaturali.it



le notizie brevi

MERCATO IN CRESCITA E ISCRIZIONI IN AUMENTO A INTERZOO *Interzoo 2014* sarà ancora una volta l'evento mondiale per eccellenza del comparto pet: lo lascia presagire il buon numero di iscrizioni che al momento mantengono il trend positivo di crescita.

La prossima edizione del Salone è in programma dal 29 maggio all'1 giugno 2014 quando il settore pet internazionale si riunirà al Centro Esposizioni di Norimberga.



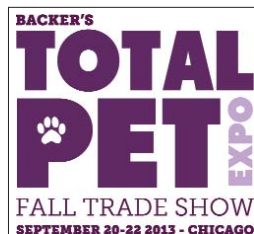
Interzoo 2014

"Rispetto allo stesso periodo di riferimento che aveva preceduto *Interzoo 2012*" commenta compiaciuto Hans-Jochen Büngener, presidente del comitato fieristico *Interzoo* "registriamo il 21% in più di iscrizioni". Secondo Bollhöfer l'attuale situazione delle iscrizioni è un segnale di come il Salone continui a essere per gli operatori pet la principale piattaforma di trade e business a livello internazionale. Per la maggioranza degli espositori, infatti, la partecipazione a *Interzoo 2012* è stata un successo: "Nove aziende su dieci hanno valutato la propria presenza in modo estremamente positivo. Rispettivamente il 95% ha raggiunto i suoi principali target ed è riuscito ad allacciare nuove relazioni d'affari". Si mostra fiducioso anche Herbert Bollhöfer, amministratore delegato dell'ente organizzatore Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe GmbH, "L'*Interzoo* ha conquistato nuovi espositori; si sono iscritte di nuovo, prenotando superfici più grandi, anche molte delle oltre 1.500 aziende già presenti nel 2012".

A *Interzoo* il pubblico professionale può toccare con mano la proposta merceologica del settore pet globale. L'offerta convince: lo scorso anno il 96% è rimasto soddisfatto del ventaglio prodotti in esposizione e anche le opportunità di informazione e di contatto in fiera hanno risposto alle aspettative dei visitatori per oltre il 97%. I 36.792 operatori presenti all'*Interzoo 2012* erano perlopiù decision maker appartenenti al commercio specializzato, provenienti al 65% dall'estero, in particolare da Italia, Francia, Gran Bretagna, Russia, Paesi Bassi, Repubblica Ceca, Spagna, Polonia e USA. Inoltre, *Interzoo* può contare sull'andamento positivo del mercato pet mondiale: per quest'anno, infatti, l'Istituto di ricerche di mercato Euromonitor prevede un aumento di fatturato del 4,8% e un volume complessivo del mercato pet pari a oltre 96 miliardi di US\$. L'Istituto si attende i maggiori tassi di crescita in Europa, in America Latina e nell'Asia australe. Info: www.interzoo.com

SMART ZONE PER LA CRESCITA PROFESSIONALE AL TOTAL PET EXPO Tecnologia, salute e benessere animale, marketing/merchandising, finanza e acquariofilia: sono gli argomenti che verranno trattati nelle nuove postazioni di aggiornamento personalizzato definite "smart zone", una delle tante novità al *Total Pet Expo Fall Trade Show* (ex H.H. Backer Pet Industry Christmas Trade Show), in programma dal 20 al 22 settembre 2013, a Chicago.

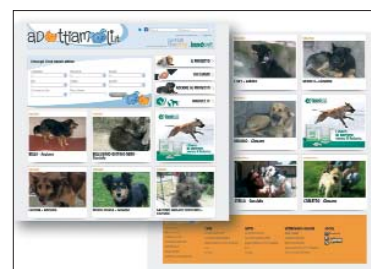
Queste aree sono studiate come punto d'incontro fra piccoli gruppi per offrire l'occasione di interagire con esperti e con altri negozianti e poter sfruttare un'occasione di crescita e di sviluppo delle attività legate al petcare. **TECNOLOGIA:** in un mondo digitale in continua evoluzione, saranno presentati cinque diversi argomenti: "Come progettare un sito internet migliore", "App e altre tecnologie per il vostro smartphone/tablet", "Come promuovere la tua attività attraverso i social media", "Come ottimizzare la visibilità sui motori di ricerca per creare più business" e "Dalla carta alla rete". **MARKETING/MERCHANDISING:** i relatori condivideranno la loro esperienza nel marketing e merchandising affrontando nove argomenti diversi: "Target Marketing", "Le basi per lanciare una nuova attività", "Marketing verso il consumatore", "Attirare più clienti con l'inbound marketing", "Guerrilla marketing", "Come valorizzare il pavimento del negozio", "Consigli di visual merchandising", "Vendere più uccelli e prodotti per uccelli". **SALUTE E BENESSERE ANIMALE:** poiché i consumatori sono sempre più concentrati sulla salute e il benessere dei propri animali, è più che mai importante aiutare i clienti a fare scelte consapevoli. Gli argomenti saranno "I principali fattori legati all'alimentazione di cani e gatti", "Suggerimenti per vendere prodotti naturali al meglio", "Animali in buona salute/attività in buona salute", "Come mantenere gli uccelli in buona salute". **ACQUARIOFILIA:** vendite, acquisizione di competenze, alimentazione e biologia sono i temi che verranno presi in esame. Le sessioni saranno: "Come vendere più allestimenti completi per acquari", "Gestire la biologia dell'acquario", "Aumenta le vendite di prodotti per acquari con un programma strutturato di formazione dei dipendenti", "Vendere laghetti e prodotti per laghetti", "L'alimentazione dei pesci". **FINANZA:** sia per nuovi negozianti che per operatori di grande esperienza, gli incontri avranno per tema "Basi di finanza 101", "Tre passi per migliorare i tuoi margini di profitto", "Gestire le tue finanze in un'economia in movimento" e "Come ottenere il meglio dal tuo contabile". Altri consigli utili si potranno avere nell'area **STORE ON THE FLOOR** che offre l'opportunità di incontrare esperti su richiesta e ottenere risposte alle proprie domande. Anche *PetStorePro®* sarà presente per fornire informazioni su più di 20 tipi di corsi di formazione relativi a una vasta scelta di argomenti. Info: www.totalpetexpo.com



AquaVendi

NUOVO DISTRIBUTORE PER ELOS La distribuzione dei prodotti ELOS in Germania e in Austria sarà ora è affidata a AquaVendi GmbH. Questa nuova partnership risponde alla volontà dell'azienda italiana di essere sempre più vicina alla clientela tedesca per fornire il migliore supporto possibile e sviluppare un nuovo modo di guardare alla distribuzione del marchio. AquaVendi GmbH sarà in grado di fornire quasi tutti i prodotti, offrendo aiuto in diverse lingue, come tedesco, inglese e italiano. Info: www.aquavendi.de

ADOTTIAMOLI.IT, IL PORTALE PER LIBERARE CANI E GATTI Seicentomila, secondo i dati di LAV (Lega Anti-Vivisezione) e Gaia Animali&Ambiente, sono i cani ricoverati nei vari rifugi d'Italia. Dei gatti non esiste nemmeno un censimento, ma sono almeno centomila. In loro aiuto ora c'è *adottiamoli.it*, il nuovo portale online dedicato alle adozioni. Permetterà agli ospiti di tutti i canili e gattili d'Italia di incontrare lo sguardo di migliaia di persone che potranno inviare subito una richiesta di informazioni e di appuntamento per un'adozione. I musetti di tutti i quattrozampe registrati sul portale sbucheranno dallo schermo, con le loro storie e i precisi riferimenti di contatto. *Adottiamoli.it* è sostenuto dalla rivista *Pets&thecity* e da Innovet, azienda italiana di innovazione veterinaria per il benessere animale. Al portale hanno già dato la propria adesione le maggiori associazioni animaliste italiane. Info: www.adottiamoli.it



PAWCARE SI USA ANCHE A SCUOLA PawCare annuncia una nuova partnership con SIUA – la Scuola di Interazione Uomo Animale. L'innovativo composto studiato da Joker Technologies 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, sarà infatti utilizzato dai professionisti di settore all'interno dei corsi di formazione organizzati da SIUA nelle diverse attività di formazione gestite dalla scuola, come ad esempio corsi per Istruttori ed Educatori Cinofili o per Operatori di Pet Therapy. Tutte le informazioni su PawCare si possono trovare sul nuovo sito, www.pawcare.it. Nella home page un video spiega a tutti gli utenti come utilizzare PawCare per le operazioni di pulizia delle zampe, come se fosse un gioco. Info: www.pawcare.it

NASCE IL PROGETTO LIABEL PET La famiglia italiana si evolve, cambia le proprie abitudini e sempre più spesso accoglie al suo interno piccoli amici a quattro zampe. Da queste considerazioni ha preso il via il progetto *Liabel Pet* che nasce dalla collaborazione tra Liabel spa, storica azienda biellese, da sempre sinonimo di fiducia e qualità per tutta la famiglia, e Farm Company, innovativa realtà di riferimento nel settore degli accessori per cani e gatti. Grazie alla nuova collezione *Liabel Pet*, anche i nostri cani e gatti potranno essere viziati e coccolati con una vasta linea di prodotti altamente testati e selezionati per garantire la qualità e attenzione che da sempre Liabel dedica al consumatore. Lo sviluppo dei prodotti in licenza verrà realizzato da Farm Company in stretta collaborazione con il team Liabel, con lo scopo di dare vita a una collezione di grande qualità e affidabilità a prezzi competitivi. Info: www.farmcompany.it



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.





CASA FELIX ACCOGLIERE TUTTI GLI APPASSIONATI DI GATTI Felix - brand premium di Purina® protagonista del mercato single serve umido gatto presenta il nuovo sito www.purina-felix.it: una casa virtuale nella quale scaricare divertenti contenuti, ritrovare esilaranti racconti e vignette su Felix, i suoi prodotti e scoprire tutte le sue marachelle. Un mondo virtuale, pensato su misura per il birbante gatto testimonial del brand e per tutti gli amanti dei gatti. Navigando in www.purina-felix.it, il divertimento è assicurato con tanti fumetti che raccontano i momenti più esilaranti della convivenza tra proprietari e gatti. In ogni episodio, inoltre, Felix regala anche preziosi suggerimenti per prendersi cura responsabilmente dei nostri amici birbanti. Lo spasso continua con simpatici video dove a fare da protagonisti sono i gatti e le loro avventure quotidiane per ottenere un pasto gustoso. Info: www.purina-felix.it

IL MONDO A PORTATA DI TAG Per i clienti del petshop che vogliono far conoscere nuovi compagni di gioco al loro cane, in modo "friendly" e veloce, ecco *Advantix DogTag*, la nuova applicazione completamente gratuita di Advantix per iOS e Android che racchiude un mondo di possibilità uniche: dalla geolocalizzazione, la condivisione di gallery, alla ricerca di nuovi amici, alla segnalazione di una varietà di "point of interest". Come funziona? *Advantix DogTag* permette la geolocalizzazione ovunque l'utente si trovi con il suo cane e la ricerca nelle vicinanze e in tempo reale di amici a due e quattro zampe. Quando si è a passeggio, grazie alla sezione Mappa, che include l'intero territorio nazionale, è possibile "taggarsi" e comunicare così a tutti gli user di *Advantix DogTag* la propria posizione geografica. Con un semplice click gli utenti potranno visualizzare il profilo della persona e del cane, con le informazioni sulla razza, taglia, nome, e vedere le foto e i video che ognuno deciderà di condividere. Vedendo sulla Mappa tutti gli utenti "taggati" si ha la possibilità di richiedere l'amicizia, e perché no incontrarsi. Per scaricare l'applicazione collegarsi a questo link:

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.breathing.dogtag&feature=search_result?it=W251bGwsMSwyLDEsImNvbS5icmVhdGhpbmcuZG9ndGFmIl0



LIBRI E PET INSIEME CONTRO L'ABBANDONO I tempi cambiano, e anche le campagne sociali scelgono la strada della condivisione. Durante l'estate su Facebook e su Twitter si è svolta l'iniziativa *Books & Pets*, rivolta agli utenti dei celebri social network, chiamati a vestire i panni di "Photo hunter", ovvero cacciatori di foto che ritraggono animali da compagnia insieme a dei libri per il social book magazine Libreriamo. Il tutto per un fine sociale molto importante, combattere l'abbandono estivo degli animali domestici e promuovere la lettura. "Per questo" afferma Saro Trovato, direttore di Libreriamo "abbiamo pensato di sfruttare i social per cercare di coinvolgere e sensibilizzare sempre più persone nei confronti sia dei libri che degli animali da compagnia, attraverso una campagna condivisa che punta a coinvolgere la gente in modo semplice e divertente". Info: www.libreriamo.it

E TU, CHE LOOK DI RAZZA SEI? Prosegue fino al 31 ottobre 2013 la promozione sulla gamma *Breed Health Nutrition* di Royal Canin che regala la T-shirt personalizzata. Chiunque acquisti un alimento della gamma *Breed Health Nutrition* riceverà in omaggio una T-shirt con la foto della propria razza preferita. I clienti che vogliono partecipare alla promozione devono visitare il sito www.lookdirazza.it, scegliere il modello di T-shirt, selezionare la taglia e la razza preferita, ultimare l'ordine inserendo il codice che si trova all'interno dell'adesivo promozionale sui sacchi degli alimenti interessati dalla promozione e compilando con tutti i dati per la consegna. La promozione è stata pensata da Royal Canin per festeggiare ed esaltare la ricchezza delle diverse razze che hanno caratteristiche diverse, ma anche bisogni nutrizionali differenti: è per questo motivo che Royal Canin offre la gamma *Breed Health Nutrition* un'alimentazione su misura per le razze, nata in collaborazione con allevatori, nutrizionisti e veterinari. Info: www.lookdirazza.it



IL SUCCESSO DI LOVE FOOD Anche quest'anno la *Love Food* è stata un successo: 760.000 pasti sono stati messi a disposizione degli animali dei rifugi italiani. Dall'1 maggio al 30 giugno, Almo Nature si è impegnata insieme a OIPA Italia e GAIA Animali&Ambiente, per raccogliere pasti per i gatti e i cani in difficoltà, grazie anche ai clienti che hanno partecipato all'iniziativa e hanno permesso di arrivare a un risultato così importante. *Love Food*, la riserva alimentare creata da Almo Nature per raccogliere pasti solidali, rinnova il suo appuntamento di anno in anno ponendosi sempre l'obiettivo di aiutare i gatti e i cani che popolano i rifugi italiani. Per Almo Nature ancora un'occasione di *alMore*, un impegno rinnovato e una promessa mantenuta: fornire un aiuto concreto ai cani e ai gatti che vivono in situazioni di disagio. Per OIPA Italia e per Gaia Animali&Ambiente, un sostegno reale, anche quest'anno. Info: www.almonature.eu

OSPITI D'ONORE A BORDO Friskies e Corsica Sardinia Ferries anche quest'anno hanno pensato all'estate per i nostri pet e la loro iniziativa prosegue fino al 30 settembre. Tutti i pet che viaggeranno con Corsica Sardinia Ferries a bordo delle navi Mega Express Three e Sardinia Vera (Livorno - Golfo Aranci), Corsica Victoria e Sardinia Regina (Savona - Bastia), Corsica Marina Seconda (Livorno - Bastia) e Corsica Express Seconda (Piombino - Portoferraio - Bastia), riceveranno in regalo un campione omaggio di *Snack Friskies Picnic*, la gustosa ricompensa da offrire in ogni momento della giornata. Per i proprietari è prevista un'utile guida con i suggerimenti su come affrontare al meglio il viaggio con il proprio amico a quattro zampe. A bordo, infatti, i cani sono da sempre graditi ospiti e possono viaggiare liberamente con i loro proprietari, accompagnandoli in tutte le aree pubbliche oppure riposando nelle cabine allestite per ospitare gli amici a quattro zampe o passeggiando sui ponti esterni con apposita zona igiene animali. Info: www.friskies.it



AQUARAMA 2013, TUTTI SODDISFATTI In aumento i visitatori, sia gli appassionati che i professionisti. Si è chiusa con un bilancio incoraggiante l'edizione 2013 di *Aquarama* e *Pet Asia* che si è svolta al Sands Expo and Convention Centre di Singapore dal 30 maggio al 2 giugno. Mentre il numero dei paesi rappresentati dagli espositori e dai buyer è rimasto praticamente invariato rispetto all'edizione 2011, è cresciuto il numero dei visitatori commerciali e hobbisti, rispettivamente del 8,3% e del 16%. Molta alta anche la percentuale di espositori (55%) e visitatori esteri (56%). Sono dati incoraggianti, soprattutto se visti in rapporto al difficile momento dell'economia globale. Buono anche il riscontro degli espositori: proprio un'azienda italiana ha giudicato l'edizione 2013 come "eccellente" e ha già prenotato uno stand più grande per il 2015.

Quest'anno, *Aquarama* e *Pet Asia* avevano ciascuno il proprio spazio dedicato con un doppio effetto positivo. Da un lato, *Pet Asia* ha avuto la sua "indipendenza" ed è stata riconosciuta come un evento a sé stante, con il suo programma di seminari, concorsi e iniziative. Dall'altro, *Aquarama* ha riacquisito l'esclusività sul tema acquatico, tanto amato dai suoi affezionati espositori e visitatori tradizionali. Il risultato è di buon auspicio quindi per il futuro di entrambe le manifestazioni. Il nostro autore Alessandro Mancini, ben noto specialista del settore, ha visitato *Aquarama 2013* e presenta le sue impressioni a pag. 110 di questo numero. Info: www.aquarama.com.sg, www.petasia.com.sg



CANI EROI SHOW Segnate le date! Il 27 e il 28 settembre 2013 è in programma il primo *Canì Eroi Show*, promosso da *Trainer®* in collaborazione con le Associazioni Cinofile per celebrare il terzo anno di vita del "Progetto Canì Eroi". Le esibizioni avranno luogo nell'incantevole cornice di Levico Terme, in Trentino, nel parco adiacente al Lago di Levico, con uno spazio allestito ad hoc per accogliere più di 100 quattro zampe che si esibiranno assieme ai loro conduttori. L'evento si propone come un vero e proprio show, dove le varie Associazioni si esibiranno dando dimostrazione dell'abilità dei propri cani sapientemente guidati dai loro conduttori. Saranno proposti esercizi e simulazioni che li vedranno cimentarsi in "prove" di diversa tipologia: soccorso in acqua, ricerca di persone sotto macerie, pet therapy e tante altre, e ognuno di loro verrà premiato per l'azione eroica realizzata nella sua carriera. Il pubblico potrà così seguire da vicino le varie esibizioni e festeggiare tutti assieme i tanti angeli a quattro zampe che ogni giorno vegliano sulla sicurezza di ognuno di noi. Per consultare il programma dettagliato previsto per le due giornate: www.novafoods.it

IN INDIA A PUNE PER L'INTERNATIONAL PET TRADE FAIR Dal 17 al 19 gennaio 2014, a Pune in India, è in programma la 7ª edizione della *India International Pet Trade Fair (IIPTF)*, promossa dalla rivista *Creature Companion*. Unica fiera pet del Sud-Est asiatico, *IIPTF* rappresenta la piattaforma ideale per gli espositori internazionali che vogliono fare business in India, così come per gli esportatori indiani in cerca di acquirenti internazionali. In esposizione, prodotti per cani, gatti, piccoli animali, pesci, cavalli e uccelli. *IIPTF* sarà promosso a livello internazionale dai suoi partner esteri – Zoomark per l'Italia, CIPS per la Cina, Iberzoo per la Spagna, Pet Asia & Aquarama per Singapore, ParkZoo per Mosca, Busan International Companion Animal Show per la Corea, Dogtech per l'Australia e Zoosphere per la Russia. "Alleandoci con eventi internazionali così importanti" commenta Binoy Sahee, organizzatore di *IIPTF* "siamo certi che tutti conosceranno la validità della nostra fiera e la portata del mercato indiano del pet. Pertanto, ci aspettiamo un sostanziale aumento del numero di espositori internazionali e visitatori". Molte le attività e le iniziative previste per il salone. Il segmento B2B della fiera è pensato per gli espositori internazionali che vogliono avviare o consolidare la loro attività di esportazione in India e per gli esportatori indiani in cerca di acquirenti internazionali. Sono previsti anche seminari e workshop nei campi della veterinaria, del grooming e della vendita al dettaglio. Per la prossima edizione, *IIPTF* ha deciso di separare il settore acquari e uccelli sottolineando l'aspetto hobbistico, con esposizioni di acquari con pesci ornamentali e uccelli esotici. Per la prima volta, la fiera presenterà anche una gamma di prodotti, accessori e servizi per i cavalli destinati ad allevatori, allenatori, scuole di equitazione e proprietari, con una serie di iniziative organizzate da artisti del calibro di Dog Whisperer Australia. Una sezione sarà dedicata ai proprietari e agli appassionati di animali con informazioni su vari aspetti della cura e della responsabilità verso il pet. In programma anche il Cat Show, con giudici qualificati internazionali per proclamare il gatto più bello secondo gli standard di razza. Info: www.iipf.com



CADUTO DAL NIDO, TROVA UNA MAMMA Un diario divertente e commovente di quarantadue "strampalati ma indimenticabili" giorni vissuti con un piccolo storno caduto dal nido. È il libro "Mamma storna", scritto da Diana Lanciotti, la fondatrice del Fondo Amici di Paco, la nota associazione nazionale no-profit per la difesa degli animali. Corredato di numerose foto a colori che testimoniano la veridicità di una storia che ha dell'incredibile, "Mamma storna" è un libro originalissimo dove Diana racconta la sua avventura con il piccolo pennuto. «Questa vicenda straordinaria», dice l'autrice, «mi ha insegnato che non bisogna mai avere pregiudizi, e che bisogna essere aperti alle meraviglie che questo mondo, di cui siamo solo coinquilini con altre specie, può riservarci ogni giorno.»

Questo e tutti gli altri libri di Diana fanno riflettere col sorriso sulle labbra, rifacendosi al suo personale motto, "persuadere con dolcezza", diventato il motto del Fondo Amici di Paco.

«Spesso si raggiunge più direttamente il cuore delle persone», dice ancora Diana, «se non si inveisce, se non si urla, se non si offende ma, al contrario, si dimostra con serenità che certi comportamenti, come sfruttare gli animali o considerarli esseri inferiori, non sono degni di una società civile e moderna.» Info: www.dianalanciotti.it

Heiniger

**SAPHIR
STYLE
SAPHIR
CORD**

**Professional
animal clipper**



Int. Pat. Nr. DM/72170 EU, CH
US-Des. Pat. No. 29/355,695
CA-Des. Pat. No. 134025

**Li-ion
Technology**

quality + swiss made

Coltellerie Milanesi S.R.L.
www.coltelleriemilanesi.it



New with cord!

le ultimissime

BREAKING NEWS

Pubblichiamo questo mese le notizie non andate in stampa per errore sul fascicolo di luglio/agosto, scusandoci ancora una volta con le aziende e i nostri lettori per il disguido.

ALFRAMA SRL, Segrate (MI) Produttrice della lettiera vegetale per gatti *Greencat* si è trasferita in un nuovo sito produttivo e ha ampliato la propria gamma di prodotti. Oltre alla lettiera *Greencat* si sono aggiunti: *RoyalCat* lettiera vegetale a base cellulosa con antiodore; *RoyalRod* lettiera vegetale in pellet per roditori; *FreshLit* elimina gli odori ammoniacali istantaneamente. La nuova sede è a Segrate (MI) in via Kennedy 21/23 - Tel. 0226141945. (info@greencat.it)

ANTICHI FENICI, Mascali (CT) Concessionario Arion Premium e Dagel Mangimi comunica il lancio di nuovi prodotti in promozione in Sicilia. (antichefenici@libero.it)

CANDIOLI SRL, Beinasco (TO) È lieta di presentare *GlutaMax® Forte Pasta*, novità importante nel supporto al trattamento delle malattie epatiche del gatto. Con la sua massima appetibilità *GlutaMax® Forte Pasta* garantisce una assunzione più facile e quindi un maggior raggiungimento dei risultati. *GlutaMax® Forte Pasta* contiene Siliphos® e zinco dalla potente attività antiossidante. L'aggiunta della taurina è particolarmente indicata in caso di lipidosi epatica, patologia frequente nel gatto. (info@candioli.it)

CONAGIT SPA, Città di Castello (PG) Giuntini è il marchio dell'Azienda Umbra Conagit, produttrice di alimenti secchi per cani e gatti che, dal 1966, ha sempre Sede a Città di Castello, in provincia di Perugia. Giuntini ricorda che prosegue, per tutto il 2013, la collaborazione con la Fondazione Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze, che consiste nella donazione del 5% dei ricavi di vendita degli alimenti della linea *Crancy Italian Way*. Le regioni coinvolte sono Toscana, Emilia Romagna, Marche e Umbria. (info@conagit.it)

DORADO SRL, Monsole di Cona (VE) *Exclusion Mediterraneo cat Light sterilized* e *Fit* si arricchiscono di due nuovi gusti. Per i gatti adulti e maturi con tendenza al sovrappeso o sterilizzati e per i gatti che vivono in casa e all'aperto, sono infatti disponibili due nuove formulazioni: *Fish and Chicken* e *Rabbit and Chicken*. Contengono i migliori ingredienti della tradizione mediterranea, come more, lamponi rossi, melograno, piselli, cicoria e utilizza le carni bianche del pollo per l'elevata digeribilità. (infoservice@exclusion.it)

ELY SARTORIA DEGLI ANIMALI, Cazzago San Martino (BS) Laboratorio artigianale Italiano, ha presentato la collezione invernale allo Zoomark International e ora è disponibile anche on line al sito www.elysartoriadeglianimali.com. (info@elysartoriadeglianimali.com)

GIMBORN ITALIA SRL, Reggio Emilia Esclusiva miscela senza cereali per il nuovo mangime *Gimbi Super Premium Sensitive Formula* per conigli nani e ornamentali proposto da Gimbom. Il nuovo mangime completo è ideale per coniglietti di qualsiasi età, ed è particolarmente gradito grazie agli ingredienti utilizzati come barbabietola, piselli, sedano, carota, erba medica. Di fondamentale rilevanza è l'elevato utilizzo di fibre (vicino al 20%), che costituiscono un componente fondamentale per la dieta del coniglio e per la sua salute e benessere, mentre non sono presenti cereali, poco adatti per l'alimentazione specifica di questi animali. Da segnalare: il corretto equilibrio calcio-fosforo, la giusta integrazione di minerali e vitamine - utile anche in casi di soggetti convalescenti - e l'assenza totale di conservanti e coloranti artificiali. (info@gimbom.it)

INAMORADA, Romagnano Sesia (NO) Annuncia la collaborazione con il department store di lusso Harrods, a Londra. Considerata la boutique di lusso più esclusiva al mondo, Harrods ha dedicato un ampio spazio all'interno del "Pet Kingdom" al marchio Inamorada, a partire già dalla stagione PE 2013, confermando il trend che vede le collezioni di Inamorada presenti solo nelle migliori boutique. (info@inamorada.com)

ISI PLAST SPA, Correggio (RE) L'alimentazione e il corretto dosaggio della pappa sono una delle preoccupazioni maggiori per salvaguardare il benessere dei nostri amici a quattro zampe. Come assicurarsi di rispettare le dosi consigliate nelle razioni giornaliere di cibo? Con il nuovo pratico dosatore proposto da Isi Plast. L'articolo *MU500* con scala graduata è stato studiato per garantire il prelievo ottimale della razione giornaliera di cibo consigliata, assicurando la massima precisione nella quantità prelevata e allo stesso tempo garantendo la piena sicurezza del dosatore, in quanto esso è idoneo al contatto con gli alimenti e è realizzato con l'utilizzo dei migliori materiali presenti sul mercato. Il pratico dosatore può inoltre essere personalizzato con etichette IML che riproducono immagini ad alta definizione rendendolo ancora più accattivante. (isiplast@isiplast.com)

LA TICINESE FARMACEUTICI SNC, Pavia È lieta di annunciare il lancio sul mercato italiano delle tre referenze *Acana Puppy*: *Acana Puppy Small Breed*, per fornire ai cuccioli di piccola taglia una dieta ricca di proteine e grassi da ingredienti animali di qualità; *Acana Puppy & Junior*, che fornisce a tutti i cuccioli una dieta ricca e varia di carne, con piccole dosi di frutta, verdura, ed erbe; *Acana Puppy Large Breed*, particolarmente adatta alla delicata dieta dei cuccioli di grossa taglia, che prevede l'assunzione di molte proteine a fronte di carboidrati limitati. (info@latinese.it)

MONDIAL PET DISTRIBUTION SPA, Fossano (CN) Fortesan propone i nuovissimi *Nursan con Manzo, Riso e Verdure* e *Nursan con Pollo, Riso e Verdure*. Deliziosi croccantini per gatti adulti formulati per soddisfare tutte le loro esigenze nutrizionali. L'utilizzo regolare di *Nursan* può contribuire al rafforzamento delle condizioni fisiologiche del gatto e a mantenerlo attivo e in ottima forma fisica. *Nursan* croccantini per gatti è disponibile nel sacco da 20 kg presso tutti i migliori negozi specializzati. (info@fortesan.it)

NORD-ZOO, Rocca de Baldi (CN) Dal successo della passata stagione di *Flyfarm*, emulsione cremosa per cavalli, ora anche *Flyfarm Pet*: emulsione cremosa, più fluida in flacone da 500 ml, pronta all'uso, da spruzzare su cani e anche gatti, a base di olio di neem, ideale per cute e mantello irritati e opachi, ma soprattutto, idonea a tenere lontano i parassiti indesiderati. (nord-zoo@libero.it)

NUTRIX PIÙ SRL, Castelraimondo (MC) Presenta due nuovi prodotti per i cani di piccola taglia, il *Cuccioli Mini* in confezione da 1,5 kg e il *Senior Mini* in confezione da 2 kg. Prodotti specifici studiati sulle particolari esigenze nutritive di queste due importantissime fasi di vita dei nostri piccoli amici. Questi nuovi prodotti vanno a completare la linea *Nutrix Più Mini* per cani di piccola taglia, alimenti completi e naturali per una corretta e sana alimentazione. (nutrix1@nutrixpiu.com)

PAMPERED SRL, Milano Presenta *Dog Appetit*, la nuova linea di prodotti alimentari per animali, interamente made in Italy. Tra il vasto assortimento di questa linea troviamo i *Dog Biscuits*, biscotti

per cani cotti al forno disponibili in quattro gusti: mela, carne, classico e verdura. I *Dog Biscuits*, come tutti i prodotti della linea *Dog Appetit*, sono realizzati con ingredienti di alta qualità, senza coloranti, conservanti o altri additivi artificiali, garantendo così una dieta sana e bilanciata per i vostri amici a quattro zampe. Le confezioni di *Dog Biscuits* sono da 300 g e realizzate con materiali speciali che proteggono e mantengono a lungo la freschezza del prodotto. (info@pampered.it)

PET VILLAGE SRL, Ravenna *PawCare* approda su Facebook per creare un rapporto diretto con i negozianti specializzati e con tutti i proprietari di cani e gatti, offrendo loro uno spazio per confrontarsi e condividere questi e informazioni sui prodotti dell'azienda e, più in generale, sulla salute dei pet. Sulla pagina *PawCare* sarà possibile trovare tanti contenuti divertenti e interessanti, come per esempio il video tutorial che spiega come utilizzare il prodotto. Per diventare fan di *PawCare* basta seguire la pagina ufficiale che aggiorna sulle novità e offre notizie sul mondo degli animali: <https://www.facebook.com/pages/Pawcare/432401610200405>. (info@petvillage.it)

PRODAC INTERNATIONAL SRL, Cittadella (PD) Ha lanciato una nuova gamma di test per il controllo dei parametri dell'acqua in acquario. I test kit sono: pH, GH, KH, NO2, NO3, NH3/NH4, PO4, Fe, Ca e non sono solo molto precisi e facili da usare, ma, molto importante per l'acquirente, dichiarano sugli imballi di vendita il numero di prove che si possono fare in base alle istruzioni, ovviamente dov'è possibile definire il numero. (info@prodac.it)

PUPPYTAGS, Porto Potenza Picena (MC) Comunica a tutti i suoi clienti che a breve verrà lanciato sul mercato un prodotto innovativo nel settore delle medagliette per cani. (tipsantinimario@virgilio.it)

Q.VET SRL, Felonica (MN) Presenta, in esclusiva per l'Italia, un nuovo prodotto della linea *Dermoscent®*: *Aromacalm®*, il primo collare brevettato dermo-serenità per cani e per gatti naturale al 100%, atossico e senza ftalati. L'azione di *Aromacalm®* si basa sugli effetti benefici dell'aromaterapia e della fitoterapia, associati alla sinergia di oli essenziali arricchiti con acidi grassi essenziali di origine vegetale. Può essere utilizzato in cani e gatti con disturbi dermatologici (prurito, dolore, dermatiti allergiche) associati a disturbi comportamentali, dona tranquillità e serenità e assicura un effetto lenitivo sulla cute. (info@qvvet.it)

RINALDO FRANCO SPA, Milano *RECORD* presenta le nuove salviette detergenti con antibatterico, per cani e gatti nelle profumazioni muschio bianco, talco e lavanda. Detergono, profumano e mantengono il pelo lucente e morbido. Particolarmente indicate per la pulizia del manto poiché facilitano la rimozione dei residui di peli, fango, polvere, neutralizzando i cattivi odori. Confezione da 40 pz. Disponibili anche i guanti detergenti alle proteine della seta. Confezione da 5 pz. (record@recordit.com)

RONFY, Fossombrone (PU) Dopo l'entusiasmante accoglienza avuta a Zoomark International 2013 la Ronfy annuncia che è finalmente cominciata la distribuzione del suo gelato. È infatti disponibile il gelato "pronto" per i nostri amici, un prodotto gustoso, rinfrescante e ipocalorico. La sua praticità di conservazione, il gusto e le proprietà reidratanti ne fanno un prodotto adatto all'utilizzo per tutto l'anno. (ronfypet@virgilio.it)

SANYPET SPA, Bagnoli di Sopra (PD) *Veterinary Dental Chew* è il nuovo snack, dalla conformazione studiata appositamente dai veterinari SanyPet, per la salute del cavo orale e per garantire un'igiene dentale efficace del cane. La sua struttura tridimensionale e innovativa promuove una più adeguata masticazione permettendo, attraverso una mirata azione meccanica, una pulizia dentale profonda. I preziosi principi naturali aggiunti, quali la salvia e il lisozima, contribuiscono al miglioramento dei fisiologici meccanismi difensivi del cavo orale, preservandone l'equilibrio della sua flora batterica. Questo snack è 100% commestibile e altamente digeribile, in grado di ridurre il deposito di tartaro, proteggere dai disturbi parodontali e prolungare gli effetti della detartrasi. (forza10@forza10.com)

SICCE ITALIA SRL, Pozzoleone (VI) Presenta un nuovo prodotto della linea *Marine Line*: *K&V SPS Extra Color*. Si tratta di un nuovo integratore di potassio e vitamine adatto ad acquari marini. *K&V* apporta potassio e vitamine per le quali è stato verificato un effetto sui colori dei coralli duri SPS. (info@sicce.com)

STUDIO MAGLIA, Sesto S.G. (MI) Prestigiosa azienda produttrice di maglieria artigianale per animali da compagnia e titolare del brand *MY DOG* (la ciabatta morsicata), ha ampliato la collezione autunno 2013 dei maglioni *MY DOG*, con la linea *City*, caratterizzata da giacchini antivotto coordinati a pull e abitudini in pura lana, la linea *Punk-Rock* tutta borchie e metal, e quella *Bon Ton* in misto cachemire con strass e volant. Saranno presenti nelle migliori boutique italiane a partire dal prossimo settembre. (info@studiomaglia.com)

TIMEINBOX, Carimate (CO) Una bellissima notizia per tutti coloro che amano viaggiare in compagnia del proprio amico a quattro zampe. Il Grand Hyatt Cannes Hotel Martinez ha acquistato alcuni modelli di cuccie e ciotole della collezione *luxury petcare Timeinbox* per arredare suite e stanze 5 stelle della prestigiosa struttura diretta da Claudio Ceccarelli. Uno speciale "vip pet service" soddisferà le esigenze dei migliori amici dei clienti dell'hotel, uno dei più lussuosi al mondo situato nella splendida Croisette. (info@timeinbox.it)

TROPIC NGUYEN INTERNATIONAL, Francia Il gruppo ringrazia tutti i numerosi clienti e coloro che hanno visitato il loro stand in occasione di Zoomark International. Invita poi ad andare a scoprire sul sito www.tropic-nguyen.com le ultime novità come l'Amphiprion premium e pesci di allevamento marino in provenienza degli USA. (info@tropic-nguyen.com)

UNITED PETS SRL, Milano È lieta di presentare la nuova brandina per cani *Bone Notte*. Firmata da Alberto Caramello è realizzata con materiali altamente resistenti che la rendono utilizzabile sia in casa che all'aperto. *Bone Notte* è munita di piedini in gomma antiscivolo, telo lavabile a 30 gradi e resistente ai raggi UV. Disponibile in due misure nei migliori negozi specializzati. (info@unitedpets.it)

WINNER PET FOOD SOLUTION SRL, Capena (RM) Informa la spettabile clientela che è possibile ordinare il nuovo prodotto *Salmon & Rice* senza pollo, in confezione da 3 kg e 18 kg, che arricchisce la gamma degli alimenti naturali per cani *Winner Plus* prodotta in Germania. (info@winnerplus.eu)

ZARINA TRADING SRL, Reggio Emilia Propone *Breeders & Breedere* la nuova linea di alimenti bilanciati per allevatori e come tali si propone come partner dei colleghi prima ancora di essere impresa per un rapporto sincero e duraturo. I prodotti che compongono la linea sono: *Puppy Pollo e Riso 30/20*, *Puppy Infinity Age Pollo e Riso 30/20*, *Adult Pollo Aringa e Riso 25/16*, *Adult Agnello e Riso 25/11*, *Adult Tonno Aringa e Riso 24/11*, *Adult Pollo e Riso 25/13*, *Performance Pollo e Riso 30/20*, *Maxi Giant Xtreme 30/16*, *Daily Cat 31/11*. Imperdibili promozioni in atto. (info@breedersandbreeders.com)

ZOODIACO, Borsea (RO) Approda su Facebook con una fan page dedicata a *Prolife*, alla salute e al life style dei piccoli animali e dei loro padroni. Spazio di informazione e approfondimento sui benefici delle formulazioni di casa *Prolife*, la pagina ospita anche riflessioni che mirano a diffondere una migliore cultura del rispetto e della cura del cane e del gatto, anche grazie a interventi di veterinari, nutrizionisti, allevatori e titolari di petshop. (zoodiaco@zoodiaco.com)



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

L'evoluzione etica

Le idee che stanno alla base di un percorso etico, professionale e biologico per il mondo del petfood

"C'è una bellissima canzone di Ligabue che parafrasata dice: 'si nasce incendiari, si muore pompieri'. E io sono d'accordo. A volte per inconsapevolezza, per non-conoscenza o proprio per banale superficialità si compiono atti che rivisti anni dopo, con la conoscenza del poi, stridono con la propria anima. Questo mi è successo nell'avventura nel settore pet."



N.P. INDUSTRIES SRL
tel. 0432699322,
fax 0427488000
www.professionalpets.it,
www.disugual.it,
info@professionalpets.it

Nell'incontro con *Vimax Magazine* esordisce con queste parole Piergiulio Bassi, amministratore di N.P. Industries, azienda attiva da alcuni anni nel settore petfood che ha deciso di proporsi sul mercato con una linea di alimenti specifici assolutamente diversa e innovativa. Con Bassi, parliamo della sua storia e della sua filosofia aziendale per farci spiegare caratteristiche e proprietà che la distinguono.

teristiche e proprietà che la distinguono.

Vimax Magazine: Da dove nasce il suo progetto?

Piergiulio Bassi: "Nonostante sia entrato nel settore pet non per soli fini economici – e chi ben mi conosce non potrà che confermarlo – all'inizio ho portato avanti delle considerazioni che sebbene valide a livello commerciale non lo sono sempre state a livello etico personale. Mi sono poi reso conto che solo la graduale maggior conoscenza della realtà porta a mutamenti importanti. E a volte inaspettati."

VM: Ci faccia capire meglio?

PB: "All'inizio vedevo una scatoletta di cibo per cani o per gatti come una cosa, senza analizzare che non era una cosa, ma bensì un animale che era stato ucciso per sfamarne altri. A volte il peso delle nostre azioni ci sfugge e solo il cosiddetto 'sbattere il muso contro la realtà' ci permette di capire i nostri errori e magari anche di correggerli. Durante la visita a una multinazionale in



PIERGIULIO BASSI IDEATORE E AMMINISTRATORE DI DISUGUAL
PIERGIULIO BASSI, DISUGUAL CREATOR AND MANAGER



Disugual Dog

Disugual Cat



Thailandia, Paese da dove provengono quasi tutte le scatolette di umido gatto naturali, mi sono reso conto che le materie prime utilizzate sono le stesse di quelle destinate all'uso umano. Per la mia sensibilità, non è stato un bel vedere. Mi sono sentito una persona bieca, così ho deciso: dovevo cercare un equilibrio più etico. Non si possono uccidere animali appositamente per sfamare altri animali.

Dall'altra parte, però, cani e gatti sono carnivori e quindi questo problema è rimasto molto tempo al centro della mia attenzione. Sentivo il dovere morale di cercare una strada diversa senza per questo trasformare cani e gatti in ruminanti. Ma prima forse sarebbe meglio parlare delle linee prodotte torneremo poi sull'argomento per fare più chiarezza."

VM: Allora parliamo delle linee e delle idee alla base dei tre marchi....

PB: "Sono tre linee con tre marchi ben distinti: *Professional Pets* è la linea professionale, come dice la stessa parola *Professional*; *Disugual* è la linea etica; *Kimerò* è la linea nata su basi biologiche 'ecocompatibile', come amo definirla. Tre filosofie che racchiudono un personale percorso verso una visione sempre più consapevole della realtà."



VM: Iniziamo dalla prima, la linea *Professional Pets*.

PB: "Siamo partiti con una sola idea in testa: la qualità d'eccellenza senza mezze misure, a un prezzo accessibile a tutti. In altre parole, il massimo al minimo possibile. E poiché dal mio punto di vista la qualità si può verificare con i fatti e non solo descrivere con le parole, la nostra prima mission è

proprio questa. L'unico problema sono quelle immagini nella mia mente con i camion di tonni che venivano scaricati in Thailandia...."

VM: Ma si può uscire da questa spirale? E in che modo?

PB: "Non è stato facile, ma ero convinto che doveva esistere una soluzione più civile, più etica... più sostenibile, però non la trovavo. Finché il destino non mi è venuto incontro permettendomi l'acquisto di alcuni impianti produttivi a



CATS & DOGS

Ethical revolution

The ideas at the core of an ethical, professional and organic project in the pet food sector

"There is a beautiful song by Ligabue (famous Italian singer), which says: 'people are born as arsonists, they die as firefighters'. I agree with it. Sometimes people act upon unawareness or superficiality; later on they regret it because their doings are now in contrast with their soul. This is what happened to me in the sector of pets products and supplies."

This is how Piergiulio Bassi, N.P. Industries manager, says at the beginning of the interview with *Vimax Magazine*. N.P. Industries has been working in the sector of pet food for some years and decided to launch a line of specific food, which is completely different and innovative. Let's talk about Mr. Bassi's company philosophy and its features.

Vimax Magazine: How was the project born?

Piergiulio Bassi: "Despite the fact that I did not enter the sector for profits only – those who know me will confirm it – at the beginning I made choices attentive to the commercial aspect, but not always attentive to my personal ethics. However, I realized that only an increased awareness towards reality leads to important changes, which sometimes are unexpected."

VM: Would you please explain it?

PB: "At the beginning, cans of cat or dog food were only an item to me: I did not realize that an animal was killed to feed other animals. Sometimes we do not understand the consequences of our actions, and we must learn from our mistakes before changing our behaviour. While visiting a multinational in Thailand, where almost all cans of natural moist food for cats come from, I realized that raw ingredients used are human grade. I did not like it. I felt grim and I decided: I had to establish a more ethical balance. It is not correct to kill animals to feed other animals. On the contrary, cats and dogs are carnivores, and I focused on this problem for a long time. I felt like I had to look for a different path, without turning cats and dogs into herbivores. Let's go back to the product lines, so that I can explain it properly."

VM: Then let's talk about the lines and ideas for the three brands...

PB: "They are three lines with three different brands: *Professional Pets* is the professional line, as stated by the name; *Disugual* is the ethical line; *Kimerò* is the line born on organic "eco-compatible" basis, as I like to call it. Three philosophies that include an individual path for an increased awareness towards reality."

VM: Let's start with the first line, Professional Pets.

PB: "We began with an idea: excellent quality without compromises, at an affordable price for everyone. The best at the minimum price. And since I think that quality can be tested with facts and not only with words, this was our first mission. The only problem were those memories about tuna unloaded from the trucks in Thailand...."

VM: Can we break free from this circle? How?

PB: "It has not been easy, but I was sure that there had to be a more ethical solution...more sustainable, but I could not find it. Until I bought some production plants in Rieti. There I got in touch with the production of moist pate for cats and dogs. Thanks to this "different" reality, I understood that the balance I was looking for was within my reach, without lowering the quality of products. That is how *Disugual* was born."

VM: What about Disugual? It seems like it is not just a line of products, but also a project...

PB: "*Disugual* products are born from the love and respect for animals, and from the ethical duty to treat them as human beings, respecting certain principles. There is not an excessive marketing strategy to stimulate the sales of *Disugual*, but the search of the utmost quality without killing anyone. Thanks to the surplus unsold by large scale retail trade and to ofal, we succeeded in developing a product featuring the same quality of our competitors."

VM: Is it a difficult path?

PB: "Of course, I was considered crazy and day-dreamer. Today, figures proof that I am winning my personal challenge. It was not easy to spread this idea and I have to thank ENPA, especially president Carla Rocchi and tireless Marco Bravi, for their support. The result was ENPA Ethic Manifesto, which I am proud of being the first subscriber of."

Rieti. Così sono entrato in contatto con la realtà produttiva degli umidi paté cane e gatto. E grazie a questa visuale 'diversa' ho capito che quell'equilibrio etico che andavo cercando non era un miraggio, bensì una cosa a portata di mano, senza intaccare la qualità dei prodotti. Ed è nata l'idea *Disugual*."

VM: *Ci parli di Disugual, mi pare di capire che non sia solo una linea di prodotti, ma un progetto...*

PB: "I prodotti *Disugual* nascono esclusivamente dall'amore e dal rispetto per gli animali e dal dovere etico di trattarli come gli esseri umani rispettando una serie di principi basilari. Ecco quindi che per *Disugual* non c'è un marketing esasperato per invogliare l'acquisto, ma piuttosto la ricerca dell'altissima qualità, senza uccidere. Grazie all'utilizzo del surplus invenduto della grande distribuzione e al cosiddetto 'quarto quinto' siamo riusciti a creare un prodotto che non ha nulla da invidiare a livello di qualità a nessuno dei nostri competitor."



PIERGIULIO BASSI CON CARLA ROCCHI, PRESIDENTE ENPA E, SOTTO, CON MARCO BRAVI RESPONSABILE COMUNICAZIONE ENPA
PIERGIULIO BASSI WITH CARLA ROCCHI, ENPA CHAIRMAN AND, BELOW, WITH MARCO BRAVI, ENPA PR MANAGER



senior cane e altre tre specialità gatto. E intanto sono già allo studio le diete e almeno altri 15 nuovi prodotti. Il nostro intento è rendere accessibile a tutti ogni alimento del nostro catalogo. Non faremo speculazioni, cercheremo di percorrere la strada che riteniamo più giusta senza guardarci troppo intorno, in silenzio ma con determinazione e passione, che sono il motore di tutto questo progetto."

VM: *Una strada difficile da percorrere?*

PB: "Certo, mi hanno dato del pazzo e del visionario. Oggi però, i dati dicono che sto vincendo la mia personale sfida. Non è stato facile diffondere questa mia idea e devo ringraziare l'ENPA, specialmente la presidente Carla Rocchi e l'instancabile Marco Bravi, per tutto l'appoggio che mi hanno dato e che è sfociato nel *Manifesto Etico ENPA* di cui sono orgogliosissimo di essere il primo firmatario."

VM: *In cosa consiste il Manifesto Etico ENPA?*

PB: "Si tratta di 12 punti fondamentali che identificano l'approccio etico nella produzione di alimenti per animali: garantisce qualità degli ingredienti; assicura solo nutrizione escludendo componenti chimici finalizzati alla sola appetibilità o assuefazione; non uccide animali per cibarne altri; non ha componenti che nuocciono ad altri animali; non privilegia le razze; nasce da una cultura ed esperienza di amore per gli animali; ha un profilo solidale; promuove studi di formulazioni adatte agli animali ospitati nei rifugi; limita i costi; ha funzione etica/sociale di limitazione dello spreco alimentare; è trasparente; verifica naturalmente la sua appetibilità."

VM: *Torniamo a Disugual. Ci può parlare della linea?*

PB: "Per adesso abbiamo lanciato con il marchio *Disugual* dei prodotti di mantenimento secchi cane, un puppy secco cane, tre referenze secco sterilizzato gatto e per ultima, ma non meno importante, una linea "fresh fruit plus" umida da 400 g con vitamine microincapsulate per evitarne il deterioramento durante il processo di sterilizzazione. Seguiranno a breve un light e un



VM: *Passiamo alla linea Kimerò. Quali sono le sue caratteristiche?*

PB: "Pochi mesi fa, inseguendo il mio sogno ambientalista, ho iniziato a pensare a *Kimerò*.

Già dal nome, suggerisce l'idea di qualcosa difficile da raggiungere - come una chimera - ma non per questo impossibile. L'obiettivo è altrettanto ambizioso, seppur diverso rispetto a *Disugual*: creare prodotti che non distruggano l'ambiente circostante e che usino la natura come dea ispiratrice.

Ma di questa linea parleremo nei prossimi mesi... basta un solo ulteriore accenno: sarà accessibile a tutte le tasche perché non è pensata per creare un business di nicchia ad alto valore aggiunto, tutt'altro..."

Disugual Fresh Fruit



VM: Una scelta ben precisa, quindi...

PB: "Garantisco che tutti i prodotti che usciranno con i nostri marchi rispetteranno i valori con i quali sono stati pensati e spero che continuino a essere apprezzati dal mercato, anche se temo sarà difficile mantenere l'attuale incredibile trend di crescita. Però è davvero bello ricevere email da tutta Italia (e non solo) di persone che si complimentano con noi e chiedono come reperire i nostri prodotti. È qualcosa che arricchisce più di ogni altra forma di denaro, perché sono convinto che le buone idee possano andare lontano solo in quanto buone. Come sono convintissimo che fare del bene non può portare male, ma solo un bene maggiore perché si sente la presenza della Dea Bendata sempre al proprio fianco. Lancerei uno slogan: 'fare del bene porta fortuna', forse qualcuno solo per cercarla può mettersi a fare qualche buona azione."

VM: Per questo ha voluto SOS Animali?

PB: "Senza tanto clamore, SOS Animali sta iniziando a funzionare bene venendo incontro a situazioni di grande criticità solo fornendo del cibo. Un grande grazie va a tutti i volontari che ogni giorno fanno ben più di me, si sacrificano e si autotassano per aiutare gli animali in difficoltà. Vorrei poter aiutare tutti gratuitamente, ma non posso perché fallirei e non potrei continuare la mia personalissima mission. Ma fornire i miei prodotti al costo potrà essere un piccolo aiuto."

VM: E in più c'è questo progetto di rete. Ce ne può parlare?

PB: "Sul sito www.disugual.it ci sono tutte le informazioni. L'idea è quella di creare una catena di solidarietà offrendo alle associazioni senza scopo di lucro la possibilità di fare rete. Attraverso il nostro sito infatti queste potranno segnalarci situazioni di particolare disagio e, se in difficoltà, richiederci invio di cibo. In più offriamo loro l'attivazione gratuita di un sito internet, uno strumento indispensabile ed estremamente efficace per accrescere il numero dei sostenitori, sia volontari che finanziatori, e per far conoscere quanto impegno essi dedicano a favore degli animali."

VM: Prima di concludere, vorremmo chiederle se ha dei progetti anche per i rivenditori suoi partner?

PB: "Sì, c'è il progetto *Specialist* riservato ai negozianti. È una partnership vera, leale e duratura con chi crede in noi che offre enormi vantaggi al negoziante e maggiore visibilità alla nostra azienda. Definirei questo progetto come un cammino per conoscersi meglio e per migliorarsi reciprocamente. E qui mi fermo. Per ogni ulteriore informazione sul progetto *Specialist*, i negozianti potranno chiedere spiegazioni ai nostri responsabili di zona." (M.N.) ●

VM: What is ENPA ethical manifest?

PB: "They are 12 fundamental principles for the ethical approach to pet food production: it guarantees the quality of ingredients; it ensures nutrition, without chemical substances to increase palatability or addiction; it does not kill animals to feed other animals; it does not contain ingredients noxious for other animals; it does not privilege breeds; it is the result of a culture and experience of love for pets; it features a supportive profile; it supports the study of formulas for pets living in shelters; it limits costs; it has the ethical/social function of limiting food waste; it is transparent; it naturally tests its appetibility".

VM: Let's go back to Disugual. Can you talk about the line?

PB: "Currently, Disugual includes dry food for dogs, dry food for puppies, three dry sterilized food recipes for cats and, last but not the least, moist "fresh fruit plus" line with 400g bags, including microcapsuled vitamins to avoid alteration during sterilization. The line will soon include light and senior food for dogs and three new products for cats. We are already studying at least 15 new products. Our goal is make each product affordable. No speculation, we will follow the right path without looking around, quietly but with passion: they are the engine of this project."

VM: What about Kimerò features?

PB: "Few months ago, while I was pursuing my ecologist dream, I started thinking about Kimerò. The name already evokes something hard to reach – just like a Chimera – but not impossible. The aim is as ambitious as Disugual, even though it is a different one: developing products that do not destroy the environment and that are inspired to nature. But we will talk about this line in the next months. However, let me say that it will be affordable, because it does not aim at becoming a niche business featuring a high added value, on the contrary..."

VM: That is a clear choice...

PB: "I guarantee that all products under our brands comply with the values they have been developed after and I hope that they will still be successful on the market, even though it will be hard to maintain the current incredible growth trend. However, it feels good to receive e-mails from all over Italy (and not only) from people complimenting with us, asking where to find our products. It enriches more than money: I believe that good ideas can go far because they are good. And I also believe that doing good can only cause better things, because Luck is always at my side. I could launch a slogan: "doing good brings good luck". Maybe someone could do something good in order to look for good luck..."

VM: That is why you created SOS Animali?

PB: "SOS Animali is working and it solves critical situations only by providing food. I thank all volunteers and their everyday efforts to help animals in need. I would help everybody for free but I cannot, otherwise I would go bankrupt and I could not pursue my personal mission. But selling my products at cost price might be of a little help".

VM: There is also a net project. Can you explain it?

PB: "On www.disugual.it website you can find the necessary information. The aim is to create a charity net, providing non-profit association with the chance to connect with each other. The associations can inform about critical situation through our site, and if they are in need they can ask for food. Moreover, we can provide them with a free web-site: it is the necessary and effective tool to increase the number of supporters (both volunteers and sponsors) and to show how much efforts they put towards animals".

VM: Do you have plans for partners retailers as well?

PB: "Of course, *Specialist* project is dedicated to them. It is a real, loyal and durable partnership with those who believe in us. It guarantees extraordinary advantages for retailers and increased visibility to our company. This is the way to know each other better and to improve. And I stop here. For further information on *Specialist* project, retailers can ask our area representative."

Tra diritti e doveri

Nei Paesi Bassi il Partito per gli Animali ha due seggi in Parlamento e suscita grandi dibattiti.
Per esempio...



ALEX PLOEG
SEGRETARIO GENERALE DELL'EPO
(EUROPEAN PET ORGANIZATION)

ALEX PLOEG
SECRETARY GENERAL AT EPO
(EUROPEAN PET ORGANIZATION)

Nei Paesi Bassi esiste il Partito per gli Animali: è un vero partito politico e si batte per i diritti degli animali in Olanda, ha due seggi in Parlamento su un totale di 150 e, stando ai sondaggi, oggi potrebbe arrivare a detenerne quattro.

È vero che due seggi significano che solo l'1,3% della popolazione ha votato per loro, ma è altrettanto vero che l'influenza politica che esercitano è maggiore: infatti, molti partiti copiano alcuni dei loro argomenti e, di conseguenza, si sta assistendo a un cambiamento nella considerazione degli animali.

LA VOCE DEGLI ANIMALI. Il Partito per gli Animali sostiene di essere la voce degli animali e, stando ai temi che propone, notiamo che spesso si riferiscono ad animali d'allevamento, selvatici o rilasciati in riserve naturali, cani e gatti. Anche il coniglietto e la cavia godono di una certa attenzione: i rappresentanti del partito premiano con una torta i negozi specializzati che smettono di venderli ritenendo questo un buon modo per promuovere il petshop.

Come già nel caso della regolamentazione europea riguardante il benessere animale durante il trasporto, che tende a generalizzare, il Partito è incline a considerare un numero limitato di animali anche se, in pratica, li include tutti: la direttiva europea, infatti, fu stabilita per gli animali da reddito, ma la definizione di "animale" era "*tutti gli animali vertebrati*". Allo stesso modo anche il Partito per gli Animali, sebbene sia evidente che abbia in mente solo cani, gatti e conigli, intende in realtà rappresentare tutti gli animali, in particolare tutti quelli tenuti dall'uomo, inclusi i pesci ornamentali.

NUOVI STUDI E RICERCHE. Il Partito fa parte del parlamento olandese dal 2006 e, da allora, ha prodotto un numero impressionante di interrogazioni sul benessere animale che ha sortito un effetto: dal 2006 la salute animale, compresa quella dei nostri amici pet, è un tema molto presente nelle università olandesi, mentre prima ci si limitava a considerare la sanità di quelli da reddito.

Per esempio, oggi abbondano le relazioni sulle analisi di rischio della salute anche per gli animali da compagnia più comuni, sulle tendenze e la considerazione che la popolazione ha dei pet, sulle motivazioni che spingono le persone a prendersi cura di un animale da compagnia, sulla diminuzione degli acquisti d'impulso e, recentemente, è anche stato sviluppato un sistema teso a determinare se certi animali sono adatti o meno a essere tenuti come pet. E a questo proposito va sottolineato che, sebbene non vi sia ancora uno studio pratico, gli scienziati vi si buttano a capofitto visto che si tratta di una buona fonte di guadagno.

LA QUESTIONE ETICA. Circa un anno fa, chi scrive ha partecipato a un incontro che si è svolto a L'Aia sul tema etico legato alle motivazioni che fanno ritenere l'uomo autorizzato a tenere animali da compagnia: è stato il Governo a invitare i rappresentanti delle organizzazioni non governative a discutere dell'argomento considerandolo un tema "caldo" nei Paesi Bassi, come del resto anche in tutta Europa.

Agli incontri riguardanti il benessere animale nella più ampia accezione della salute animale, infatti, l'aspetto etico spesso gioca un ruolo importante, così come anche nell'ambito dei temi ambientali legati alla questione delle Specie Aliene Invasive. Ma perché l'uomo dovrebbe tenere animali da compagnia? Ho partecipato a un corso universitario riguardante l'etica nella biologia e, dopo una sola giornata, l'ho abbandonato dichiarando solennemente che non sarei mai tornato indietro. Sembra esistano due tipi di persone: i filosofi e i pragmatici, e io faccio parte dei secondi, mentre nel corso dell'incontro con il

IN DEPTH

Animal rights and ornamental fish

In The Netherlands we have a 'Party for the Animals'. This political party has two seats in our parliament of 150 seats and in the polls it currently has four seats. This party stands for the animal rights in our country. Two seats means that only 1.3% of the population has voted for them, but their influence is much bigger. We have seen than many other parties in our parliament copy some of their topics and we also see a shift in thinking about animals.

The Party for the Animals claims to be the voice of the 'animals'. If we check the actual topics covered by them, it is usually about farm animals, wild animals, animals released in nature reserves, dogs and cats. The rabbit and guinea pig too have their attention and they come to every pet shop that stops selling rabbits and guinea pigs and bring them a cake, and this way promote the petshop!

It is, however, as with the European regulation on animal welfare during transport, they think of a limited number of animals but include all animals in their wording. The European Regulation was designed for farm animals, but the definition of 'animal' was: 'all vertebrate animals'. In discussion with the Party for the Animals it became clear that they may think of only dogs, cats and rabbits, but principally they want to represent all animals, especially the animals kept by humans. Including ornamental fish!

They are in our parliament since 2006 and since then they have produced an awful lot of official, written questions on animal welfare to our minister. And these questions have an effect. Since 2006 animal welfare, also that of pets, have become a flourishing topic in Dutch universities, while before they only touched on welfare of farm animals. Suddenly they produce reports on welfare risk analysis for common pet animals, on trends in thinking about pets, on motivation of hobbyists to keep pets, on reduction of impulse purchases and recently they designed a system to determine whether animals are suited to be kept as a pet. Not that there is any practical knowledge among the scientists, but there is money so they jump on it.

About a year ago we had a stakeholders meeting in The Hague on the ethical issue of why we are allowed to keep animals as pets. The government had invited representative of NGO's to discuss the ethics aspects of keeping animals. But this is not only an issue in The Netherlands; it is also an issue on a European level. At meetings of the animal welfare section of animal health the ethical aspect often play a role, and also in the section of environment that deals with Alien Invasive Species.

WHY SHOULD HUMANS KEEP PETS. At university I had a course in ethics in biology and after one day I left the course screaming never to come back. It seems there are two types of people: philosophers and practical people. I am the latter type. In the meeting with the government on ethics, the room was filled with people of the first type. And as all meetings with government: veterinarians. If veterinarians do not succeed commercially as a vet, then they can always work for the government...

We found out that there are a lot of reasons to keep pet animals, beside the very old reason: man has always kept animals. In fact this is not an argument, but a historical fact.

ANIMALI SÌ, ANIMALI NO

E la situazione in Italia? Nel nostro Paese, non sono molti i petshop che vendono animali vivi e anche quelli che li trattano propongono soprattutto roditori, uccelli e pesci. Un dato che dovrebbe colpire. Perché, se esiste il pet market, è perché esiste qualcuno che compra gli animali e quindi qualcun altro che li vende. Diamo un'occhiata ai numeri, iniziando da una ricerca condotta da Nets Marketing Research, per poi proseguire con un'indagine telefonica a campione su tutto il territorio nazionale condotta dalla redazione di *Vimax Magazine*.

Secondo lo studio curato da Nets Marketing Research e commissionato da Zoomark International, i petshop del Nord Italia che trattano animali vivi sono un terzo del totale (32,6%) e si occupano soprattutto di piccoli mammiferi/roditori, uccelli e pesci mentre è marginale la vendita di cani e gatti. Dati leggermente diversi per l'area Sud dove commercializza animali vivi il 48,1% dei negozi e dove la vendita di cani e gatti risulta essere più importante: il 42,3% per i cani e il 36,5% per i gatti. In ogni caso, siamo al di sotto della metà dei negozi specializzati. La sezione di acquariologia compare in poco meno di un terzo degli esercizi (30,7%), a esclusione del Sud dove è presente nel 42,6% dei casi. I petshop che vendono cani indicano come razze più commercializzate le taglie piccole e i toy (il 34,6% e il 32,2%) e l'incidenza media di vendita di toy è maggiore nelle città capoluogo (38,5%).

L'indagine telefonica condotta dalla redazione di *Vimax Magazine* su tutto il territorio nazionale ha avuto l'obiettivo di verificare le motivazioni che spingono i negozianti alle scelte rivelate dai dati di mercato. Le interviste sono state eseguite su un campione di negozi selezionati tra Nord, Centro e Sud Italia, sia nelle zone di città che in quelle rurali, comprendendo esercizi storici e di nuova apertura.

La maggior parte degli intervistati ha dichiarato di non trattare animali vivi e autogiustificandosi con motivazioni più o meno in sintonia: «gli animali in negozio richiedono impegno, pulizia, attenzioni», «occorre avere personale specializzato e spazio adeguato», «troppi controlli da parte delle ASL», «le spese sono superiori ai guadagni», «gli animali non sono merce e non devono stare in gabbia né essere lasciati soli alla sera e alla domenica», «i cuccioli devono vivere negli allevamenti per avere spazio e crescere con la mamma», «la struttura del negozio è inadeguata», «ci sono tanti animali abbandonati, meglio che il cliente li cerchi nei canili o nei gattili», «preferisco mandare il cliente da un allevatore di fiducia per evitare il traffico di cuccioli dall'Est», «i clienti sono contenti di avere un petshop che abbia scelto di non vendere animali», «piuttosto che vendere animali mi adopero per le adozioni», «non sono un allevatore, ma un commerciante di prodotti e gli animali non sono prodotti», «non voglio guadagnare a spese della salute degli animali», «non voglio avere problemi con le associazioni animaliste». In netta minoranza i negozi che invece trattano animali vivi pur con alcune limitazioni: «la vendita di animali aiuta a fidelizzare il cliente», «vendo solo pesci, uccelli e roditori per questioni di spazio», «desidero offrire al cliente un servizio completo e fidelizzarlo», «procuriamo cani e gatti su richiesta mentre pesci, tartarughine, piccoli mammiferi e uccelli sono disponibili in negozio», «uccellini e tartarughe sono gli animali più richiesti, cani e gatti sono più difficili da vendere e mantenere», «solo pesci, il vivo è fondamentale per chi tratta acquari», «solo piccoli uccelli, i cani richiedono ambienti idonei, non possono stare in un negozio», «cani e gatti preferisco trattarli da cucciolate di clienti fidati», «ho scelto di vendere il vivo per selezionare e offrire animali garantiti e supportare il cliente sulla base di un'esperienza diretta e non solo teorica», «una volta vendevo anche cani, ora solo conigli, cavie e gatti, il cliente preferisce andare direttamente dall'allevatore», «solo pesci, la specializzazione del negoziante fa la differenza rispetto alle grandi superfici di vendita», «se lo si fa con passione, tenere gli animali non è un peso, ma un'offerta ulteriore al cliente fatta in modo cosciente e responsabile: non ci si può inventare venditori di animali».

In sostanza, emerge che chi non tratta il vivo adduce principalmente due ragioni, una etica e una pratica. Certo, gli animali richiedono molto impegno e non devono stare in vetrina solo per attirare i bambini. Ma è anche vero che i negozianti che hanno fatto la scelta diversa, ricevono grandi soddisfazioni: il vivo qualifica il petshop, fidelizza il cliente e aumenta il giro d'affari. Indica che questa professione ha alla base una grande passione che permette anche di superare i problemi pratici e rende più credibili e competenti agli occhi dei clienti. Altrimenti, come posso io negoziante consigliare l'alimento adatto o il prodotto adeguato al benessere dell'animale se non sono io stesso il primo a prendermene cura?

Un fatto emerge dal quadro attuale: non si può immaginare un futuro per il pet market in Italia se non ci saranno più animali nelle case degli italiani e quindi negozi che li vendono. La concorrenza (soprattutto della grande distribuzione) non si combatte con una guerra sui prezzi, ma con impegno, idee creative e innovative e soprattutto professionalità. E la massima espressione di quest'ultima, per il negozio specializzato che vuole definirsi tale, è lessere uno dei canali privilegiati a cui potersi rivolgere. Se non si vogliono i rischi legati alla vendita di vivo, allora meglio cambiare mestiere.

PETS IN THE SHOW: YES OR NO?

What is the situation in Italy? In our country only a few specialised retailers sell pets and also the ones that do carry mainly rodents, birds and fish. A fact that should strike. Since if the pet supplies market exists it is just because there are people that buy and keep pets and consequently people that sell pets. Let's take a look at the figures, starting with the research that Nets Marketing Research carried out and then with the phone interviews that *Vimax Magazine's* team made to a panel of pet shops throughout Italy.

According to the survey that Nets Marketing Research carried out for Zoomark International, the specialised stores that sell pets in Northern Italy are one third of the total (32.6%) and mostly carry small mammals/rodents, birds and fish; the rate of the ones that sell cats and dogs is quite low. The rates are better in Southern Italy, where 48.1% of the specialised retailers sell livestock whereas 42.3% sell dogs and 36.5% cats. In any case, less than half of the shops sell livestock. The aquatic sector is present in slightly less than one third of the shops (30.7%) but in the South, where it reaches 42.6%. The pet stores that sell dogs mostly deal with small and toy breeds (respectively 34.6% and 32.2%) and toys are mostly sold in cities (38.5%).

The phone interviews that *Vimax Magazine's* team did to specialised retailers throughout Italy had the aim to understand the reasons why such a high number of retailers chooses not to sell pets. The interviews involved a panel of selected shops in Northern, Central and Southern Italy, located both in urban and rural areas and included historical and new stores.

Most of the interviewed claimed they do not sell pets and the reasons mentioned were more or less consistent: 'pets require commitment, responsibility, care', 'we would need specialised employees and a suitable facilities in the shop for the pets', 'too many controls from the local health authority', 'the expenditure would be higher than the profit', 'pets are no goods and cannot be kept in cages nor left alone at night or on Sunday', 'puppies and kittens must stay at the breeders to have plenty of space and grow with their mothers', 'my shop is not suitable to keep pets', 'there are so many abandoned dogs and cats, people should adopt them from animal shelters', 'I rather suggest my customers to contact a trusted breeder to avoid the traffic of puppies from the East', 'my customers are happy that we have chosen not to sell pets', 'rather than selling pets, I support pet adoptions', 'I'm not a breeder but a retailer of goods - pets aren't goods', 'I don't want to make money at pets' expense', 'I don't want to have troubles with the associations for animal rights'.

Specialised stores that sell pets are a minority and often do it only to a limited degree: 'selling pets helps having loyal customers', 'I sell only fish, birds and rodents for a matter of space', 'I want to supply a complete service and loyalize my customers', 'we supply cats and dogs upon demand whereas we always have fish, turtles, small mammals and birds in our shop', 'small birds and turtles are the pets we sell most, cats and dogs are more difficult to sell and also to keep', 'we keep only fish: they are fundamental if we sell aquariums and related products', 'I keep only the most common ornamental birds, dogs require much space, they cannot stay in a shop', 'I prefer to sell cats and dogs from litters of trusted customers', 'I chose to sell livestock to select and supply guaranteed pets and support my customers via direct experience rather than mere theory', 'I used to sell also dogs but now I supply only rabbits, Guinea pigs and cats as customers rather buy dogs from breeders directly', 'I sell only fish, it is the expertise that makes the difference with the supermarkets', 'If you do it with passion, keeping pets in the shop is not a load but a further service to the customer, which must be supplied with conscience and responsibility; you cannot just act as a simple livestock seller.'

In short, it appears that the retailers that do not sell livestock advance two main reasons: one ethical and one practical. Sure, pets require much care and must not be put on display just to attract children. But the retailers that choose to sell them confirm their satisfaction: livestock qualifies the pet shop, loyalizes the customer and increases the turnover. It shows that this job is based on great passion, which allows to overcome practical problems and makes the retailer more credible and competent to the eye of the customer. How can a retailer suggest the right food or suitable care product for the pet, if he has not experience in pet care?

A fact is evident: you cannot imagine a future for the pet market in Italy if there are no pets in the Italian households thus shops that sell them. The competition (especially from the grocery channel) cannot be faced simply with a war of prices but also with engagement, creative and innovative ideas and, above all, great professional skill. And the top expression of professional skill, in the specialised retail, is to be the main point of reference for expertise to the customer. If you want nothing to do with the risks related to livestock sales, you should probably better change job.

NEON CARDINALE: IN NATURA MUORE DOPO LA STAGIONE RIPRODUTTIVA, IN ACQUARIO VIVE PER DIVERSI ANNI. È QUINDI ETICO CATTURARE E TENERE IN CATTIVITÀ QUESTO PESCE PER IL PIACERE DELL'UOMO?

CARDINAL TETRA: IN THE WILD DEAD AFTER ONE BREEDING SEASON, IN THE AQUARIUM IT LIVES FOR MANY YEARS. IS IT THEREFORE ETHICAL TO COLLECT AND KEEP IT FOR HUMAN PLEASURE?



Governo sul tema etico la sala era piena di gente del primo tipo e, in particolare, di veterinari. In ogni caso, nel corso del dibattito è emerso che ci sono molte ragioni per tenere un animale da compagnia oltre a quella atavica, e cioè che l'uomo ha sempre tenuto animali, cosa che non si discute, è un fatto storico.

DISCUSSIONI E DISSERTAZIONI. Molte delle altre ragioni hanno a che fare con il benessere dell'uomo, con la sua salute, con lo sviluppo del carattere del bambino e molte altre sfumature sull'argomento: i filosofi vedranno in questo la volontà di porre l'autonomia umana al di sopra di quella animale. È interessante vedere come tutte quelle ragioni, che a mio avviso sono ben valide, vengano tramutate improvvisamente in un'accezione negativa da parte degli specialisti dell'etica. È stato anche interessante notare che la maggior parte delle dissertazioni a favore del possesso di animali da compagnia avessero a che fare con caratteristiche tipiche dei cani e dei gatti, che possono essere coccolati, che riconoscono i propri padroni, che fungono da compagni nei momenti di solitudine... Le stesse argomentazioni, però, non possono essere riferite a pesci, rettili e anfibi e ancor meno agli invertebrati.

UNA VITA MIGLIORE. Alcuni partecipanti hanno anche esposto la teoria secondo la quale è un bene per gli animali essere tenuti come pet: alcuni vivono più a lungo, altri hanno senz'altro un'esistenza "migliore". Ma cosa significa "una vita migliore" per un animale? Per un neon cardinale è meglio morire dopo il primo anno di vita, in natura, oppure avere un'aspettativa di altri 4-5 anni, in cattività? Certo, gli acquariofili hanno il merito di aver salvato diverse specie di ciclidi del Lago Victoria, ma facciamo del bene ai singoli pesci costringendoli in acquario?

PERCHÉ L'UOMO NON DOVREBBE TENERE ANIMALI DA COMPAGNIA. È stato interessante osservare che alcune argomentazioni pro animali da compagnia venivano usate anche contro, per esempio i vantaggi per la salute dell'uomo (salute mentale) contrapposti agli aspetti dannosi (zoonosi).

Il numero di argomentazioni contrarie al possesso di animali da compagnia non era elevato. Naturalmente sono emersi i problemi di endogamia e malattie genetiche nei cani, così come questioni legate alla conservazione della natura. In termini generali, tuttavia, si è distinto un aspetto di base, vale a dire il valore intrinseco dell'animale.

IL VALORE INTRINSECO. Per valore intrinseco di un animale si intende il valore che lo rende diverso da un prodotto: per esempio, se un apparecchio Tv non funziona più ci dispiace dover spendere per acquistarne uno nuovo, ma se un cane che ha vissuto in famiglia per una decina d'anni muore le cose cambiano.

Ho scelto l'esempio del cane di proposito, perché solitamente non si ha lo stesso coinvolgimento sentimentale se è il proprio "amato" zebra danio a schizzare fuori dall'acquario e morire.

Si è molto discusso sul fatto che un tale valore implica che non possiamo fare degli animali ciò che vogliamo solo per il piacere dell'uomo: per alcuni ciò significa che l'uomo non dovrebbe interferire con la vita degli animali e persino che gli animali devono avere la loro autonomia. Un pensiero che implica che l'uomo non ha il diritto di decidere per i suoi animali.

C'È CASO E CASO. In base alla legge olandese, e anche nel rispetto del Trattato di Lisbona che è la base legale dell'Unione Europea in materia, ciascun animale ha un proprio valore intrinseco e deve essere trattato di conseguenza.

Many of the other reasons have to do with human wellbeing, with human health, children's deployment of character and many variations on this. The philosopher will see this as placing humans autonomy above the autonomy of animals. It is interesting that such a discussion with all the arguments that are perfectly OK for me, are suddenly turned into a negative feeling by ethical specialists. It was, by the way, very interesting to notice that most of the detailed argumentation in favor of pet keeping had to do with characteristics of dogs and cats, which can be petted, which recognize their bosses, which serve as company during loneliness. All these arguments do not apply to fish, reptiles and amphibians, and certainly not to invertebrates.

Some participants also brought up arguments that it should be good for animals to be kept as a pet as well. Some will live much longer, others have a 'better' life. But then we have the discussion about the definition of a 'better' life for an animal. Is a cardinal tetra better off dying after its first year, as in nature, or with another 4-5 years in captivity? Of course we can also argue that aquarium keepers have saved several species of Lake Victoria cichlids, but did we do well to the individual fish with that?

WHY SHOULD HUMANS NOT KEEP PETS. It was interesting that some arguments pro keeping of pets were also used against pet keeping, e.g. good for human health (mental health), but also bad for human health (zoonoses). The number of arguments against the keeping of pets was not that large. Of course the problems of inbreeding and genetic diseases in dogs popped up and nature conservation issues. But basically a very basic issue developed which had to do with the intrinsic value of an animal.

INTRINSIC VALUE. The intrinsic value of an animal is the value that makes an animal different from a product. If a TV set doesn't work anymore we regret that we need to find money for a new one. But when the dog dies that was in the family already for a decade it is different. I chose the example of the dog on purpose, because in general one does not have the same feeling when your 'beloved' zebra danio jumps out of the aquarium and dies.

What are the consequences of this intrinsic value? It was argued that this means that we cannot do with animals what we want, for the pleasure of humans. For some people it means that humans should not interfere in the lives of animals and even that animals have their own autonomy. This means that humans do not have the rights to decide for their animals.

According to our Dutch law, and also according to the Lisbon treaty, the present legal basis for the European Union, every animal has this intrinsic value and must be treated as such. If we think on how to deal with farm animals, international transports of these animals, we all fully agree. If it is about dogs and cats, perhaps rabbits and guinea pigs, we also still agree. But what about mice? Kept as a pet on one hand, but killed as a plague on the other hand. We have some feelings for mammals and we have problems killing it ourselves. Reptiles, amphibians, fish, invertebrates... the feeling of humans are different here. People in rural, farm situations have much different feelings about killing animals themselves than city dwellers. The above mentioned Animal Welfare party does extremely well in cities and poor in farm areas. But there are more city areas every year...

A PET IS A PRODUCT. But Dutch law and European law, however, treat all animals as 'products'. In consumer legislation a fish is just as much a product as a book, a can of fishfood or a pump: exactly the same guarantees for consumers apply. For EU import legislation it does not make a basic difference whether we import live animals, fish food or other products. We have seen what happens when the EU imports standards are not met: thousands of live fish are destroyed because a small error in the health certificate just as easily as a shipment of apples with an unauthorized insect in it. If my pet causes an accident, or damage, national law and EU law will dictate that I will have to cover the costs. No judge will recognize the intrinsic value of an animal as a reason that I would not have to pay.



GUARDA LO SPOT TV

A volte ubbidiente,
a volte dispettoso.
Ma sempre naturale.


NATURE  FOR CAT & DOG



PROVA LA NUOVA LINEA
DI CROCCANTINI SCHESIR,
SPECIFICA PER CANI DI
PICCOLA TAGLIA.

SCHESIR, INGREDIENTI NATURALI AL 100%.

Senza conservanti né coloranti, solo le parti migliori di carni e pesci della stessa qualità di quelli usati per il consumo umano, trattate con procedimenti naturali che garantiscono l'integrità dei nutrienti, un'alta digeribilità ed una straordinaria appetibilità. Nutrirlo così, è una scelta naturale.



www.schesir.com

Se pensiamo di avere a che fare con animali da reddito e con il loro trasporto siamo assolutamente d'accordo, come anche se parliamo di cani e gatti o magari di coniglietti e cavie. Ma nel caso dei topi? Da una parte sono tenuti come animali da compagnia, ma dall'altra sono considerati come una piaga e quindi uccisi. Siamo sentimentalmente coinvolti dai mammiferi e abbiamo problemi a ucciderli noi stessi, ma nel caso di rettili, anfibi, pesci e invertebrati... i sentimenti umani sono spesso diversi. Chi abita nelle zone rurali, nelle fattorie, ha una concezione differente dell'uccisione diretta di animali rispetto a chi risiede in città, e forse è per questo che il Partito degli Animali è molto forte nelle città e debole nelle aree rurali. Ma le zone urbane crescono di anno in anno...

UN ANIMALE, UN PRODOTTO. La legge olandese e quella europea, tuttavia, trattano tutti gli animali come "prodotti": per la legislazione un pesce è un prodotto esattamente quanto un libro, una confezione di mangime o una pompa, e valgono, per i pesci, le stesse garanzie per il consumatore.

In base alle leggi che regolano le importazioni nella UE, non esistono differenze di base se si importano animali vivi, alimenti per pesci o altri prodotti. Abbiamo purtroppo visto cosa accade quanto gli standard d'importazione UE non sono rispettati: migliaia di pesci possono venire facilmente distrutti a causa di un piccolo errore nel certificato sanitario, alla stessa stregua di un carico di mele contenenti un insetto non autorizzato.

E ancora: se il mio animale da compagnia causa un incidente o un danno, la legge nazionale ed europea impone che io copra i costi e nessun giudice riconoscerà il valore intrinseco dell'animale come ragione perché io non paghi.

Stando alle leggi, dunque, gli animali da compagnia sono prodotti di proprietà di chi li detiene, un discorso che vale per tutti i tipi di animali, compresi i pesci ornamentali.

SPUNTI DI RIFLESSIONE. Nel corso dell'incontro presso il nostro ministero è risultato evidente che le opinioni sull'argomento possono essere molto varie. Alcune persone sono pragmatiche, altre fondamentaliste: è qualcosa che ha a che fare con i sentimenti più basilari che ci spingono a ritenere che l'uomo sia autorizzato a decidere per gli animali oppure non lo sia, a volte sulla scorta di un credo religioso.

Gli attivisti animalisti e il Partito per gli Animali olandese pensano che l'uomo non abbia diritti sugli animali: fino a poco tempo fa questo modo di pensare non era molto comune nella nostra società.

Uno dei problemi è che questi "credenti" pensano di essere profondamente nel giusto, mentre reputano gli altri profondamente in errore.

Nella discussione avvenuta su invito del Governo Olandese è stato addirittura fatto il paragone con le battaglie razziali prima della fine della schiavitù, un confronto che ha reso l'incontro molto scomodo e difficile.

I RISCHI PER L'INDUSTRIA DEL PET. Nei Paesi Bassi esiste una posizione ufficiale riguardo al possesso di un animale da compagnia: *no*, a meno che si possa provare che ciò non arrechi danno alla salute dell'animale stesso. Questa posizione ormai è vecchia di più di 20 anni e, da quando è stata approvata, non sono mancati scontri dato che la lista degli animali considerati adatti a essere tenuti come animali da compagnia non è ancora pronta.

La posizione del commercio è sempre stata la seguente: *sì*, si possono tenere, almeno fintanto che non vi siano buone ragioni per ritenere che certe specie non possano essere considerate adeguate a causa di ragioni legate al benessere dell'animale.

All'incontro con il Governo ero l'unico a sostenere quest'ultima posizione. La tendenza, fra gli uomini di scienza, i veterinari e le organizzazioni per la protezione degli animali, sembra spostarsi verso il *no* salvo un numero molto limitato di animali o addirittura *assolutamente no*.

Se un atteggiamento del genere diventasse generale, significherebbe la fine dell'industria dei prodotti per animali da compagnia: se non sei autorizzato ad avere un animale, non hai bisogno di cibo, accessori, riviste e quanto altro lo riguarda. Inoltre, non avrai bisogno del veterinario, né di un luogo dove andare a prendere l'animale e molto probabilmente le organizzazioni per la protezione degli animali perderebbero i loro sostenitori, visto che solitamente hanno animali da compagnia loro stessi.

È bene essere coscienti di questa tendenza. Ho notato che persino il rappresentante dei proprietari di animali da compagnia che si trovava a quell'incontro pensava solamente ai cani quando parlava dei pet: aveva totalmente dimenticato i pesci ornamentali, i rettili, gli anfibi, gli uccelli e tutti i mammiferi diversi dai cani.

Persino nei negozi a volte mi capita di sentire commenti negativi riguardo alla nostra industria. Ci sono petshop che hanno smesso di vendere cavie per comparire sulla stampa mentre ricevono la torta-premio del Partito degli Animali e dichiarano pubblicamente di essere d'accordo con quel partito. Non solo: alcuni negozianti mi hanno recentemente detto che non vendono animali da compagnia per una questione di principio.

Certo, è bene essere coscienti di tutti gli aspetti legati alla salute animale, ma è comunque uno strano segnale di rettitudine politica quello del negoziante specializzato che dichiara che gli animali da compagnia non possono essere venduti nel petshop: se questo è veramente il suo pensiero, farebbe meglio a vendere il negozio. ●

According to national and EU law pets are products that are owned by their bosses. This applies to all pets, including ornamental fish!

FUNDAMENTALS OF THINKING. At that meeting at our ministry I noticed that the way of thinking about this varies a lot. Some people are pragmatic, other fundamentalists. It has to do with the basic feeling about whether humans are allowed to decide about animals or not, sometimes even based on religion. Animal activists, and the Dutch Party for the Animals, feel that humans do not have this right. Until now this way of thinking was not common in our society. A problem with it is that these 'believers' feel that they are fundamentally right and others are fundamentally wrong. In our discussion it was even compared with the racial struggles before the ending of slavery. This makes it a very uncomfortable and difficult discussion.

RISKS FOR THE PET INDUSTRY. In The Netherlands we officially have a policy for the keeping of pets: *no*, unless you can prove that it does not harm the welfare of the animal. This policy is already over 20 years old. Since the approval of this policy we have been struggling with it as the positive list for those animals suitable to be kept as a pet is still not ready. Position of the trade has always been: *yes*, unless there are good reasons not to keep a certain species based on animal welfare reasons. At the meeting with my government I was alone in this point of view. The trend among scientists, veterinarians and animal protection organizations seem to be shifting towards: *no*, except for a very small group of animals and even to: *absolutely no*.

The latter would be the end of the pet industry. If you are not allowed to keep pets, you don't need pet food, pet accessories, pet magazines, etc. You also won't need pet veterinarians and pet research. Most probably the pet protection organizations would lose all donors, as they usually have pets!

We must be aware of this trend. I noticed that even the representative of the pet hobby at that meeting in my country thought of dogs only when talking about pets. He totally forgot ornamental fish, reptiles, amphibians, birds and all non-dog mammals. In shops too I sometimes hear voices that are in fact negative for our industry. There are shops that stop selling guinea pigs so they can be in the press receiving the cake from the Party of the Animals. They agree with this party in public. Some pet shops recently told me that they do not sell pets for principle reasons.

It is good to be well aware of animal welfare issues. It is a strange signal of political correctness for a pet shop owner to indicate that pets should not be sold in a petshop. If that is your feeling, then better sell your shop.

Problemi
di **Intolleranze**
Alimentari?



prolife[®]



The Newtrition

www.prolife-pet.it



Monoproteico
Agnello & Riso



Monoproteico
Pesce & Patate



Monoproteico
Maiale & Riso



Monoproteico
Coniglio & Patate

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

i mercati

ABOUT MARKETS



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 as at regional and global level.

IL MERCATO DEI PRODOTTI PER ANIMALI DA COMPAGNIA IN ITALIA

CONTINUA IL SEGNO POSITIVO. In Italia, quello del petcare è uno dei pochi comparti industriali che hanno saputo crescere e mostrare un andamento dinamico durante la seconda metà del periodo di osservazione: la crescita è avvenuta nonostante l'incertezza economica che ha coinvolto l'intera Europa sin dalla fine del 2008.

I produttori, infatti, si sono dimostrati piuttosto attivi anche nel pieno della recessione, stimolando i consumatori con prodotti nuovi e più costosi realizzati con ingredienti premium di livello superiore e con un maggiore valore aggiunto.

Nonostante gli alimenti per altri animali abbiano registrato performance inferiori, le categorie del food per cani e gatti hanno dimostrato un certo dinamismo in termini di crescita a valore sia nel 2011 e in proiezione nel 2013.

PREMIUMIZZAZIONE E IPERSEGMENTAZIONE. Le maggiori tendenze registrate nel petcare nel 2011 si sono confermate anche nel 2012 e, fra queste, il graduale e continuo spostamento dei consumatori verso prodotti di fascia premium e l'ipersegmentazione, trainati dal trend dell'umanizzazione degli animali da compagnia.

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

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

Milioni di dollari \$ mn	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Alimenti per cani <i>Dog food</i>	1.082,6	1.079,6	1.066,9	1.149,1	1.058,8	1.083,3
Alimenti per gatti <i>Cat food</i>	1.409,3	1.406,0	1.390,2	1.486,3	1.374,5	1.432,8
Alimenti per altri animali <i>Other pet food</i>	264,7	258,4	249,1	260,4	237,2	242,2
Prodotti per la cura e accessori <i>Pet care products</i>	711,0	709,5	711,2	753,5	700,1	727,4
Alimenti, cura e accessori <i>Pet food and pet care products</i>	3.467,6	3.453,5	3.417,4	3.649,3	3.370,6	3.485,7

Fonte: stime Euromonitor International
Source: Euromonitor International estimates level

Cresce la richiesta di prodotti di qualità superiore e superpremium, dal momento che i proprietari di animali italiani desiderano che i loro amici pelosi vivano più a lungo e in modo più sano: per questo non sono solo gli alimenti funzionali ad aver registrato valori positivi in fatto di vendite a volume e a valore nonostante la crisi economica, ma gli snack per cani e gatti hanno mostrato le migliori performance nel 2011 e 2012, dato che questi prodotti costituiscono un premio saporito per i loro animali e, al tempo stesso, un fuoripasto salutare.

NESTLÉ E MARS MANTENGONO LA SUPREMAZIA. Le multinazionali continuano a dominare nel comparto del petcare in Italia fra il 2011 e il 2012, guidate da Nestlé Purina Pet Care Italia. Gli altri principali player sono Mars Italia, Hill's Pet Nutrition e Wonderfood, principalmente grazie alle loro ampie gamme di prodotti.

In particolare, la crescente domanda di alimenti premium e superpremium ha creato un ambiente particolarmente favorevole per Wonderfood e Hill's Pet Nutrition, che mantengono posizioni salde sul mercato.

Le aziende locali, di dimensioni più ridotte, si fanno notare soprattutto come produttori di nicchia che stimolano la domanda di petfood specialistico (funzionale o biologico, per esempio) e di altri prodotti per animali da compagnia.

NEGOZI E SUPERMERCATI SPECIALIZZATI SI FANNO STRADA. L'importanza dei negozi e supermercati specializzati e delle catene in Italia è cresciuta nel periodo di osservazione.

Paragonata ai punti vendita del grocery, i supermercati e negozi specializzati hanno diversi vantaggi, fra cui una maggiore varietà di prodotti e l'opportunità di offrire consulenza specializzata ai clienti.

In particolar modo nei supermercati specializzati, l'ultima tendenza è ciò che viene definito "negozi XXL" o "mega zoo".

Mentre continua l'espansione di questa tipologia di negozio, i punti vendita del settore grocery tendono a perdere leggermente terreno nel settore del petcare, tuttavia la maggior parte delle vendite a valore resta nelle mani del settore grocery.

ANCORA CRESCITA, GRAZIE ALLA TENDENZA ALL'UMANIZZAZIONE. Nel periodo di proiezione si prevede che il petcare continui a crescere in Italia sia in termini di valore, sia di volume costanti.

Le vendite di alimenti continueranno, naturalmente, a essere correlate alla dimensione della popolazione degli animali da compagnia che si stima possa rallentare il proprio tasso di crescita nel periodo di previsione.

Ciononostante, in termini generali, si calcola che in questo periodo il mercato continuerà ad aumentare grazie alla maggiore attenzione nella cura che i proprietari dedicheranno ai loro animali.

PET CARE IN ITALY - EXECUTIVE SUMMARY

PET CARE CONTINUES TO CLOCK POSITIVE VALUE GROWTH. *Pet care was one of the few industries which managed to grow and show dynamism in Italy during the second half of the review period. This growth came in spite of the economic turmoil which has been affecting almost the whole of Europe since late 2008. Indeed, manufacturers remained quite active throughout the recession, challenging consumers with new and expensive premium products featuring higher levels of premium ingredients and value-added benefits. Despite the less favourable performance of other pet food, the main categories of cat food and dog food were still fairly dynamic in value growth in 2011 and, as a forecast, in 2012.*

PREMIUMISATION AND HYPERSEGMENTATION. *The main trends experienced in pet care during 2011 remained in evidence during 2012. These include the ongoing move towards premiumisation and hypersegmentation, which have been driven in turn by the pet humanisation trend. Demand amongst Italian pet owners for higher-quality super-premium products is growing as Italian pet owners increasingly seek to ensure that their animal companions live longer and healthier lives. This is a reason why not only the therapeutic premium products registered positive volume and value trends despite the economic situation, but also the treats for both cats and dogs registered the best performances overall in 2011 and in 2012, as these products combine a tasty reward for their pets as well as look after their general health.*

NESTLÉ AND MARS HOLD THEIR GRIP OVERALL IN PET CARE.

The dominance of multinationals in pet care in Italy continued from 2011 into 2012, led by Nestlé Purina Pet Care Italia. The other leading players are Mars Italia, Hill's Pet Nutrition and Wonderfood, largely due to their wide product ranges. In particular, the growing demand for premium and super-premium products created a highly conducive environment for multinational players such as Wonderfood and Hill's Pet Nutrition to gain a strong foothold in the industry. Smaller local players also made their presence felt, playing the role of niche producers stimulating the demand for speciality pet food (therapeutic or organic for example) and pet products.

PET SHOPS AND PET SUPERSTORES EXTEND THEIR

PRESENCE. *The importance of pet shops and pet superstores as retail channels in Italy grew over the review period. Compared to grocery retail outlets, pet superstores and pet shops have advantages such as larger product portfolios and the opportunity to offer expert advice to customers. With special regard to pet superstores, the latest trend is what are known as XXL stores or mega zoos. Whilst the expansion of these formats continues to cause grocery retailers' share to slightly decline overall in pet care, the grocery channels still account for the majority of retail value sales.*

GROWTH EXPECTED THANKS TO THE HUMANISATION TREND. *Over the forecast period, pet care in Italy is set to continue to grow in both constant value and volume terms. Pet care sales will of course continue to maintain a close relationship with the size of the pet population, and as far as the overall pet population is concerned, slower growth is expected during the forecast period. However, the forecast period is expected to continue to observe growth thanks to the more sophisticated care that current pet owners will give to their pets.*



Baby
Protect

affinity

ADVANCE[®]

NUTRIZIONE AVANZATA PER UN'OTTIMA SALUTE

Unico sin dai suoi primi passi

FORMULA ESCLUSIVA!



Puppy Mini



Puppy Medium



Puppy Maxi



Kitten

**SVILUPPO DEL SISTEMA
IMMUNITARIO**



CON
NUCLEOTIDI
SCIENTIFICAMENTE PROVATO

L'industria indiana del Pet



RUTAKSHA RAWAT, CO-EDITORE DI CREATURE COMPANION, LA PRINCIPALE RIVISTA SPECIALIZZATA DEL SETTORE, E ORGANIZZATRICE DI INDIA INTERNATIONAL PET TRADE FAIR (IIPTF), L'UNICA FIERA SPECIALIZZATA INDIANA.
BUSINESSEDITORLBA@YAHOO.COM

RUTAKSHA RAWAT IS CO EDITOR OF CREATURE COMPANION, INDIA'S FOREMOST PET MAGAZINE & ORGANIZER OF INDIA'S ONLY PET FAIR, INDIA INTERNATIONAL PET TRADE FAIR (IIPTF).
BUSINESSEDITORLBA@YAHOO.COM

Lo sviluppo economico dell'India, l'aumentata empatia nei riguardi degli animali domestici e la rapida urbanizzazione stanno portando avanti il settore. Ma quali sono i fattori che ne guidano la crescita?

L'industria indiana per gli animali da compagnia ha fatto molta strada negli ultimi dieci anni in termini di valore di mercato, servizio al cliente e organizzazione: quella che era prima solo un'eterogenea moltitudine di negozianti che vendevano shampoo e biscotti, si è ora evoluta in un'industria da più di 800 milioni di dollari e comprende grandi multinazionali oltre che società locali.

Gli esperti sono convinti che questo sia solo l'inizio e che l'impulso nelle adozioni di animali da compagnia e l'interesse crescente per loro significhi che il progresso a cui si è assistito finora è solo la punta di un iceberg inesplorato.

Continuando il trend in crescita, ci si aspetta che l'industria indiana per animali da compagnia continui a registrare valori di crescita del mercato al dettaglio a doppia cifra nel 2013.

Questa crescita sarà guidata da diversi fattori: l'incremento del numero di adozioni, l'aumento degli stipendi, la maggior consapevolezza delle necessità alimentari dei pet, i benefici intrinseci negli alimenti preconfezionati e, più importante di tutti, il cambiamento della sensibilità della popolazione nei confronti degli animali domestici.

AUMENTO DEL NUMERO DELLE ADOZIONI DI ANIMALI DA COMPAGNIA. A mano a mano che l'India si evolve, sempre più persone considerano e optano per l'adozione di animali da compagnia.

Secondo Euromonitor International la popolazione di pet in India (tutte le specie incluse) nel 2006 era approssimativamente di 7 milioni, cifra che è salita a 10 milioni nel 2011.

Anche se è un numero esiguo rispetto alla popolazione umana totale dell'India (1,2 miliardi di persone), le cifre dimostrano il grande potenziale del mercato.

Basandosi sulle stime di Euromonitor, si calcola che ogni anno vengono adottati in media 600.000 animali, e ci si aspetta un aumento nel ritmo delle adozioni nei prossimi anni per via di una serie di fattori fra i quali anche l'aumento dei casi di maternità rimandata, il cambiamento nella percezione degli animali da compagnia e la crescita del potere d'acquisto.

Nonostante il fatto che in India abitino 335 milioni di persone al di sotto della soglia di povertà, la dimensione totale della popolazione dà spazio alla speranza per l'aumento del numero di conversioni (da non proprietari a proprietari di animali da compagnia) negli anni.

Questa aspettativa, in aggiunta all'aumento dello stipendio netto per la classe media nella nazione, promette bene per il successo commerciale per l'industria del pet. "Al momento", dice Sanjay Jaiswal, direttore generale petcare, Provimi Animal Nutrition India Pvt Ltd, "la proporzione uomo/animale domestico in India è estremamente sbilanciata. Via via che l'interesse per gli animali da compagnia aumenta e più persone vedono amici, parenti e vicini adottare un pet, più facilmente considereranno di fare altrettanto. I prossimi sei anni vedranno le proporzioni di adozione aumentare esponenzialmente anche in seguito a una serie di iniziative dell'industria. Mi aspetto che vi sia almeno un animale domestico ogni cinque case entro i prossimi 15 anni".

CRESCE LO STIPENDIO NETTO. L'aumento dello stipendio netto è un enorme fattore di crescita che contribuisce anche allo sviluppo dell'industria di prodotti per animali da compagnia in India.

L'agenzia Goldman Sachs ha previsto che tra il 2007 e il 2020 il pro-

INTERNATIONAL MARKETS

Indian Pet Industry Factors Driving Growth

India's economic growth, increasing empathy towards pets and rapid urbanisation are driving the industry forward

The Indian pet industry has come a long way in the past decade, in terms of market value, customer service, and organisation. What was once only a motley crew of shopkeepers selling shampoos and biscuits, has now evolved into an \$800-million-plus industry, and comprises large multinationals, as well as, domestic players. Industry veterans believe this is just the beginning, and that the spurt in pet adoptions and growing interest in pets, especially dogs, means the progress witnessed till now is only the tip of an unexploited iceberg. Continuing its growth trend, the Indian pet industry is expected to continue to register strong double-digit retail value growth in 2013. This growth will be driven by several factors: increased number of pet adoptions, rising disposable income, higher awareness of the dietary needs of pets and the benefits of pet food, and most importantly, change in perception towards pets.

GROWTH FACTORS

INCREASED NUMBER OF PET ADOPTIONS. As India continues to evolve in all spheres, more people are considering and opting for pet adoption. According to Euromonitor International the pet population in India (including all species) in 2006 was approximately seven million. This figure grew to 10 million by 2011. Although, a meagre number when held in contrast to the aggregate human population of India (1.2 billion), these figures demonstrate the vast untapped market that lies herein. Although there are no studies providing definitive numbers regarding the number of pet adoptions per year, going by Euromonitor's figures, 600,000 pets are adopted every year on average. Adoptions are expected to take place at a faster rate in years to come due to a host of reasons — increased instances of delayed parenthood, changed perception towards pets and increased buying power, amongst others. Despite the fact that India is home to 355 million people, who fall below the poverty line, the sheer vastness of the country's population gives rise to hope for increased number of conversions (from non pet owning to pet owning) over the years. This expectation, added with the knowledge of the growing disposable income of the middle class in the country, augurs commercial success for the country's pet industry. "Currently, the human to pet ratios are terribly skewed in India. As awareness about pets spreads and more people see their friends, relatives and neighbours

“Al momento”, dice Sanjay Jaiswal, direttore generale petcare, Provimi Animal Nutrition India Pvt Ltd, “la proporzione uomo/animale domestico in India è estremamente sbilanciata. Via via che l’interesse per gli animali da compagnia aumenta e più persone vedono amici, parenti e vicini adottare un pet, più facilmente considereranno di fare altrettanto. I prossimi sei anni vedranno le proporzioni di adozione aumentare esponenzialmente anche in seguito a una serie di iniziative dell’industria. Mi aspetto che vi sia almeno un animale domestico ogni cinque case entro i prossimi 15 anni”.

necessità di base, ma anche per la loro salute e benessere.

La previsione a breve termine per l’economia è diventata incerta a causa della crisi del debito in Europa e a segni di un rallentamento economico globale, ma a lungo termine ci si aspetta che l’economia indiana ottenga benefici dai fattori di crescita in Asia e, di conseguenza, che lo stipendio netto cresca ulteriormente, il che permetterà a più consumatori di possedere animali da compagnia e darà maggiore impulso all’aumento della spesa per la cura degli animali da compagnia tra chi già li possiede.

RAPPRESENTAZIONE DEI PET NEI MEDIA. La rappresentazione positiva degli animali da compagnia nei media (nazionali e internazionali) ha avuto un forte impatto sulla loro percezione pubblica: dove prima erano letteralmente visti come “non entità”, adesso c’è un interesse crescente e anche chi non ne può adottare conosce le razze più popolari e le basi della loro cura.

La copertura dei media tradizionali, assieme all’avvento dei social media, ha generato migliaia di piattaforme che divulgano informazioni sui benefici e le gioie derivanti dal possedere animali da compagnia.

Inoltre, gli amanti degli animali da compagnia e gli operatori del settore hanno iniziato a bloggare insistentemente e a fare propaganda sottolineando ulteriormente i benefici che gli animali apportano.

Un numero crescente di persone si rivolge alle piattaforme digitali come fonte di informazione ed è quindi esposto a contenuti online positivi riguardanti il mondo dei pet, portando a una maggiore consapevolezza negli amanti degli animali e a una crescita della curiosità e della passione nei non proprietari.

La copertura dei notiziari che riportano casi di eroismo animale, di persone che lasciano in eredità intere proprietà ai loro amici a quattro zampe, gli studi statistici che provano che gli animali da compagnia hanno influenze positive sia sui bambini sia sugli adulti, hanno fatto guadagnare agli animali da compagnia rispetto e ammirazione tra gli indiani.

I programmi televisivi locali danno ulteriore visibilità ai pet, mentre le organizzazioni locali per il benessere animale stimolano ulteriormente la tendenza all’umanizzazione sensibilizzando il pubblico ai bisogni e alle emozioni degli animali.

dotto interno lordo (PIL) pro capite dell’India in dollari statunitensi quadruplicherà, e che l’economia indiana supererà quella statunitense (in dollari USA) entro il 2043.

Secondo le stime ufficiali, l’economia indiana è cresciuta del 7,6% (+/- 0,25%) nell’anno fiscale 2012-2013. Inoltre, le statistiche Euromonitor riportano che lo stipendio annuale netto degli indiani nel 2012 ammontava a 1.576.087,6 milioni di dollari americani, un considerevole aumento dai 1.073.243,4 milioni nel 2008. Grazie all’aumento dello stipendio netto, i consumatori sono più propensi a passare a prodotti per la cura dei pet di tipo premium e a prodotti specializzati.

Allo stesso modo, un gran numero di proprietari sta gradualmente passando da cibo fatto in casa a cibo industriale.

La crescita dello stipendio netto sta anche guidando le vendite di prodotti non food per animali assieme a quelli per la salute e agli integratori alimentari, che registrano una forte crescita: i proprietari sono più propensi ad aumentare le spese per i loro amici a quattro zampe, non solo per venire incontro alle loro

adopting, they too, will consider pet adoption. The next six years will see the rate of adoption go up exponentially due to the host of awareness initiatives being taken by the industry. I expect there to be at least one pet per five homes in 15 years’ time,” says Sanjay Jaiswal, GM, Petcare, Provimi Animal Nutrition India Pvt Ltd.

RIISING DISPOSABLE INCOME. Rising disposable income is a huge contributing growth factor for the pet industry in India. In its revised 2007 figures, based on increased and sustaining growth, and more inflows into foreign direct investment, Goldman Sachs predicted that “from 2007 to 2020, India’s gross domestic product (GDP) per capita in US\$ terms will quadruple”, and that the Indian economy will surpass the United States (in US\$) by 2043. According to official estimates, the Indian economy grew at 7.6% (+/- 0.25%) in the fiscal year 2012–2013. Further, Euromonitor statistics report the annual disposable income of Indians to be \$1,576,087.6 million in 2012, a considerable increment from the \$1,073,243.4 million in 2008.

As disposable income increases, consumers are more likely to trade up to premium pet care products and specialised products. There is also a large base of pet owners who are gradually shifting from homemade food to prepared food as their spending power increases. Growing disposable income is also driving sales of non-food pet products, with pet healthcare and pet dietary supplements experiencing strong growth. Pet owners are more willing to increase spending on their pets, not only to meet their basic needs, but also for their health and well being. The short term outlook for the economy has become uncertain due to the debt crisis in Europe and signs of economic slowdown. However, over the long term, the Indian economy is expected to benefit from growth drivers in Asia. Thus, disposable incomes are expected to rise further. This will enable more consumers to own pets, as well as, prompt increased expenditure on pet care among existing pet owners.

MEDIA PORTRAYAL OF PETS. The media’s (national and international) positive portrayal of pets has had a huge impact on public perception towards the latter. Whereas earlier, pets were literally seen as non entities in the country, now, there is a growing interest in them. Even those that cannot adopt for certain reasons are aware of the popular breeds in the country and the rudiments of pet care.

Conventional media coverage, along with the advent of social media, has spawned thousands of platforms that propagate the benefits of keeping pets and the joys of pet ownership. Further, pet lovers and animal welfare workers have taken aggressively to blogging and social media propaganda of pets, further projecting them as having positive attributes. With more people turning to digital platforms as sources of information, they are exposed to the positive content posted about pets, leading to validation of affection for pets in existing pet lovers and arousal of curiosity and fondness in non-pet owners.

News coverage reporting instances of animal heroism, people willing entire estates to their pets, survey studies proving that pets are positive influences on children and adults alike, etc, have gained pets respect and admiration amongst Indians. Local television shows further supplement positive media attention for pets. Local animal welfare organisations further aid the humanisation of pets, sensitising the public to their needs and emotions. Further, news coverage of international and national celebrities expressing their devotion to their pets, have been noticed by the Indian populace.

HUMANISATION OF PETS. Owing to the general atmosphere of sensitisation towards pets in the country, more Indian consumers have come to regard them as thinking, feeling, human-like parts of the family and unlike earlier, pet owners do not mind spending on what they perceive as being necessary or beneficial for their pets, be it on pet food, treats, toys, medicines, resort stays or air fare. In particular, urban consumers have begun to humanise their pets to a great extent and want to buy them alternatives of what they buy for themselves in every category.

For example, if a consumer buys a cake, they would want to purchase baked goodies for their dog as well. Similarly, as humans gear for the winter season with woollens, they purchase dog beds and coats and sweaters for their pets to ensure they will not feel cold either.

As non pet owners meet each other and interact with pet owning families, they become aware of how pets are being treated and learn the norms of pet care.

I TREND CHIAVE

CANE: IL PIÙ POPOLARE. I cani sono la specie di animale da compagnia più popolare in India, seguiti dai gatti: nel 2013 la loro popolazione è stimata essere ancora oltre 9 volte superiore a quella dei gatti e 14 volte quella degli altri animali.

In termini di proprietà, il 2011 ha visto il 4% delle case indiane ospitare un cane, comparate allo 0,3% dei gatti.

Le razze più popolari in India includono il Labrador Retriever, il Carlino, il Lhasa Apso, il Golden Retriever, il Beagle, il Bassotto e il Cocker Spaniel.

GLI ADOTTANTI PIÙ PROBABILI. Le persone che più probabilmente adotteranno animali domestici sono famiglie con bambini piccoli o giovani coppie senza figli.

Tendono ad appartenere al ceto medio e medio-alto e comprendono più persone non vegetariane che vegetariani.

Vengono adottati più animali da compagnia da famiglie nucleari che da famiglie allargate.

PRODOTTI PER SALUTE E BENESSERE PRENDONO PIEDE. Crescono le vendite di prodotti relativi alla salute e ai bisogni per il benessere degli animali (specialmente per cani e gatti).

Con l'obiettivo della società moderna sempre più incentrato sulla salute, i proprietari di pet proiettano in maniera crescente i propri bisogni di salute e benessere sui loro animali da compagnia.

MARCHI INTERNAZIONALI CHE CONSOLIDANO L'INDUSTRIA DELLA CURA DEGLI ANIMALI. I protagonisti internazionali mantengono una forte presenza nel settore della cura degli animali in India, con i tre maggiori esponenti (Mars International Pvt Ltd, Royal Canin India Pvt Ltd e Provimi Animal Nutrition India Pvt Ltd), tutte multinazionali che complessivamente detenevano, nel 2010, una fetta del mercato del 52%.

Comparati ai concorrenti locali, i produttori internazionali hanno maggiori risorse da investire nello sviluppo di nuovi prodotti e in un marketing prolifico.

I MANGIMI PREMIUM GUADAGNANO TERRENO. L'industria degli alimenti preparati in India si avvia verso una crescente specializzazione. Anche se le marche specializzate sono più care delle varianti standard, stanno guadagnando popolarità nelle aree urbane.

DECISIONI DI ACQUISTO DETERMINATE DALLE DONNE. Nella maggior parte delle case che ospitano animali da compagnia, sono le consumatrici a decidere quali marchi acquistare e quali prodotti sono necessari per i loro animali.

MANGIMI NEI SUPERMERCATI. Le persone si rivolgono sempre di più ai supermercati per acquistare mangimi: trovano comodo comprare il cibo per gli animali nel corso della spesa normale.

Inoltre, articoli come cibo e prodotti per la cura degli animali sono sempre spesso acquistati attraverso siti di e-commerce.

SOCIAL MEDIA E MARKETING. I social media sono emersi come lo strumento di marketing più potente, poiché hanno il potere di raggiungere milioni di persone con spese ridotte.

POPOLARITÀ PER I PET E I LORO PROPRIETARI. Gli eventi specifici per animali da compagnia diventano sempre più popolari via via che piccole società come Anvis Inc e Party Barky Hai organizzano incontri animale/padrone, dove chi possiede un pet si incontra, socializza e passa la giornata assieme.

PENSIONI PER CANI E PENSIONI CASALINGHE. Man mano cresce il numero di indiani che scoprono le gioie del viaggiare, aumenta anche il numero di quanti cercano case sicure o pensioni per i loro animali mentre sono in vacanza.

Per provvedere a questo bisogno, sono nate diverse strutture specializzate e molti amanti degli animali hanno creato pensioni casalinghe che ospitano pet.

HOTEL E RISTORANTI PET FRIENDLY. Riconoscendo il bisogno dei clienti di farsi accompagnare dai loro animali, alcuni hotel e ristoranti sono diventati pet friendly, permettendo agli animali da compagnia di accedere alle strutture coi loro padroni e di cenare assieme a loro.

KEY TRENDS

DOGS MOST POPULAR PET. Dogs are the most popular pet species in India, followed by cats. In 2013, the population of dogs is set to remain over nine times that of cats and 14 times that of other pets. In terms of pet ownership, 2011 saw four percent of Indian households owning dogs, compared to 0.3 percent for cats. Most popular dog breeds in India include the Labrador Retriever, Pug, Lhasa Apso, Golden Retriever, Beagle, Dachshund and Cocker Spaniel.

PEOPLE MOST LIKELY TO ADOPT. People more likely to adopt pets are likely to be families with young children or young couples without children. They tend to belong to the middle or upper middle class and comprise more non vegetarian eaters than vegetarians. More pets are adopted by nuclear families than joint families.

HEALTH & WELLNESS PRODUCTS GAIN GROUND. Pet care products catering to the health and wellness needs of pets (especially cats and dogs) have emerged. With modern society's growing focus on health, pet owners increasingly project their own health and wellness needs on to their pets.

INTERNATIONAL BRANDS CONSOLIDATE PET CARE INDUSTRY. International players hold a strong presence in pet care in India, with the top three players (Mars International Pvt Ltd, Royal Canin India Pvt Ltd and Provimi Animal Nutrition India Pvt Ltd), all being multinationals, accounting for a combined value share of 52 percent in 2010. Compared with local players, international players have more resources to invest in new product development and prolific marketing.

SHOW

di toelettatura

CURATO E PRESENTATO DA PAOLA ACCO

PAOLA ACCO è toelettatrice dal 1991 a Portogruaro dove ha un negozio e la Scuola di toelettatura dal 1999. Dal 1995 anno in cui ha iniziato a frequentare le gare ha vinto innumerevoli titoli: 3 Best in Show, in Italia, Ciseauxd'or in Francia, e a Praga e molte sono le medaglie d'oro, argento e bronzo in Italia, Europa, USA. Campionessa italiana ad Empoli nel 1999, vicecampionessa Best of the Best di Milano, 4 volte finalista Gara Oster Campioni Europea, Campione del mondo con il team italiano a Barcellona 2003 e Vice campione del mondo ottenuto con la squadra italiana nel 2007 a Milano. Ha eseguito numerose dimostrazioni in tutta Europa, collaborando



e tutt'ora lavora con le più famose aziende italiane per promuovere la toelettatura in Italia. E' socia fondatrice dell'ATI Associazione Toelettatori italiani, maestro dimostratore di APT Associazione Professionisti Toelettatori, e di ACAD. Ideatrice e organizzatrice della manifestazione Master Show e del Trade Show. Co-organizzatrice dell'attuale Campionato Italiano.

Ideatrice del titolo di "Miglior Scuola" e del Premio alla Toelettatura "Star Grooming Awards". Ad oggi ha formato più di 100 allievi, alcuni dei quali hanno già ottenuto dei Best in Show in gare internazionali. Giudice All Round per EGA ed APT. Presidente di AITI (Associazione Insegnanti Toelettatori Italiani).

Domenica,
29 SETTEMBRE 2013
Assago (MILANO)

HOLIDAY INN - Tel. +39.02.488601
Tangenziale Ovest, 19 km - 20094 Assago (MI)

Domenica,
27 OTTOBRE 2013
Acireale (CATANIA)

HOTEL ORIZZONTE - Tel. +39.095.886006
Viale Cristoforo Colombo, 2 - Acireale (CT)

Per informazioni non esitate a contattarci alla mail
record@recordit.com, al numero di tel. 02.48376157,
oppure contatta il tuo agente di zona.

Sponsor della
manifestazione:



RICHIESTA DI ADESIONE

Nome Cognome Via

CAP Città Prov. Tel.

N° partecipanti Partecipo al Record Show di ☐ ASSAGO (MI) ☐ ACIREALE (CT)

Inviare la richiesta di adesione tramite FAX o e-mail.

Pranzo offerto da "RINALDO FRANCO SpA"

PREMIUM PET FOOD GAINING ACCEPTANCE. Pet food in India has seen increasing specialisation. Although the specialised brands are more expensive than standard variants, they are gaining popularity in urban areas.

FEMALES DRIVE BUYING DECISIONS. In most pet-owning households, female consumers decide which brands to buy and which products are required for their pets.

PET FOOD IN SUPERMARKETS. People are increasingly turning to supermarkets to buy pet food. They find it convenient to buy their pets' food, along with their own groceries. Also, pet food and pet care items are increasingly being bought through e-commerce websites.

SOCIAL MEDIA MOST POWERFUL MARKETING TOOL. Social media has emerged as the most powerful tool of marketing, as it has the power to reach millions with little expense.

PET & OWNER MEETS POPULAR. Pet-specific events are becoming more popular, as small outfits like Anvis Inc and Party Barky Hai, arrange for pet-and-owner meets, where people with pets meet, socialise and spend the day together.

PET RESORTS & HOMESTAYS. As more Indians discover the joys of travelling, they seek secure homes or resorts for their pets while they vacation. To cater for this need, a host of pet resorts have emerged, and many pet lovers have established pets-only homestays.

HOTELS & EATERIES ALLOWING PETS. Acknowledging the need of their customers to be accompanied by their pets, some hotels and restaurants have taken the initiative to go pet friendly, allowing pets to check in with their owners, as well as, dine with them.

Inoltre, i notiziari riportano notizie di celebrità internazionali e nazionali che esprimono la loro devozione verso i loro amici animali.

FENOMENO UMANIZZAZIONE. A causa della generale tendenza alla sensibilizzazione verso gli animali da compagnia, sempre più consumatori indiani hanno iniziato a considerarli esseri pensanti, che sentono emozioni come gli umani e, al contrario di ciò che accadeva in precedenza, i proprietari non sono disturbati dal fatto di spendere quello che ritengono necessario o di beneficio per il loro amico, sia che si tratti di alimenti specifici, snack, giocattoli, medicine, pensione o biglietti aerei.

In particolare, i consumatori urbani hanno iniziato a umanizzare considerevolmente i loro animali e vogliono comprare loro la versione per animali di quanto comprano per se stessi in ogni categoria: per esempio, se un consumatore acquista una torta, vorrà acquistare prodotti da forno anche per il suo cane.

In modo simile, mentre gli umani si preparano per la stagione invernale con abiti di lana, acquistano cuccie, cappotti e maglioni per i loro animali per assicurarsi che anche loro non soffrano il freddo.

E via via che i non proprietari si incontrano tra loro e interagiscono con famiglie che ospitano pet, si rendono conto di come vengano trattati i quattro zampe e imparano le regole della loro cura: vengono festeggiati anche i loro compleanni e i conoscenti non chiedono solo dei figli, ma anche degli animali di famiglia.

Ci si aspetta che il trend di umanizzazione degli animali da compagnia si amplifichi ulteriormente, con proprietari sempre più interessati a comprendere i loro amici a quattro zampe e a soddisfarne i bisogni, incluse le abitudini alimentari, i bisogni nutrizionali e di svago.

MATERNITÀ RIMANDATA. Il fatto che il momento della maternità anche in India si sia spostato più in avanti negli anni, è un fattore molto sottovalutato, ma potente, che ha contribuito alla crescita dell'industria: ogni anno centinaia di giovani coppie sposate senza figli adottano animali da compagnia per stimolare la vita familiare.

Queste coppie, spesso giovani attorno ai trent'anni, provengono principalmente dalle grandi città e si collocano tra il ceto medio e il medio-alto.

Dove, 10 anni fa, l'età media per il matrimonio nella comunità indiana era di 24 anni per le donne e 28 anni per gli uomini, oggi, a causa delle aspirazioni di istruzione e carriera, l'età cresce: le coppie urbane e orientate alla carriera rimandano la maternità tra i 35 e i 40 anni, perché si sposano tardi o vogliono creare una sicurezza finanziaria prima di avviare una famiglia.

In ogni caso, queste coppie ritengono che, nell'attesa, adottare animali da compagnia sia la cosa più simile ad avere figli.

Inoltre, il fatto che il sistema tradizionale indiano della famiglia patriarcale si stia rapidamente estinguendo, specialmente nelle città metropolitane, sostiene l'aumento delle adozioni di animali tra le coppie senza figli, dato che molti di loro sentono la mancanza dello stimolo della vita familiare.

In più, le famiglie nucleari danno libertà alle giovani coppie di fare ciò che preferiscono senza ferire i sentimenti degli anziani, che potrebbero non apprezzare o tollerare gli animali da compagnia. ●

Birthdays are celebrated for pets and acquaintances ask not only after children but also after family pets. The trend of humanisation of pets is expected to spread further, with pet owners becoming more interested in understanding their pets and meeting their needs, including their dietary habits, and nutritional and entertainment needs.

DELAYED PARENTHOOD. Delayed parenthood is a much underestimated but a potent contributing factor to the growth of the industry. Every year, hundreds of young married couples without children adopt pets as a means to simulating family life before they have children. These couples, mostly in their early to mid-30s, typically tend to be from major cities and fall under the middle to upper middle class segment.

Whereas 10 years ago, the average age for marriage in the Indian community was 24 years for girls and 28 for men, nowadays, due to career and educational aspirations, people are putting off marriage for later. As a result, urban, career-minded couples are putting off parenthood for their mid to late 30s because they either marry late or want to first secure themselves financially before starting a family. However, these couples find adopting pets the next best thing to having children in the interim.

Further, the fact that the conventional Indian joint family system is fast becoming defunct, especially in metropolitan cities, aids increased instances of pet adoption amongst couples without children, as many of them miss the hustle bustle of family life. Also, nuclear families provide freedom to young couples to do as they please without hurting the sentiments of an elder who may not like or tolerate pets.

L'agenzia Goldman Sachs ha previsto che "tra il 2007 e il 2020 il prodotto interno lordo (PIL) pro capite dell'India in dollari statunitensi quadruplicherà".

"Studiare le connessioni tra i disturbi più comuni che affliggono gli animali domestici e la loro alimentazione è stato da sempre il nostro obiettivo."

Sergio Canello

Dott. Sergio Canello
Medico veterinario

Fondatore di SANYpet spa, esperto in medicina naturale e patologie legate all'alimentazione

5 Mosse per ripristinare la salute:



✓ Eliminare ciò che di dannoso è presente negli alimenti

Gli inquinanti sono onnipresenti, ma uno di questi (un metabolita di una classe di antibiotici) 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.**

Scoprite su:

www.forza10.com



Una storia, una vita

50 anni di attività festeggiati con i dipendenti:

una conferma di come un'azienda può avere particolarmente a cuore l'aspetto umano

MONGE

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

Insieme al fondatore sono stati premiati anche alcuni dipendenti che hanno fatto parte della grande avventura: la storia della Monge, una cinquantennale storia di successi dell'azienda che la famiglia Monge ha voluto festeggiare in grande stile il 28 e il 29 giugno scorsi assieme a chi, con lei, è stato protagonista.

EMOZIONI IN SCENA. Le premiazioni si sono svolte durante la serata di gala con 530 invitati ospitati in una suggestiva scenografia all'interno dello stabilimento di Monasterolo, dove un padiglione era stato allestito per l'occasione e personalizzato con migliaia di lattine vuote che, per una volta, si può proprio dire abbiano vissuto di luce propria.

Presente tutta la forza vendita e, ovviamente, i clienti e personaggi di spicco, la serata è stata ricca di colpi di scena e ha visto la presenza di Paolo Cevoli, che ha improvvisato un breve pezzo scherzando a lungo con Baldassarre Monge e con gli altri componenti della famiglia. Carlo Truzzi, il grande professionista delle ombre cinesi reduce da successi raccolti un po' ovunque, ha divertito i presenti con il suo originale show. Ma il momento clou è stato indubbiamente quello delle premiazioni: un emozionatissimo Baldassarre Monge ha ricevuto l'omaggio di tutti i suoi dipendenti e la stessa azienda ha premiato sette dipendenti "eccellenti" in ruoli diversi, scelti con un metodo un po' speciale, una sorta di mini referendum, interno allo stesso personale, che ha fatto emergere i più meritevoli per anzianità, per contribuzione alla crescita azienda o per disponibilità.

Gran finale con la Kappaò Band che ha suonato dal vivo brani di musica internazionale con i dipendenti a dimostrare, se ancora ce ne fosse stato bisogno, il desiderio e la voglia di divertirsi insieme, vera forza di questa azienda e ulteriore riprova che Monge ha particolarmente a cuore il rapporto umano e non solo il business.

UNA SCOMMESSA PER IL FUTURO. La giornata del 28 giugno era già stata densa di eventi, con l'inaugurazione del nuovo stabilimento dry food di Monasterolo di Savi-

Il momento più emozionante è stato sicuramente quando il capostipite, Baldassarre Monge, è stato premiato dai suoi dipendenti: ci sono stati anche attimi di commozione sul volto di chi ha ripercorso in pochi istanti tanti momenti in cui la storia delle vicende aziendali si è intrecciata con la vita dei singoli.

ANNIVERSARY

One story, one life

50 years in the petfood industry celebrated with the employees: a company that cares for the human issues

The most moving moment was when the founder, Baldassarre Monge, was awarded by his employees: the faces of the people that remembered the many occasions in which the company's history crossed their own mirrored deep emotion.

Together with the founder, also some employees were awarded for their contribution to Monge's great journey - fifty years of success that the Monge family celebrated on the 28th and 29th June together with the people that made the company so great.

FEELINGS ON STAGE. The award ceremony took place during the gala evening with 530 people welcomed in a charming area created in the manufacturing plant of Monasterolo and surrounded by thousands of empty cans that shined on their own for that occasion.

All the sales team was there and, of course, the best customers and authorities; the night was rich in surprises and was by the stand-up comedian Paolo Cevoli, who amused the audience joking with Baldassarre Monge and the other family members. Carlo Truzzi, the popular artist of hand shadow play, entertained the audience with an involving show.

The highlight was undoubtedly the award ceremony: the deeply touched Baldassarre Monge received the award from his employees whereas the company rewarded seven "excellent" employees selected with a quite special method, a sort of poll among the Monge team, which voted the most deserving ones for the length of their service, the contribution to the company's development and support.

Grand finale with the Kappaò Band, who played popular international hits together with several Monge employees to stress, once again, the desire and will to stay together - this is the real strength of the company: Monge cares for human bonds, too, and not only business.

MONGE

1963
2013 50



DA SINISTRA: ON. MINO TARICCO, EX ASSESSORE ALL'AGRICOLTURA DELLA REGIONE PIEMONTE; BALDASSARRE MONGE, PRESIDENTE; GIORGIO BERGESIO, PRESIDENTE CONSIGLIO PROVINCIALE; ROBERTO COTA, PRESIDENTE DELLA REGIONE PIEMONTE; DOMENICO MONGE, AMMINISTRATORE DELEGATO; EMMA BORETTO IN MONGE; CLAUDIA PORCHETTO, ASSESSORE AL LAVORO REGIONE PIEMONTE; MARCO CAVAGLIA, SINDACO DI MONASTEROLO DI SAVIGLIANO; FRANCA MONGE, DIRETTORE ACQUISTI; SERGIO SOAVE, SINDACO DI SAVIGLIANO; FRANCO BIRAGHI, PRESIDENTE DELLA CONFINDUSTRIA DI CUNEO; ALESSANDRA MONGE, DIRETTORE FINANZIARIO

FROM LEFT: ON. MINO TARICCO, FORMER DIRECTOR OF AGRICULTURE OF THE REGION PIEMONTE; BALDASSARRE MONGE, PRESIDENT; GIORGIO BERGESIO, PRESIDENT OF THE CITY COUNCIL; ROBERTO COTA, PRESIDENT OF THE REGION PIEMONTE; DOMENICO MONGE, MANAGING DIRECTOR; EMMA BORETTO IN MONGE; CLAUDIA PORCHETTO, DIRECTOR OF LABOR OF THE REGION PIEMONTE; MARCO CAVAGLIA, MAYOR OF MONASTEROLO DI SAVIGLIANO; FRANCA MONGE, PURCHASING MANAGER; SERGIO SOAVE, MAYOR OF SAVIGLIANO; FRANCO BIRAGHI, PRESIDENT OF CONFINDUSTRIA (CONFEDERATION OF ITALIAN INDUSTRIES) OF CUNEO; ALESSANDRA MONGE, CHIEF FINANCIAL OFFICER



gliano. Lo stabilimento rende possibile il sogno della famiglia Monge: diventare la più importante azienda italiana del petfood nel nostro Paese, creando nuovi posti di lavoro e investendo in una scommessa per il futuro dell'Italia. Molte le personalità presenti all'inaugurazione, fra cui anche Roberto Cota, Presidente Regione Piemonte; Gianna Gancia, Presidente della Provincia di Cuneo; Claudia Porchietto, Assessore al Lavoro Regione Piemonte; Sergio Soave, Sindaco di Savigliano; Marco Cavaglià, Sindaco di Monasterolo di Savigliano; Mino Taricco, Deputato alla Camera ed ex assessore all'Agricoltura della Regione Piemonte; Paolo Demarchi, Assessore provinciale all'Agricoltura; Franco Biraghi, Presidente della Confindustria di Cuneo; Federico Gregorio, Consigliere regionale e Giorgio Bergesio, Presidente Consiglio provinciale.

Durante la giornata lo stabilimento è stato visitato da numerosi clienti nazionali e internazionali che hanno avuto modo di rendersi conto dell'importanza del nuovo sito produttivo e delle sue enormi potenzialità. A questo evento non poteva mancare *Vimax Magazine*: siamo rimasti particolarmente colpiti dal tour guidato del nuovo stabilimento, che avevamo già visitato mentre era in costruzione e che ora abbiamo potuto vedere in piena attività.

ALL'AVANGUARDIA IN EUROPA. Il nuovo impianto si affianca alla precedente sede produttiva di alimenti umidi, anch'essa di modernissima concezione, inaugurata nel 2004 e in grado di produrre autonomamente le latine che utilizza, caso unico in Europa.

Lo stabilimento è il più grande d'Italia e uno dei più moderni per la produzione del petfood secco in Europa, con una capacità produttiva oltre 120.000 tonnellate. Le sue caratteristiche sono avanzatissime:

- quattro linee di confezionamento altamente automatizzate, in grado di produrre dalle piccole buste da 50 g fino ai grandi sacchi da 20 kg;
- due estrusori con diversa tecnologia per prodotti superpremium di altissima qualità e per produzione standard ed economy;
- tecnologia ai massimi livelli garantita da Wenger e Bühler, il top nel settore molitorio e mangimistico a livello mondiale;
- il nuovo laboratorio di analisi, controllo qualità e sviluppo prodotti, con apparecchiature modernissime e di ultima generazione in grado di competere per tecnologia e know-how con i più importanti centri di ricerca sull'alimentazione per animali da compagnia a livello europeo;
- 21 bocche di carico per smaltire velocemente e in contemporanea il più alto numero di consegne possibili.

Insomma: una tecnologia che segnerà una svolta nella strategia commerciale di Monge nei prossimi anni.

A BET FOR THE FUTURE. The 28th June was a day rich in events as it was also the inauguration of the new dry food manufacturing plant in Monasterolo di Savigliano. The plant is the fulfilment of the Monge's goal: to become the most important petfood manufacturer in Italy, create new jobs and aim at a new challenge for the future in Italy. Many were the personalities that took part in the event, such as Roberto Cota, President of the Region Piedmont; Gianna Gancia, President of the Province Cuneo, Claudia Porchietto, Director of Labor of the Region Piedmont; Sergio Soave, Mayor of Savigliano; Marco Cavaglià, Mayor of Monasterolo di Savigliano; Mino Taricco, member of the Chamber and former Director of Agriculture of the Region Piedmont; Paolo Demarchi, Director of Agriculture of the province; Franco Biraghi, President of Confindustria (the Confederation of Italian Industries) of Cuneo; Federico Gregorio, Regional Councillor and Giorgio Bergesio, President of the City Council.

The manufacturing plant was visited by several domestic and international customers that had the chance to witness the importance of the new facility and its huge potential. *Vimax Magazine* was of course invited to the celebrations: we were very stunned by the guided tour of the new plant, which we had already visited when it was under construction and now could admire in full swing.

ON THE VAN IN EUROPE. The new plant is added to the already existing for moist food, which was inaugurated in 2004 and is able to produce even the cans - a unique case in Europe.

It is the largest unit in Italy and one of the most modern facilities producing dry petfood in Europe, with a capacity of over 120,000 tons. Its features are extremely advanced:

- four highly automated packing lines - from small bags of 50g to 20kg sacks;
 - two extruders with different technologies for top quality superpremium products as well as for standard and economy formulas;
 - top level technology guaranteed by Wenger and Bühler, the best in the milling and feed industry worldwide;
 - the new test lab, quality control and product development departments, with very modern facilities that compete with the most advanced research centres in pet nutrition in Europe;
 - 21 charging doors to serve the highest number of orders as quickly as possible and at the same time.
- In short: a technology that will mark a turning point in Monge's future business strategy.

TOWARDS NEW GOALS. Celebrations for Monge's 50th anniversary went on the 29th June with a convention that involved the company's business department - more than 130 people from Italy and also abroad. After a short speech by Domenico Monge, the MD, Luciano Fassa, GD, welcomed the audience and reported about the figures and perspectives of the petfood industry, in which Monge is gaining a primary role.



VERSO NUOVI TRAGUARDI. Le celebrazioni per i 50 anni della Monge sono proseguite il giorno successivo, sabato 29 giugno, con una convention a cui ha partecipato tutto il settore commerciale dell'azienda, oltre 130 persone arrivate dall'Italia e dall'estero. Il congresso si è svolto nella cornice della Crusà Neira di Savigliano, chiesa sconsacrata salita agli onori della cronaca per un'opera di restauro pressoché unica in Italia. Dopo un breve saluto di Domenico Monge, Amministratore Delegato dell'azienda, è stato Luciano Fassa, Direttore Generale, a fare gli



onori di casa e a raccontare a tutta la forza vendita, numeri e prospettive del mercato del petfood, scenario nel quale Monge ha sempre di più l'intenzione di ritagliarsi un ruolo di player di massimo livello, superando quanto di eccezionale già fatto fino a ora.

Luciano Fassa ha anche anticipato due importanti iniziative: il ritorno pubblicitario sui canali Mediaset con 18 telepromozioni nell'ambito di "Sistema Gerry", lo spazio con Gerry Scotti su Canale 5 e Italia 1, un'operazione promozionale che ha ottenuto grandi ascolti e che consentirà a Monge di aumentare la propria notorietà presso il pubblico dei consumatori, oltre che di presentarsi al trade con un'arma di grande incisività. Importantissima anche la seconda iniziativa annunciata, cioè la presentazione del nuovo prodotto *Gemon* in crocchette per cani e gatti che sarà disponibile da settembre.

La presentazione è stata accompagnata da diversi contributi filmati studiati ad hoc per l'occasione e ha visto la partecipazione del professor Micio Labradori (alias Paolo Cevoli) che ha tenuto una divertentissima lezione di economia e marketing spiegando l'approccio alla clientela. In che modo? Raccontando la sua lunga e luminosa esperienza nella Pensione Cinzia, "complesso alberghiero" in Romagna di proprietà della sua famiglia, vero fiore all'occhiello del turismo della costa adriatica.

La conclusione è ancora una volta toccata a Luciano Fassa che ha ringraziato e salutato tutti, nella speranza di rivedersi presto per festeggiare nuovi e importanti traguardi.

Luciano Fassa also presented two important actions: the advertising return on the Mediaset TV network, which will ensure higher visibility and support retail sales, as well as the launch of the new dry *Gemon* food for dogs and cats, which will be marketed in September.

The speech was supported by videos and the performance of professor Micio Labradori (the stand-up comedian Paolo Cevoli), who held a hilarious lesson in economy and marketing.

IN 65 COUNTRIES. The 50th anniversary and the inauguration of the new dry food manufacturing plant are the natural point of arrival for Monge, which presents itself as the only Italian manufacturer able to supply any kind of food for dogs and cats that takes care of all manufacturing steps: from R&D to production, packaging and distribution.

Selling its products in 65 countries around the world, Monge was able to catch the chances of a fast growing market by foreseeing the great potential before others; this allowed them to play an increasingly primary role along with the multinational groups. In 2012 Monge grew by 9% compared to the previous year.

The company develops 100% natural recipes; the meats used are mostly Italian and coming from local certified suppliers. The formulas are free from added colours, preservatives and sugars, they are baked and rigorously cruelty free.

Monge is a precious example for the industry: even in hard times such the present, there are companies that can boast of successful histories and look ahead with optimism and an enlightened attitude.



IN 65 PAESI DEL MONDO. I 50 anni della Monge e l'inaugurazione del nuovo stabilimento dry food sono il naturale punto d'arrivo per un'azienda che si propone come unica realtà produttiva italiana in grado di presidiare tutte le aree che compongono il mercato petfood per cani e gatti, realizzando autonomamente i propri prodotti in tutti i passaggi della filiera: analisi e progettazione, produzione, packaging e distribuzione.

Presente con i suoi prodotti in 65 Paesi nel mondo, Monge ha saputo cogliere le opportunità di un mercato costantemente in crescita fino allo scorso anno, intuendone prima di altri le potenzialità anche in Italia e ritagliandosi un ruolo di primissimo piano accanto alle grandi multinazionali e il risultato è che oggi Monge è in crescita, confermato da + 9% del 2012 rispetto all'anno precedente.

La mission dell'azienda è fortemente improntata al made in Italy e al know-how acquisito, con lo sviluppo di ricette 100% naturali, prodotte con carni prevalentemente italiane a km zero, provenienti da fornitori certificati. Le formulazioni sono senza coloranti, conservanti e zuccheri aggiunti, con il plus della cottura al forno e rigorosamente cruelty free, ossia non testate su animali.

È una testimonianza importante per l'Italia: anche in tempi difficili come quelli che sta vivendo il nostro Paese, ci sono realtà imprenditoriali capaci di raccontare una storia di successi con uno sguardo positivo, e illuminato, rivolto al futuro. (M.O.) ●

dal mondo

WORLD NEWS



USA - CURA E PROTEGGE

Pet King Brands. Con gli enzimi antibatterici che si trovano naturalmente nella saliva, la linea di prodotti *Oratene®* Veterinarian Enzymatic Oral Care Products cura il cavo orale per ricreare la naturale protezione che fornisce proprietà antibatteriche e curative. Ideale per l'uso quotidiano in cani, gatti sia cuccioli che adulti soprattutto in particolari condizioni di salute come invecchiamento, diabete, disfunzioni della tiroide. www.petkingbrands.com

USA - CARE AND PROTECTION

Pet King Brands. Thanks to antibacterial enzymes naturally present in saliva, the line *Oratene®* Veterinarian Enzymatic Oral Care Products treats the oral cavity to restore the natural oral protection providing antibacterial and treating properties. It is suited for daily use in cats, dogs, kittens and puppies, especially in particular health conditions such as: ageing, diabetes, thyroid dysfunction. www.petkingbrands.com



USA - MORBIDI E NATURALI

Nootie. *YumZies* sono gli appetitosi snack grain free, tutti naturali, morbidi e umidi. In quattro gusti diversi: *Hickory Bacon*, *BBQ Chicken*, *Peanut Butter* e *Cheese*. Sono tutti prodotti con ingredienti sani e genuini con carne di pollo come primo ingrediente e ricchi di omega 3 e 6 e di acidi grassi. www.nootie.com



USA - SOFT AND NATURAL

Nootie. *YumZies* are the tasty grain-free snacks: they are natural, soft and moist. Four different flavours are available: *Hickory Bacon*, *BBQ Chicken*, *Peanut Butter* e *Cheese*. They are made of healthy and genuine ingredients, with chicken as first ingredients. Moreover, they are rich in omega 3 and 6 and fatty acids. www.nootie.com



USA - MORSO DOPO MORSO

Mammoth. I cani adorano rincorrere e mordicchiare le gomme delle automobili. Ecco quindi che *TireBiter®* è il gioco ideale per lasciare che il nostro amico quattrozampe si sfoghi a più non posso a mordere e rosicchiare senza alcun danno per i veri pneumatici. Realizzato in gomma naturale con due strati di nylon, *TireBiter®* è adatto per tutte le razze e taglie come tutti i giochi Mammoth e si presta alla funzione di divertimento interattivo, ma non solo; stimola anche l'animale a muoversi e a fare esercizio ed è un valido aiuto nei comportamenti tipici da ansia e da separazione. www.mammothpet.com



USA - BITE AFTER BITE

Mammoth. Dogs like chasing and biting the tyres of cars. *TireBiter®* is the perfect toy to let pets bite and gnaw without damaging real tyres. *TireBiter®* is made of natural rubber and two layers of nylon: it is suited for all breeds and sizes, just like all Mammoth toys. It is not only an interactive toy: it also stimulates the pet's exercise and it is the useful support in case of typical anxious behaviours. www.mammothpet.com



CA - LA SFIDA ALLE CAPACITÀ MENTALI

Hagen. L'esercizio fisico e la stimolazione mentale sono importanti per il benessere del cane e giocare con *Dogit® Mind Games* sviluppa il naturale istinto della caccia in un'esperienza coinvolgente che sfida le sue capacità fisiche e mentali. Tre giochi in uno, ciascuno progettato per incoraggiare la capacità di risoluzione dei problemi, promuovendo al contempo il rapporto con il padrone. www.hagen.com

CA - CHALLENGE THE PET'S MIND SKILLS

Hagen. Physical exercise and mind stimulation are important for the well-being of dogs. Playing with *Dogit® Mind Games* stimulates the pet's natural hunting instinct, for an emotional experience involving the dog's mental and physical skills. Three games in one: each of them supports the pet's skills of problem solving, supporting the relation with owner as well. www.hagen.com



UK - PER VERI URBAN PETS

Max & Molly. Davvero originale la pettorina con il disegno del murales. Un omaggio all'arte moderna, in voga fra i giovani, rivisitata per gli amici quattro zampe, la linea *Graffiti* nelle varianti 1 e 2 e in vari colori offre un colpo d'occhio che tutti gli urban pets vorranno indossare. Disponibili anche nel coordinato con guinzaglio e collare. www.max-molly.com

UK - FOR REAL URBAN PETS

Max & Molly. The harness with murales picture is extremely original. It is a tribute to modern art, loved by young people, rearranged for pets. *Graffiti* line offers 1 and 2 versions, plus different colours: it is the necessary product for all urban pets. The harness is also available with matching leash and collar. www.max-molly.com





Alimenta il tuo cane con l'autentico gusto italiano!

Natural TRAINER[®]

SUPERPREMIUM

con **Prosciutto Crudo**, Riso e Pappa Reale

- 😊 100% benessere garantito
- 😊 100% Made in Italy
- 😊 100% ingrediente a km 0*
- 😊 100% Cruelty-free



**Nuovo
Gusto!**



www.facebook.com/novafoods

Esclusiva ricetta per cani adulti realizzata con **prosciutto crudo 100% italiano**: un alimento alternativo di facile digeribilità e dalle caratteristiche organolettiche eccellenti. Trainer[®] Natural sceglie il prosciutto crudo come pregiata materia prima simbolo e garanzia di autenticità e tradizione del miglior Made in Italy. *Prosciutto crudo: ingrediente a "km 0", per un miglior rispetto dell'ambiente e per valorizzare la produzione italiana.

www.novafoods.it

Family day

Un bel traguardo: festeggiare con i dipendenti 50 anni di attività vissuti all'insegna della conduzione familiare

Con una conferenza a cui hanno assistito oltre 500 persone, Bewital ha dato il via ai festeggiamenti per i suoi 50 di attività: l'azienda tedesca è stata infatti fondata nel 1963 da Bernhard Wigger e, da quel giorno, è iniziata una lunga storia di qualità che dura ancora oggi.

Partner, amici e clienti sono stati riuniti per celebrare questo importante anniversario; la festa, durata due giorni è stata aperta, dalla conferenza con diversi relatori, tra i quali il professor Cor Molenaar (RSM Erasmus Universiteit di Rotterdam)

che ha parlato di "Opportunità e rischi della distribuzione basata sui modelli internet".

La serata è poi proseguita con una cena di gala, mentre il giorno successivo, i dipendenti e le loro famiglie (complessivamente più di 700 ospiti) sono stati invitati a un *family day* con intrattenimenti e visite all'impianto di produzione.

LA TRADIZIONE CONTINUA. L'attenzione alla famiglia è un fattore fondamentale per Bewital. "Nonostante la nostra crescita", ha dichiarato il dottor Jürgen Wigger, managing director, "per noi è molto importante mantenere il carattere familiare. Se c'è qualcosa da discutere, ci sediamo insieme per trovare una soluzione".

Ancora oggi Bewital, che impiega quasi 350 dipendenti, ha conservato la caratteristica della gestione familiare che vede impegnati nonno, nonna, figli e nipoti. Il fondatore Bernhard Wigger via via a partire dal 1995 ha trasferito la gestione dell'azienda all'attuale managing director Jürgen Wigger e, nel 2001, la proprietà ai figli Ulrike Petershagen e Jürgen Wigger.

BEWITAL petfood

BEWITAL PETFOOD GmbH & Co. KG
tel. +49/28625810, fax +49/28625819964
www.bewital-petfood.de, www.belcando.it
info@bewital.de

ANNIVERSARY

Family day

A great goal: celebrating 50 years in the petfood industry with the company's team

Bewital celebrated 50 years in the petfood industry starting with a conference for 500 professionals. The German family-run company was built in 1963 by Bernhard Wigger and, since that day, the long history of quality goes on.

Partners, friends and customers gathered to celebrate for two days this important anniversary: they participated in the conference that involved keynotes by several designated experts, like Prof. Dr. Cor Molenaar (RSM Erasmus Universiteit in Rotterdam) who spoke about "Opportunities and risks of Internet based distribution models".

In the evening, business partners met for a gala dinner. The day after employees and their families were invited (altogether more than 700 guests) for a family day with entertainment and tours of the production plant.

TRADITION GOES ON. The focus on family was an intended one. "Despite of our growth", said Dr. Jürgen Wigger, managing director of Bewital, "it is of great importance to us to keep the character of a family business. If there is something to discuss we sit together and find a solution." Still today Bewital, that employs nearly 350 people, is a family-run company that involves grandfather, grandmother, children and grandchildren. The founder, Bernhard Wigger, transferred the management of the company step by step to the current managing director Dr. Jürgen Wigger. The ownership of the company was transferred to his children Ulrike Petershagen and Dr. Jürgen Wigger in 2001.

A QUALITY HISTORY. Bewital has a long tradition of quality. Son of a farmer, Bernhard Wigger had focused his activity on livestock trade but later decided to manufacture his own feed for rearing young animals.

The company started to grow quickly and Bewital soon became a specialist for milk replacer for foals, lambs, calves, kid goats, and puppies.

Starting to produce pet food was the next step: in 1985 the company developed *Bewi Dog*® and *Bewi Cat*®. Particularly among canine breeders and sports enthusiasts word rapidly spread that the dog food ensured optimal health conditions.

Beginning in 1996, sales through specialist dealers then supported the launch of the superpremium brands *Belcando*® (for dogs) and *Leonardo*® (for cats). Today specialist pet shops are the primary sales channel for Bewital pet food, which includes also the special supplements *aniVital*®.



LA FAMIGLIA WIGGER APPLAUDE IL FONDATORE DI BEWITAL
BERNHARD WIGGER (2° DA DESTRA)

THE WIGGER FAMILY APPLAUDS COMPANY FOUNDER
BERNHARD WIGGER (2ND FROM RIGHT)

UNA STORIA DI QUALITÀ. La storia di Bewital si fonda da sempre sulla qualità. Figlio di un contadino, Bernhard Wigger aveva focalizzato la sua attività sul commercio del bestiame, ma ben presto decise di produrre mangimi per animali in fase di sviluppo.

L'azienda iniziò a espandersi rapidamente e Bewital divenne in breve tempo specialista nella produzione di latte artificiale per puledri, agnelli, vitelli, caprette e cuccioli.

Di lì alla produzione di alimenti per animali familiari il passo è stato breve: nel 1985 ha iniziato a produrre cibo per cani e gatti con i marchi

Bewi Dog® e *Bewi Cat*®, rivolgendosi in particolare agli allevatori e ai proprietari di cani che praticano sport che sono da sempre attenti alla ricerca di prodotti che garantiscano una salute ottimale e una perfetta condizione fisica. A partire dal 1996, le vendite sono state incanalate attraverso rivenditori specializzati con il lancio della gamma superpremium *Belcando*® (per cani) e *Leonardo*® (per gatti).

Oggi i petshop costituiscono il principale canale di vendita per Bewital, che ha in catalogo anche speciali integratori (*aniVital*®). (D.F.) ●



TOUR DELL'IMPIANTO PRODUTTIVO DURANTE IL FAMILY DAY
TOURS OF THE PRODUCTION FACILITIES DURING THE FAMILY DAY



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**

Strategia vincente

Un nuovo distributore italiano per l'azienda tedesca che realizza alimenti specifici

Un nuovo marchio si aggiunge al ricco e prestigioso catalogo che MennutiGroup offre ai suoi clienti. La novità è stata presentata ai venditori nel corso della convention annuale che si è svolta all'Hotel Da Vinci ai primi di luglio: l'importante accordo concluso con la tedesca Bunny che permette a MennutiGroup di diventarne il distributore esclusivo per il mercato italiano dal 1 gennaio 2014. Già da settembre, però, MennutiGroup è in grado di fornire ai nuovi clienti i prestigiosi prodotti *Bunny Nature*, mentre i rivenditori che già commercializzano i

MennutiGroup

MENNUTIGROUP SRL
tel. 0571581661, fax 0571580016
www.mennutigroup.it, info@mennutigroup.it

prodotti *Bunny* continueranno a essere serviti, per ragioni contrattuali, dal precedente distributore fino al 31 dicembre 2013.



UN PO' DI NATURA. Bunny, nata 25 anni fa come piccola azienda di famiglia, ha da sempre realizzato attività di ricerca e sviluppo con l'obiettivo di creare mangimi superpremium appropriati alle specifiche esigenze di ogni roditore, senza compromessi in termini di qualità dei prodotti e dei componenti.

I roditori hanno infatti necessità particolari e un sistema digestivo molto delicato, quindi è fondamentale che il loro cibo sia perfettamente bilanciato nel rispetto delle necessità di ogni singola razza per garantire loro una vita sana e piena di energia. La filosofia dell'azienda parte dal presupposto che, ai piccoli animali ormai costretti a vivere prevalentemente in città, è necessario offrire un po' di "natura"

attraverso una giusta e corretta alimentazione, reperendo le materie prime migliori solamente in ambienti incontaminati e lontani dalle aree fortemente antropizzate. Pertanto le materie prime utilizzate, specifiche per ogni razza, sono quelle che l'animale troverebbe in natura nel suo habitat.



PARTECIPANTI ALLA CONVENTION ANNUALE MENNUTIGROUP, SVOLTASI ALL'HOTEL DA VINCI NEI PRIMI DI LUGLIO
ATTENDEES TO THE ANNUAL MENNUTIGROUP CONVENTION, HELD AT HOTEL DA VINCI IN JULY



CONIGLI, CINCILLÀ & C. Per quanto riguarda conigli, porcellini d'india e cincillà, particolare attenzione viene posta al rapporto fibre grezze-amido, calcio-fosforo e alla varietà delle piante utilizzate, di ben 42 specie diverse. Inoltre, la forma dell'alimento è stata scelta con cura in modo da evitare un consumo selettivo del prodotto e favorire la normale usura dei denti per impedirne una crescita incontrollata: è noto, infatti, che i denti di questi simpatici roditori continuano a crescere tutta la vita al ritmo di 1 cm al mese.

Bunny realizza quindi alimenti specifici (foto 1) perfettamente bilanciati e diversi in base alla razza e all'età dell'animale, in varie pezzature.

DAI DEGU AI RATTI. Anche per tutti gli altri piccoli amici (degu, criceti, criceti nani, gerbilli, topolini da compagnia e ratti)

Bunny realizza mangimi specifici alle loro esigenze (foto 2) selezionando con particolare cura il mix di piante, la frutta e le eventuali proteine animali mediante larve della farina.



Caratteristica di tutti questi prodotti è l'utilizzo, per ogni specie, delle sole piante provenienti dall'habitat naturale dell'animale, per ricreare un'alimentazione identica a quella che troverebbero se vivessero liberi.

Inoltre Bunny propone anche nove diverse tipologie di fieni della Baviera (foto 3) realizzati mediante una straordinaria varietà di piante e fiori provenienti solamente da prati non trattati: la loro caratteristica è un gusto molto vario ottenuto grazie alla selezione solamente degli steli più croccanti e lunghi, controllati a mano e arricchiti con fiori, piante, frutta o larve della farina.



3

Infine, sono presenti nella gamma anche snack (foto 4) e biscotti naturali (foto 5) per le varie razze oltre a lettieri in paglia o in lino (foto 6).

PARTNER DI RIFERIMENTO. Per presentare i nuovi prodotti, la rete commerciale di MennutiGroup, composta da 24 agenti

SMALL MAMMALS

Winning strategy

New Italian distributor for the German company specialized in specific food

A new brand is part of the broad catalogue offered by MennutiGroup. The new brand has been presented during the annual convention held at Hotel Da Vinci at the beginning of July. Following an important agreement with German company Bunny, MennutiGroup will be the exclusive distributor in Italy starting from January 2014. MennutiGroup can already provide customers with *Bunny Nature* products since September, while dealers that already sell *Bunny* products will still be supplied by the previous distributor until 31st December 2013.

A LITTLE BIT OF NATURE. Bunny was born 25 years ago as family-run business. The company focused on the development of super premium food suited for the specific needs of every rodent, without compromise as far as product quality and ingredients are concerned. Rodents have special needs and a delicate digestive system: it is fundamental that their food is perfectly balanced, respecting the needs of every breed, in order to guarantee a healthy and active life. According to the company philosophy, small animals living mainly in towns must be offered "a little bit of nature" through the correct nutrition: only the best ingredients, coming from uncontaminated areas far from strongly anthropized regions. Raw ingredients used, specific for each breed, are the same pets would find in their natural habitat.

RABBITS, CHINCHILLA & C. As far as rabbits, guinea pigs and chinchillas are concerned, special attention must be paid to balance raw fibres and starch, calcium and phosphorus as well as the variety of plants used: 42 different species.

Moreover, the shape of the kibble has been carefully chosen, in order to avoid choosy consumption and to support the correct teeth use, which prevents uncontrolled growth. The teeth of these rodents continue growing for their whole life, 1 cm every month.

Bunny offers specific and balanced food (picture 1) according to breed and age of the pet, in different sizes.

FROM DEGUS TO RATS. *Bunny* develops specific food (picture 2) for other small rodents as well (degu, hamster, dwarf hamster, gerbils, mice and rats). The company attentively selects the mix of plants, fruit and eventual animal proteins through mealworms.

These products contain plants from the natural habitat of each species, in order to reproduce the same nutrition they would have followed were they living free. *Bunny* also offers nine types of hay from Bavaria (picture 3), featuring a broad variety of plants and hay from untreated fields. Only long and crispy stems have been selected, hand-controlled and supplemented with flowers, fruit or mealworms.

The range also includes snacks (picture 4) and natural biscuits (picture 5) for all breeds, besides litter made of straw and linen (picture 6).

PARTNER OF REFERENCE. In order to present the new products, MennutiGroup sales network (24 representative and 1 national sales manager) is at disposal of retailers. The aim is to set a super premium corner for rodents in every specialized shops: there is plenty of areas with products for cats and dogs, but not for rodents.

This might become a point of attraction for old and new customers, increasing profits.

MennutiGroup is Hunter national distributor. Thanks to the agreement with Bunny, it has become the point of reference for retailers that prefer a unique supplier for the best international products and aim at differentiating the range from large-scale retail trade.



4

e da un sales manager nazionale, è a disposizione di ogni punto vendita: l'idea è quella di aiutare a creare all'interno del petshop un reparto superpremium per i roditori, un angolo ormai comune per cani e gatti, ma pressoché assente nel campo dei piccoli animali.

Ecco, quindi, che può diventare un elemento di specializzazione e di forte richiamo per attrarre e fidelizzare nuovi e vecchi clienti sviluppando ulteriori fatturati.

Già distributore nazionale di Hunter, grazie al recente accordo con Bunny ora MennutiGroup è diventato il partner di riferimento per tutti quei rivenditori che vogliono da un unico fornitore i migliori e più prestigiosi prodotti internazionali e desiderano differenziare la loro proposta da quella generica della grande distribuzione. (M.E.) ●



5



6



I conigli a pelo lungo

Sono sempre di più le razze e le varietà di conigli ornamentali a pelo lungo che affollano il mondo dei pet, e ognuna differisce dalle altre per qualche peculiarità che la rende unica. Il pelo lungo, del resto, è una caratteristica apprezzata in tanti animali da

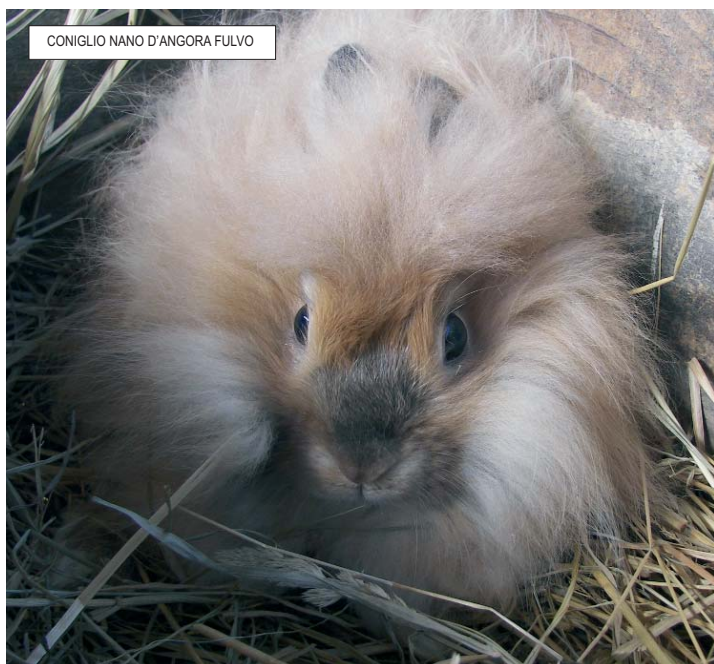
compagnia come gatto, cane, cavia e criceto. Diverse razze di conigli possono avere il manto formato da pelo più lungo e, fra i pet, il più diffuso è sicuramente il nano d'angora, che deriva direttamente da conigli di razze nane e dal coniglio d'angora "classico": la lunghezza del pelo della giarra (i peli più lunghi) degli angora nani e degli angora standard non è paragonabile, perché i nani la possiedono molto più corta, intorno ai 16-20 cm contro i 40 cm del fratello maggiore.

IL NANO D'ANGORA. Il manto dei conigli nani d'angora può essere di svariati colori e, data la lunghezza dei ciuffi, può assumere sfumature e riflessi molto particolari: tra i colori più apprezzati ricordiamo il fulvo, il cioccolato, il grigio, il nero e il siamese. Il peso di questo coniglietto oscilla tra 1 e 1,7 kg, inteso non come standard di razza, ma come peso medio

dei soggetti commercializzati come pet. La sua origine è legata a incroci con la razza dei nani colorati, dalla quale si è partiti con lo scopo di poter rimpicciolire i soggetti, ibridandoli logicamente con conigli a pelo d'angora. Oltre ai nani d'angora vi sono diverse altre razze caratterizzate da un pelo particolarmente lungo: scopriamo insieme qualcosa di loro e le rispettive differenze con il nano d'angora.

VOLPE. Razza con standard ANCI (Associazione Nazionale Coniglicoltori Italiani), non molto diffusa come pet, ma in costante aumento. La sua creazione deriva da incroci in cui è stata utilizzata anche le razze Avana e Cincillà. La giarra è mediamente più corta dell'angora nano e di conseguenza più corta dell'angora standard: questa non è comunque l'unica differenza, infatti anche sulle orecchie il pelo è decisamente più corto e non presenta ciuffi. Il profilo molto elegante rende la razza apprezzata in diversi Paesi, fra cui spicca la Svizzera. Non esiste una variante nana e il peso degli adulti si aggira intorno ai 3 kg.

AMERICAN FUZZY-LOP. Razza impropriamente nota anche come "ariete d'angora", ma in realtà la consi-



CONIGLIO NANO D'ANGORA FULVO

stenza e la composizione del manto sono radicalmente diversi; l'american fuzzy-lop è dotato di peli della giarra lunghi circa 6 cm e compatti, molto folti e al tatto duri tanto da somigliare a cartapesta. Come suggerisce il nome ha origini americane (precisamente statunitensi) e, per quanto non sia noto il percorso che ha portato alla stabilizzazione dei caratteri principali, l'angora non è stato utilizzato come invece molti credono. In Italia è la razza che fa registrare il maggior aumento di richiesta fra i conigli pet, ma purtroppo questa sua improvvisa espansione ha fatto sì che tanti allevatori e commercianti non scrupolosi spaccino per american fuzzy-lop degli incroci fra conigli angora e conigli ariete. Non ha attualmente uno standard ANCI.

Molteplici le differenze con l'angora nano; la più evidente è chiaramente l'atteggiamento cadente delle orecchie, ma anche la conformazione del musetto e la già menzionata origine da razze diverse. Il fattore che forse di più li accomuna è il peso.



CONIGLIO AMERICAN FUZZY-LOP PEZZATO

Dal nano d'angora al testa di leone: curiosità e caratteristiche di alcune razze sempre più diffuse fra gli italiani

di Lorenzo Luchetta

SPECIALE TOELETTATURA. I conigli in genere giovano di una regolare spazzolatura che previene anche il fenomeno dell'occlusione intestinale da boli di pelo, ma per le razze a pelo lungo è una vera e propria esigenza.

Per i conigli d'angora ospitati come pet è consigliabile un'attenta pettinatura del pelo: minimo tre volte la settimana si dovrà procedere con una spazzola cardatore a denti curvi, con la quale si potranno facilmente sciogliere i nodi meno intricati e più superficiali, ma se ci si trova a contatto con un nodo particolarmente ostico è buona norma rimuoverlo con le forbici. Durante la muta può essere d'aiuto una spazzola retta a denti alterni (lunghi e corti) da passare prima del cardatore, ma non è necessario aumentare la frequenza delle cure al pelo, anzi può essere addirittura dannoso. La tosatura è una pratica ottima durante la stagione calda per favorire il rinnovo del pelo e aiutare la termoregolazione dell'animale, si può praticare sia manualmente con forbici idonee sia con il tosatore elettrico, l'importante è che la mano che esegue l'operazione sia esperta. Esclusivamente per gli american fuzzy-lop è bene specificare che la tosatura non è da praticare, mentre la spazzolatura è indicata anche tutti i giorni.

Nelle femmine gravide la tosatura non andrà praticata, e la semplice pettinatura si potrà eseguire, ma con cautela, per sospenderla comunque negli 8-10 giorni che precedono il parto: è importante che la femmina partorisca con il pelo in ordine, poiché in queste razze sono più frequenti i problemi di briglie (nodi di pelo che possono costringere gli arti dei piccoli causando lesioni e ischemie anche gravi) e che possono avvolgere i nuovi nati creando mutilazioni e soffocamenti.



ANGORA STANDARD. È la razza a pelo lungo che ha origini più antiche; i peli della giarra, che possono raggiungere e superare i 10 cm, rappresentano il motivo per cui fu allevato (in piccola parte lo è ancora) per la produzione di lana anche su larga scala. Il colore prediletto è il bianco, pur esistendo esemplari blu e nero. L'aspetto imponente che raggiunge prima della tosatura gli dona un'immagine unica.

TESTA DI LEONE. Nome molto noto fra i conigli ornamentali, in realtà i conigli denominati "testa di leone" non costituiscono una razza, ma sono altresì incroci fra conigli a pelo lungo e a pelo raso che manifestano come principale caratteristica una vistosa "criniera" attorno alla nuca. Proprio perché derivante da incroci non stabilizzati se ne possono reperire di tutte le colorazioni e di tutte le taglie. Dal coniglio nano d'angora differisce principalmente per la minor lunghezza dei peli soprattutto nella regione dorsale.

CURE SPECIFICHE E LETTIERE ADATTE. Questi animali necessitano di cure del pelo, soprattutto le spazzolature, che vanno eseguite con una frequenza molto maggiore rispetto alle razze a pelo raso, infatti la formazione di nodi è all'ordine del giorno e se non curati, possono creare svariati problemi.

A parte la gestione del pelo, le esigenze dei conigli a pelo lungo sono sovrapponibili a quelle delle altre razze ornamentali, quindi nessuna differenza inerente l'alimentazione, la dimora, l'igiene, i vaccini e i controlli veterinari in genere.

Vale la pena spendere qualche parola sull'utilizzo delle lettiere specifiche per conigli: infatti, quelle valide che si trovano in commercio sono molteplici, ma nel coniglio a pelo lungo sono da preferirsi quelle che più difficilmente restano adese al manto, come il tutolo di mais, quelle in materiale pressato, e alcuni granulati specifici. Il truciolo di legno depolverato, invece, ha la tendenza a intrappolarsi nel pelo, specialmente se è umido aumenta la possibilità di adesione. ●

Ritorno alle origini

Dal Canada l'originale mangime estruso per coniglietti nani

È una bella storia quella che racconta Luca Uslenghi, proprietario e legale rappresentante della U.D. Distribuzioni snc, azienda a conduzione familiare che in oltre trent'anni di presenza sul mercato ha saputo conquistare la fiducia e la preferenza di negozi specializzati e veterinari. "Siamo nati nel 1979 come grossisti specializzati nella vendita di prodotti per animali da compagnia", racconta, "ma è stato nel 1993 che è iniziata la nostra grande avventura: la nostra avventura canadese, come mi piace definirla, che ci ha portato a essere i primi a importare e far conoscere in Italia un mangime specialistico e rivoluzionario come l'estruso per conigli nani".

Dopo aver distribuito in esclusiva in Italia per circa vent'anni un marchio ormai reso famoso, oggi in U.D. Distribuzioni si respira aria di grandi novità. "È tempo di voltar pagina: cambiano i venti, mutano le mode e anche noi cambiamo" dice ancora Uslenghi, "su una cosa, però, non transigiamo: il rispetto di quella che è la nostra più solida e vitale tradizione, quella tradizione che ci ha sempre portato a puntare sulla qualità e sul rispetto di chi, siano essi clienti o collaboratori, crede in noi. Una fiducia che non abbiamo mai tradito e che continueremo a rispettare, ben consci che è solo mirando alla qualità che si conquistano le vette più alte e si merita l'approvazione dei mercati".



U.D. DISTRIBUZIONI SNC
tel./fax 0331844132
www.uddistribuzioni.com
info@uddistribuzioni.com



QUANDO IL PASSATO DIVENTA FUTURO. Propensi a guardare al futuro con sereno ottimismo, in casa U.D. Distribuzioni ci si rivolge con particolare attenzione esclusivamente al canale dei negozi specializzati, oggi penalizzato dalla sempre più massiccia presenza della grande distribuzione e delle catene internazionali. "In fondo", continua Luca Uslenghi, "le novità che stiamo vivendo oggi possono essere tranquillamente definite come un ritorno alle origini. Mi spiego meglio. Quando negli anni '90 la nostra avventura ha preso corpo, il prodotto rivoluzionario che abbiamo proposto sul mercato veniva realizzato in Canada dalla ditta Martin con il marchio *Techni-Cal*, come forse i lettori più 'anziani' ricorderanno. Crederci, per noi, è stata una bella scommessa: parlare di estruso per conigli nani a quell'epoca sembrava avveniristico. Invece abbiamo centrato il bersaglio: non c'è voluto molto perché il mercato ne decretasse il successo".

"Vicissitudini commerciali e tecniche però, dopo qualche tempo, hanno portato un radicale cambio di immagine del prodotto, del logo e della fabbrica di produzione, ma la nostra fede nell'estruso è rimasta intatta e abbiamo continuato con la distribuzione sempre crescente del nuovo prodotto. Da quest'anno però le nostre strade si sono divise e poiché non tutto il male vien per nuocere", spiega Uslenghi, "siamo

tornati da Martin, che oggi produce con il marchio *Little Friends* la ricetta originale, tuttora insuperata, dell'estruso per lagomorfi. La linea si chiama *Original* e noi ne curiamo la distribuzione non solo

sull'intero territorio nazionale, ma anche a livello europeo. Abbiamo affrontato questa nuova sfida perché siamo convinti che i prodotti corrispondano a quei criteri di qualità che per noi sono determinanti. È un po' come per il Parmigiano, quello buono è solo l'originale che nasce in Emilia: lo stesso vale per l'estruso per conigli nani, quello migliore è solo quello nato in Canada. È solo con queste garanzie di qualità e originalità che ci sentiamo di poter garantire ai clienti un prodotto che li preserva da tutto ciò che di negativo deriva da concorrenze sleali e promozioni poco attendibili".

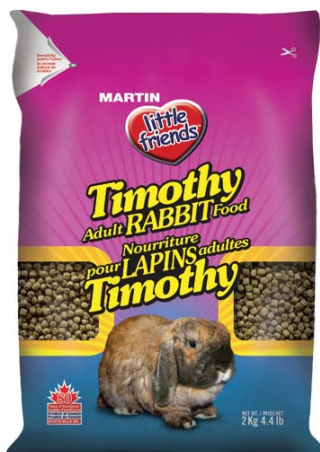
UN MONDO A MISURA DI PET. Ma quando si parla di U.D. Distribuzioni, non ci si riferisce soltanto a mangimi per coniglietti e roditori: l'azienda, infatti, vanta un nutrito biglietto da visita come grossista a 360 gradi per tutto ciò che riguarda il variegato, poliedrico universo dei piccoli animali da compagnia: dalla mangimistica agli accessori, propone tutto ciò che di meglio esiste per far star bene i nostri piccoli amici, siano essi cani, gatti, uccelli, roditori "E la nostra ampia gamma di proposte", conclude Luca Uslenghi, "si arricchisce anche dei nuovi prodotti a marchio *Little Friends*: non c'è infatti solo *Original Rabbit Food* (foto 1), il nostro estruso premium



LUCA USLENGHI, PROPRIETARIO E LEGALE RAPPRESENTANTE DELLA U.D. DISTRIBUZIONI

LUCA USLENGHI, OWNER AND LEGAL REPRESENTATIVE OF U.D. DISTRIBUZIONI





2

formulato per conigli giovani e attivi che preferiscono un mangime a base di erba medica e che contiene prebiotici che aiutano nella digestione e estratto di yucca che aiuta a ridurre i cattivi odori, ma ci sono anche *Timothy Adult Rabbit Food* (foto 2), dove l'alto contenuto di fibre, il basso tenore calorico e un minore livello di calcio, per questo mangime a base di fieno Timothy, lo rendono ideale per soddisfare le esigenze di coniglietti adulti, anziani

o meno attivi. La consistenza della crocchetta aiuta inoltre a mantenere i denti dell'animale puliti. Alla linea si aggiungono

3



4

anche *Original Guinea Pig Food* (foto 3), mangime estruso formulato per cavia, fortificato con vitamina C stabilizzata e contenente estratto di yucca che aiuta a ridurre i cattivi odori. Un mangime completamente di origine vegetale formulato per mantenere l'animale al top delle sue condizioni. La nostra gamma si conclude, per ora, con *Hamster & Gerbil Food* (foto 4), un ottimo mangime estruso per criceti e gerbilli che, con le sue uniformi crocchette, assicura un adeguato apporto di vitamine essenziali e minerali". (J.B.) ●

SMALL MAMMALS

Back to the origin

From Canada the original extruded food for dwarf rabbits

It is a nice story, the one that Luca Uslenghi tells. He is the owner of U.D. Distribuzioni snc, a family-run company that has been working in the pet supplies industry for more than thirty years and has been able to conquer the loyalty of many specialised retailers and vets. "We were born in 1979 as wholesalers specialised in the sales of pet supplies", he says, "but it was in 1993 that we started our great adventure: our Canadian adventure, as I like to define it, that brought us to be the first to import and distribute in Italy a specific and revolutionary food like the extruded formula for dwarf rabbits." After having been the Italian exclusive distributor of a popular brand for about twenty years, today U.D. Distribuzioni is going a new way. "It's time to turn over a new leaf: time and trends change and we do, too," Uslenghi explains. "There's however one thing that we do not come to terms with: the respect for our sound tradition, that tradition that has always encouraged us to focus on quality and respect of the people that believe in us, be they customers or partners. We've always met their expectations and will continue to, as we are aware that only concentrating on quality we can reach the highest goals and gain the market approval."

WHEN THE PAST BECOMES FUTURE. Looking at the future with optimism, U.D. Distribuzioni distributes its products exclusively to the specialised retail, which is now affected by the increasing competition of supermarkets and hypermarkets as well as the one of the international chains. "After all", Luca Uslenghi goes on, "going the new way today means somehow to get back to the origin. Let me explain. When we started in the 90s, the revolutionary product that we imported was manufactured in Canada by the company Martin under the brand *Techni-Cal*, as the 'oldest' readers will probably remember. We believed and bet on it: talking about extruded food for dwarf rabbits was a real adventure at that time. But we hit the mark: it didn't take long before the market proved it to be successful."

"Business and technical vicissitudes, however, brought a radical change in the product image, logo and even manufacturer after some time, but our trust in the extruded food remained the same, so we went on distributing the new product with increasing success. Nevertheless this year our ways separated and since every cloud has a silver lining", Uslenghi explains, "we got back to Martin, who now produces the original and still unsurpassed recipe of extruded food for rabbits under the brand *Little Friends*. The range is called *Original* and we distribute it not only in Italy but also in the rest of Europe."

We are facing this new challenge because we are convinced that the product mirrors the quality standards that are so important for us. It is somehow like for the Parmigiano cheese: the good one cannot be but the original that is produced in Emilia. The same thing can be said for the extruded food for dwarf rabbits: the best one is the formula developed in Canada. It is only with this guarantee for quality and the original recipe that we can feel sure to supply our customers with a product that protects them from all the negative aspects of unfair competition and unreliable promotions."

A WORLD FOR PETS. U.D. Distribuzioni does not only distribute food for dwarf rabbits and rodents: the company supplies any kind of product related to pets - from food to accessories, it sells only the best products for all pets. "Our wide range", Luca Uslenghi says in conclusion, "now includes also the new products branded *Little Friends*: not only the *Original Rabbit Food* (picture 1), our premium extruded food for young and active rabbits that prefer a diet with alfalfa and which contains prebiotics that supports digestion and yucca extract helping reduce bad odours; there is also *Timothy Adult Rabbit Food* (picture 2), where the high level of fibre, the low calories and reduced level of calcium in the food based on Timothy hay make it excellent to meet the demands of adult, elderly and little active pets. The kibble texture helps keep the pet teeth clean. The range also includes *Original Guinea Pig Food* (picture 3), extruded food for Guinea Pigs, supplemented with stabilized vitamin C and containing yucca extract that helps reduce bad odours. A totally vegetal food designed to keep the pet perfectly healthy. So far our range is completed with *Hamster & Gerbil Food* (picture 4), an excellent extruded food for hamsters and gerbils that ensures a blend of essential vitamins and minerals."

Un dentista anche per loro

Pure i roditori soffrono di problemi ai denti, ma in maniera diversa da noi

di Cristiano Papeschi e Linda Sartini

Tutti hanno sofferto, almeno una volta nella vita, di problemi dentali: l'incubo peggiore legato ai denti di bambini e adulti si chiama carie, ma non è certo l'unico problema che può verificarsi nella bocca umana. Anche i nostri piccoli amici, roditori e lagomorfi, hanno i loro bei problemi a livello della cavità orale, ma sono di ben altra natura rispetto a quanto possiamo immaginare.

UNO SGUARDO ALL'ANATOMIA. I lagomorfi, quindi lepri, minilepri e conigli, e i roditori come topi, ratti, cavie, cincillà, criceti e molti altri, presentano, a una prima osservazione, una dentatura molto simile tra loro sia come struttura, sia come disposizione dei denti, ma caratterizzata da differenze piuttosto marcate tra un gruppo tassonomico e l'altro.



CORRETTA OCCLUSIONE IN UN CONIGLIO

Si è soliti dire che i denti di questi animali da compagnia crescano illimitatamente: è vero solo in parte e non per tutti.

Nella bocca dei nostri piccoli amici "rosicchiatori" distinguiamo fondamentalmente due tipi di denti di cui uno, gli "ipsonodonti", sono quelli a crescita continua e quindi possiedono una radice aperta, mentre gli altri, detti "brachiodonti", hanno una radice chiusa e una corona bassa che ne determina una crescita limitata.

I lagomorfi (coniglio) e i caviomorfi (cincillà, porcellino d'India e degu) possiedono l'intera dentatura a crescita continua, invece nei miomorfi (topo, ratto, criceto e gerbillo) questa caratteristica riguarda solamente gli incisivi, mentre i molari sono caratterizzati da una crescita ben definita. Gli incisivi, in tutte queste specie, sono ricurvi verso l'interno della bocca e presentano una superficie libera molto tagliente; i canini sono sempre assenti e i molariformi, che si compongono di molari e premolari, mostrano una superficie piatta costellata di piccole cuspidi.

I movimenti masticatori sono latero-laterali per consentire

una fine triturazione del cibo ingerito e allo stesso tempo un uniforme consumo delle superfici dentarie che sono soggette, nel caso di denti a crescita continua, ad allungamento costante, in ragione di alcuni millimetri al mese fino anche a 1 cm e oltre come avviene nel coniglio.

I miomorfi possiedono per ogni emiarcata, e cioè per ogni quarto della bocca, un solo incisivo e tre molari intervallati da un lungo spazio privo di denti chiamato diastema.

Nei caviomorfi la formula dentaria è molto simile, solo che i tre molari sono preceduti da un premolare e il tutto si ripete per ogni emiarcata in maniera simmetrica così che avremo un totale di 16 denti nei miomorfi e di 20 nei caviomorfi.

Il coniglio è quello che, fra tutti, differisce di più poiché i denti non sono disposti simmetricamente tra mandibola e mascella: considerando sempre la bocca divisa in quattro quarti, possiamo osservare che nell'emiarcata superiore sono presenti due incisivi, tre premolari e tre molari, mentre in quella inferiore un solo incisivo, tre premolari e due molari per un totale di 16 denti nell'arcata superiore e 12 in quella inferiore che corrisponde a 28 denti in tutta la bocca.

Abbiamo detto che nell'arcata superiore sono presenti quindi quattro incisivi: questa è una particolarità anatomica presente solo nei lagomorfi, nei quali è possibile osservare, aprendo delicatamente la bocca dell'animale, una prima coppia di grossi incisivi che nascondono alle loro spalle due piccolissimi incisivi quasi impercettibili.

LA SALUTE DENTALE. I denti di roditori e lagomorfi, con alcune eccezioni, crescono di svariati millimetri al mese: questo fenomeno fisiologico ha un suo significato evolutivo ben preciso poiché consente a questi animali di alimentarsi di cibi molto duri e abrasivi. Tale adattamento ha permesso loro di occupare nicchie ecologiche spesso inclementi e di sopravvivere attraverso le ere geologiche in condizioni difficili come accade, per esempio, ai topi e ai ratti che sono in grado di cibarsi, grazie anche all'adattamento di un apparato digerente molto versatile, di quasi ogni tipo di sostanza organica. Pertanto il consumo dei denti in queste specie è dato da due fattori: quello alimentare e uno meccanico, causato dallo sfregamento tra dente e dente durante la masticazione.

Di conseguenza, per quel che riguarda gli animali da compagnia, un'alimentazione inadeguata è il primo dei fattori predisponenti le patologie dentali.

PROBLEMI DI OCCLUSIONE. Un difetto di occlusione, e cioè la non giustapposizione delle superfici masticatorie, può giocare un ruolo determinante nella abnorme crescita dei denti di queste piccole specie.

Provate a immaginare cosa potrebbe accadere in questo caso: i denti cresceranno sempre di più, i margini taglienti lederanno la mucosa orale del piccolo malcapitato provocando tagli e ulcere, su queste lesioni si impianteranno i batteri naturalmente presenti all'interno della cavità orale determinando la formazione di infezioni anche gravi, il roditore proverà molto dolore e smetterà di mangiare.

Ovviamente, qualora non si intervenisse con rapidità, il problema potrebbe determinare il decesso del soggetto interessato.

La malocclusione, oltre che su base alimentare, può essere dovuta a traumi, per esempio fratture di mandibola, della mascella o dei denti stessi, in grado di provocare una deviazione dell'asse del dente che a quel punto non troverà più il suo antagonista e potrà crescere in maniera incontrollata.

Nel caso del coniglio, la tendenza degli allevatori di soggetti nani a produrre animali con un muso sempre più arrotondato e accattivante, si verifica una predisposizione su base congenita alla malocclusione degli incisivi conseguente all'accorciamento dell'osso mascellare e concomitante prognatismo mandibolare.

QUANDO LA SETE È TROPPIA. Un animale con abnorme crescita dei denti, e conseguenti danni in cavità buccale, tende a rifiutare il cibo, a bere continuamente per alleviare il senso di fastidio e a produrre grandi quantità di bava che colerà dal margine delle labbra.

Quando il fenomeno è a carico degli incisivi spesso il proprietario o il negoziante, se dotati di occhio attento, riescono a rendersi conto del problema in maniera tempestiva sollevando le labbra dell'animale e osservando la deviazione e la smisurata lunghezza degli incisivi.

Quando invece l'alterazione anatomica dovesse interessare i molariformi risparmiando gli incisivi, vista anche la difficoltà oggettiva nell'aprire la bocca di un coniglio o un roditore, così piccola e affusolata, l'osservazione precoce da parte del laico è piuttosto difficile e solo la visita veterinaria potrà constatare la patologia in corso.

QUESTIONI DA SPECIALISTA. La malocclusione, sia essa a carico di incisivi o molariformi, è una condizione patologica da non sottovalutare ed è necessario per questo ricorrere all'aiuto del veterinario in tempi brevi.

Il taglio e pareggiamento dei denti deve essere considerata una soluzione temporanea o d'emergenza poiché, oltre a provocare disagio all'animale, è destinata a recidivare nel giro di circa un mese e a predisporre ad aggravamento del quadro clinico.

Gli incisivi, soprattutto nel coniglio, devono essere asportati con attenzione e precisione per evitare una successiva ricrescita, mentre i molariformi potranno essere estratti o limati in funzione della visita clinica e del quadro radiografico. L'esame radiologico ha un'importanza fondamentale per la valutazione del caso odontostomatologico: consente di indagare in profondità le radici dei denti e la consistenza ed il coinvolgimento dell'osso, nonché la presenza di eventuali ascessi in via di formazione.

Dopo l'intervento di estrazione, se correttamente eseguito e accompagnato da terapia antidolorifica, l'animale riprenderà ad alimentarsi in tempi brevissimi, entro qualche ora. ●



MALOCCLUSIONE IN UN PORCELLINO D'INDIA



MALOCCLUSIONE IN UN CONIGLIO

Consigli da professionisti

Il massimo della qualità nutrizionale e un gusto eccellente

Ogni cane è diverso e ha le "sue" esigenze nutrizionali: l'età, la taglia, lo stile di vita, ma anche la razza concorrono a determinare le sue specifiche necessità.

Per il cliente del petshop è indispensabile poter scegliere tra tanti e differenti alimenti in modo da soddisfare al meglio le peculiari esigenze dell'amico quattrozampe: ecco perché, prima di consigliare un alimento, è necessario che il negoziante le approfondisca accuratamente.

Se il cane è in salute e non soffre di particolari disturbi, si può scegliere all'interno della vasta gamma *Eukanuba Cane*, in base a età, taglia e stile di vita, l'alimento che meglio risponde alle sue specifiche esigenze nutrizionali.

Oltre a fornire ai proprietari la certezza di un'alimentazione di alta qualità, i nuovi prodotti propongono un gusto migliorato che piace ad ancora più cani: per questo ogni singola referenza è in grado di offrire il massimo della qualità nutrizionale con un gusto straordinario.

AL MASSIMO DELLO SPLENDORE. Il cane adulto, per mantenersi in condizioni eccellenti e sfoggiare tutto il suo splendore, ha bisogno di cure costanti e di un'alimentazione di alta qualità.

Tutti gli alimenti della gamma *Eukanuba Adult* sono completi e bilanciati e rispondono al meglio alle esigenze nutrizionali dei cani di taglia piccola, media e grande: contengono importanti antiossidanti, come la vitamina E, per aiutare a rafforzare il sistema immunitario, un rapporto ottimale tra gli acidi grassi omega 6 e omega 3 per favorire pelle e pelo sani, e la polpa di barbabietola, che contribuisce all'assorbimento dei nutrienti, favorendo la salute dell'intestino.



WONDERFOOD SPA
numero verde servizio clienti 800-555040
www.eukanuba.it

<https://it-it.facebook.com/Eukanubaitalia>



Glucosamina e condroitinsolfato favoriscono, invece, la salute di ossa e articolazioni, particolarmente delicate nei cani di taglia grande e gigante.



DENTI SEMPRE PULITI. Da oggi, inoltre, la tecnologia 3D DentaDefense inclusa in tutte le formulazioni Adult e Senior pulisce i denti a ogni boccone: durante la masticazione, i croccanti bocconcini dalla nuova forma 3D favoriscono l'eliminazione della placca, mentre i micro-cristalli pulenti aiutano a ridurre la formazione di tartaro anche dopo i pasti.

In particolare, la formulazione *Adult Taglia Piccola* va incontro alle esigenze del segmento in continua crescita dei proprietari di cani di taglia piccola. Specificamente formulato per cani adulti da uno a sette anni con un peso inferiore ai 10 kg, contiene l'8% di proteine e il 20% di grassi in più rispetto a *Eukanuba Adult Taglia Media*, ed è pertanto ideale per il metabolismo più rapido e lo stomaco più piccolo dei cani di taglia piccola. Inoltre, la tecnologia Eukanuba 3D DentaDefense è ancora più rilevante: i cani piccoli sono più soggetti a problemi dentali rispetto alle altre taglie poiché hanno denti ravvicinati che possono sviluppare maggiori livelli di placca.

CONTRO I CHILI DI TROPPO. Infine, all'interno della vasta gamma *Eukanuba Cane*, è presente una linea specifica per cani adulti con tendenza al



sovrappeso o sterilizzati. *Eukanuba Adult Weight Control* (disponibile per cani adulti di taglia piccola/media e di taglia grande) è caratterizzato da un ridotto contenuto calorico e arricchito con L-carnitina che aiuta a bruciare i grassi in modo naturale e a mantenere la massa muscolare magra. Inoltre, alcuni grassi sono stati sostituiti con carboidrati di minor tenore calorico senza alterare il valore nutrizionale.

VIVERE AL MEGLIO LA TERZA ETÀ. Il cane che invecchia potrebbe essere predisposto ad accumulare peso o risentire di un peggioramento delle sue capacità sensoriali e digestive.

Anche se l'alimentazione non può certo impedire il naturale processo dell'invecchiamento, un prodotto di alta qualità specificamente formulato per cani anziani come *Eukanuba Mature & Senior* può aiutare a migliorarne la vita.

Gli alimenti *Mature & Senior* sono ideali per cani di sette anni o più di taglia piccola, media e grande e contengono un ridotto tenore di grassi oltre a L-carnitina per aiutare a mantenere la massa muscolare magra, mentre i livelli elevati di proteine e un rapporto ottimale tra gli acidi grassi omega 6 omega 3 favoriscono la salute della pelle e mantengono il pelo folto e lucido.



I prebiotici FOS (frutto-oligosaccaridi) e la polpa di barbabietola facilitano l'assorbimento dei nutrienti e donano nuovo equilibrio alla flora intestinale. Anche all'interno di questa gamma, *Eukanuba* ha pensato ai numerosissimi proprietari di cani di taglia piccola, aggiungendo alla sua vasta gamma il prodotto *Mature & Senior Taglia Piccola*, specifico per i cani maturi e anziani di peso inferiore ai 10 kg dai sette anni in poi, un alimento con livelli ottimali di vitamina E e beta carotene che aiutano a supportare le difese naturali.

PER UNA BUONA IGIENE ORALE. Se è vero che una buona igiene dentale dovrebbe cominciare da subito, è altrettanto vero che, spesso, i problemi dentali vengono alla ribalta quando i cani raggiungono un'età avanzata: colpa dell'accumulo per anni del tartaro, ma anche del fatto che nei cani anziani il sistema immunitario è meno efficace e, quindi, risulta più difficile combattere gli effetti nocivi dei batteri. Quindi è particolarmente importante ricordare che anche questo alimento, come tutte le formulazioni secche *Eukanuba Adult* e *Senior*, include la nuova tecnologia *Eukanuba 3D DentaDefense* per aiutare a mantenere i denti forti e offrire i benefici dentali di cui il cane necessita... anche in età avanzata.

FONTI ALTERNATIVE PER CANI SENSIBILI. Per far fronte alla crescente domanda dei proprietari di cani sensibili che cercano fonti alternative di proteine, *Eukanuba* ha creato una gamma specifica ed esclusiva. Oltre agli alimenti ricchi di agnello e riso, disponibili nelle formulazioni *Adult Taglia Piccola & Media* e *Adult Taglia Grande*, *Eukanuba* ha sviluppato un prodotto per cani adulti ricco di salmone e riso per garantire ancora più scelta ai proprietari di cani sensibili.

E per i cani anziani con pelle e stomaco delicati, o che preferiscono alimenti a base di agnello, c'è *Eukanuba Mature & Senior*, ricco di agnello e riso e specifico per le esigenze dei soggetti maturi di tutte le taglie.

(G.P.) ●

DOGS

Professional support

Top nutrition, excellent taste

Each dog has its specific nutritional needs: age, size, lifestyle as well as breed contribute to determine its demands.

The pet owner needs to select the food that meets those demands at best: for this reason, before suggesting a solution, the retailer needs to go deep to the heart of the matter.

If the dog is healthy and does not suffer from health troubles, he can be fed one of the many formulas of the *Eukanuba* dogfood range selected according to the life stage, size and lifestyle. Besides supplying quality nutrition, the new products have an improved taste that dogs love even more.

SO BEAUTIFUL. Adult dogs, to stay fit, healthy and beautiful, need steady care and high quality nutrition.

All *Eukanuba Adult* formulas are complete and balanced and meet the nutritional demands of small, medium and large size dogs at best: they contain important antioxidants, like vitamin E, that help strengthen the immune system, a perfectly balanced amount of omega 3 and omega 6 fatty acids that keep the skin and hair healthy and beetroot pulp that supports nutrients' absorption and the gut.

Glucosamine and chondroitin-sulphate help keep the bones and joints healthy.

CLEAN TEETH. Now the 3D technology *DentaDefense* is part of all the *Adult* and *Senior* formulas to clean the teeth while chewing: the crunchy morsels have a new 3D shape that supports plaque removal; the special micro-crystals help reduce tartar build-up also in between meals.

In particular, the formula *Adult Small Size* meets the demands of a growing number of owners of small dogs. Specifically designed for adults aged between one and seven weighing less than 10 kg, it contains 8% less protein and 20% more fat than *Eukanuba Adult Taglia Media*, thus being excellent for the faster metabolism and smaller stomach of the small breed dogs.

Further, the technology 3D *DentaDefense* is even more important: small breed dogs suffer from dental problems more frequently than others because their teeth are very close and can develop more plaque.

NO MORE OVERWEIGHT. The large *Eukanuba* range of dog food includes also a specific formula for adult dogs that tend to put on weight and sterilized ones.

Eukanuba Adult Weight Control (for dogs of small/medium size and large) is low in calories but rich in L-carnitine that helps burn fat naturally to keep the muscles lean. Further, some fats are replaced with carbohydrates with lower calories without altering the nutritional value.

GOOD LIFE FOR THE ELDERLY. When the dog ages, he can put on weight or suffer from sensory or digestive troubles. Although nutrition can certainly not stop the natural aging process, a high quality diet designed specifically for elderly dogs like *Eukanuba Mature & Senior* helps it live a better life.

Mature & Senior is excellent for dogs of all sizes aged seven or more, it contains a low level of fat and is supplemented with L-carnitine to keep the muscle mass lean; high levels of protein and a balanced amount of fatty acids omega 6 and omega 3 help keep the skin healthy and the coat thick and bright.

FOS (fructo-oligosaccharides) prebiotics and beetroot pulp support the nutrients intake and keep the gut flora balanced. Also in this case *Eukanuba* cares for the small dogs: it added the formula *Mature & Senior Small Size* for mature and elderly dogs aged seven or more and weighing less than 10kg – a diet with excellent levels of vitamin E and beta carotene that support the immune system.

GOOD ORAL CARE. If it is true that good oral care should start immediately, it is also true that tooth troubles arouse when dogs are mature: this is the fault of tartar build-up and also of the fact that mature and elderly dogs have a weaker immune system and are consequently more exposed to harmful bacteria. Hence, that formula, like all dry formulas *Eukanuba Adult* and *Senior*, includes the new technology *Eukanuba 3D DentaDefense* which helps protect and keep the teeth strong.

ALTERNATIVE SOURCES FOR SENSITIVE DOGS. The demand for specific food for sensitive dogs is growing: *Eukanuba* created a special and exclusive range with alternative nutritional sources.

Besides the diets rich in lamb and rice, available in the formula *Adult Small & Medium Size* and *Adult Large Size*, *Eukanuba* has developed a diet rich in salmon and rice for adult dogs.

For elderly dogs, whose skin and stomach are delicate, or who love lamb, *Eukanuba Mature & Senior* is rich in lamb and rice and specific for mature dogs of all sizes.

Pulizie d'autunno

Sabbia, detergenti e salviette: nuovi prodotti specifici per la casa e la famiglia per riprendere a pieno ritmo l'attività post vacanze

È arrivato l'autunno e, dopo le vacanze, è ripresa anche la routine quotidiana. Per accompagnare le famiglie in

questo periodo dell'anno, *Sanicat*, marchio di riferimento del Gruppo Tolsa per la cura dei gatti, propone una serie di prodotti pensati per

fare in modo che l'autentico protagonista di casa si senta particolarmente bene anche in questa stagione.

EFFETTO RELAX. La gamma di lettiere a base di bentonite viene ampliata con la nuova *Sanicat Clumping Zen*, bentonite bianca 100% di alta qualità, ultra-agglomerante e con profumo di fior di loto che offre un effetto rilassante per l'animale. Possiede un elevato potere d'assorbimento, un eccellente rendimento e dura a lungo, perciò la sua manutenzione è più comoda ed efficace. In questo modo si eliminano i cattivi odori e si ottiene anche un effetto rilassante per l'animale.

NO AD ALLERGIE E CATTIVI ODORI. I nuovi detergenti *Sanicat* e *Sanidog* contengono molecole specifiche per la pulizia e il controllo dei microorganismi e sono stati sviluppati con profumi e sostanze naturali che non generano schiuma, approvati dalla CIR (Cosmetic Ingredients Review).



Sanidog Sanicat

Contengono molecole antistatiche che captano l'itinerario migratorio delle particelle che causano i cattivi odori per contribuire a creare il miglior ambiente possibile. In questo modo non solo igienizzano le superfici, ma offrono anche una pulizia sicura della casa diffondendo un odore fresco.

Il detergente per pavimenti *Sanidog* è stato specificamente pensato contro i cattivi odori: le sue molecole si muovono verso l'alto nell'ambiente cercando le particelle che causano gli effluvi sgradevoli provenienti dal cane, entrano in contatto con queste particelle, le avvolgono e le portano a terra per distruggerle.

Inoltre, grazie alle sue molecole ad azione ammorbidente, mitiga gli effetti delle allergie che gli animali possono provocare.

Sanidog è disponibile in 3 varianti: *Muschio bianco*, *Elisir di primavera* e *Acqua marina*.

Il detergente per pavimenti *Sanicat*, invece, è studiato per ridurre in maniera efficace l'allergia ai gatti grazie all'interazione di molecole elaborate appositamente per ottenere questo risultato.

Possiede inoltre proprietà antistatiche che eliminano i cattivi odori provenienti dalle zone di passaggio dei gatti ed è disponibile in 3 fragranze: *Muschio bianco*, *Elisir di primavera* e *Acqua marina*.



PULISCE E PROFUMA. Per completare la gamma, *Sanicat* ha lanciato anche una linea di guanti per l'igiene dei gatti e dei cani: idratanti, ammorbidenti e rilassanti, aiutano a fare in modo che l'animale si senta pulito dentro e fuori. I guanti *Sanicat* e *Sanidog*, al profumo di aloe vera e camomilla, sono realizzati con un pH duale che è compatibile con l'animale e con il padrone. I suoi ingredienti attivi (lanolina e aloe vera) esercitano un'azione cicatrizzante che evita le screpolature della pelle e migliora la rigenerazione cellulare della cute.



PET WORLD

Autumn cleaning

Litter, detergents, wipes: new products for home cleaning and the family

Autumn is coming and, after the summer holidays, also the daily routine is here again. *Sanicat*, Tolsa's leading brand for cat litters, supplies a range of products developed to make the pet feel good also in this season.

RELAXING EFFECT. The range of bentonite cat litters now includes also the new *Sanicat Clumping Zen*, 100% high quality white bentonite, ultra-clumping and scented with lotus for a relaxing effect. It has a high absorbing power, ensures an excellent performance and lasts for long. Bad odours are controlled and the cat feels relaxed.

NO ALLERGIES AND BAD SMELL. The new detergents *Sanicat* and *Sanidog* contain specific molecules that clean and control micro organisms; they are scented with natural fragrances that do not produce foam and are CIR (Cosmetic Ingredients Review) approved.

The antistatic molecules capture the particles that cause bad odours and contribute to have the best ambient possible. The room is sanitized, clean and safe and it smells good.

The floor detergent *Sanidog* is formulated to eliminate bad odours: the molecules move upwards in the air to capture bad smell particles deriving from dogs, bring them to the floor and destroy them. The product also reduces the risk of allergy to dogs.

Sanidog comes in three fragrances: *White musk*, *Spring elisir* and *Marine water*.

The floor detergent *Sanicat* is formulated to reduce dramatically the risk of allergy to cats thanks to the specially-designed molecules. It has antistatic properties that control bad smell in the areas where the cat lives and is available in three fragrances: *White musk*, *Spring elisir* and *Marine water*.

CLEANSING AND SCENTING. The *Sanicat* and *Sanidog* ranges include also a line of gloves to clean cats and dogs: moisturizing, soothing and relaxing, they will have the pet feel clean and fresh. They are scented with aloe vera and chamomile and have a pH level that respects the pet's and the owner's skins.

The active ingredients (lanolin and aloe vera) have also a healing action that prevents skin from chapping and supports cell regeneration.

The range includes also the new wipes formulated to heal specific health troubles:

- *Eyes&Ears*, for conjunctivitis and otitis;
- *Paws* for paw bacterial infections and fungi;
- *Parasite control*, that repels fleas and ticks thanks via its essential oils.

TOLSA S.A.
phone (+34)91/3220100, fax (+34)91/3220101
www.tolsa.com, info@tolsa.com

Grazie alla loro forma non solo aiutano a prendersi cura dell'animale, ma anche a coccolarlo con le carezze. E non basta: sono particolarmente indicati per la pulizia occasionale o settimanale dell'animale e sono un modo molto efficace per aiutarlo a essere più pulito, ad acquisire abitudini sane e a mantenere una corretta salute del pelo e di tutte le altre zone sensibili.

La linea, infine, comprende anche le nuove salviette medicinali pensate per aiutare a prevenire problemi specifici:

- *Occhi&Orecchie*, per congiuntivite e otite;
 - *Zampe*, per infezioni batteriche e funghi nelle zampe;
 - *Antiparassitario*, per respingere pulci e zecche grazie agli oli essenziali.
- (A.C.) ●

Protezione e rispetto

Dalla sinergia fra olio di neem e lavanda, sgraditi a zanzare e flebotomi, nasce l'innovativo collare biodegradabile

Gli amanti degli animali non hanno dubbi: al desiderio di protezione dei propri amici quattrozampe non può che accompagnarsi un'attenzione particolare per l'ambiente.

Chi ama veramente gli animali, infatti, è decisamente sensibile anche alle tematiche legate al rispetto dell'ecosistema e alle soluzioni il più possibile ecocompatibili ed ecosostenibili.

Per questo il bacino di clienti del petshop apprezzerà sicuramente la novità della linea *Protection di Orme Naturali*: i nuovi collari *Leis Collar* che, oltre a essere un valido supporto naturale contro zanzare e flebotomi, sono anche biodegradabili.

UNA SINERGIA VINCENTE. L'efficacia dei nuovi collari biodegradabili *Leis Collar* si basa sulla sinergia tra l'olio di neem e la *Lavandula hybrida*, ingredienti vegetali che, nel corso delle prove di laboratorio* hanno dimostrato un effetto significativo contro l'aggressione da parte di zanzare e flebotomi.

L'olio di neem ormai è decisamente conosciuto, essendo alla base del successo di tutta la linea *Protection*: come è noto, deriva dall'albero di neem nativo dell'India, dove gli usi di questa pianta, chiamata anche "la farmacia dei poveri", sono conosciuti e citati già nei primi scritti medici sanscriti. L'olio di neem viene ottenuto per spremitura a freddo dei semi e viene utilizzato in preparati destinati a contrastare le infestazioni.

La sua efficacia è dovuta al fatto che la complessità dei composti del neem, non riproducibili in forma sintetica, preclude lo sviluppo di una resistenza da parte dei parassiti.

I derivati del neem colpiscono un'ampia gamma di insetti, provocando effetti comportamentali e fisiologici che vanno dalla mortalità alla deterrenza al nutrimento, all'interruzione della crescita, a effetti di sterilizzazione, al disturbo dell'accoppiamento e all'inibizione della deposizione delle uova.

La grande novità dei collari *Leis Collar* è rappresentata, invece, dalla lavanda ibrida che, tra le diverse specie di questa pianta, è la più ricca di essenza: i costituenti più pregiati dell'olio essenziale sono il linalolo (15-45%) e il suo estere, l'acetato di linalile (30-50% in lavanda vera, 7-33% nella lavanda ibrida) e la canfora (10%).



CAMON SPA
tel. 0456608511, fax 0456608510
www.camon.it, camon@camon.it

1





DOGS

Protection and respect

The innovatory biodegradable collar is born from the combination of neem oil and lavender, successful against mosquitoes and sandflies

Pet lovers have no doubts: the protection of pets must also respect the environment.

Real pet lovers are also sensitive to environmental respect and to eco-sustainable solutions.

That is why customers of specialized shops will appreciate *Protection* new products by *Orme Naturali* range: new *Leis Collar* is a useful support against mosquitoes and sandflies, which is also biodegradable.

SUCCESSFUL COMBINATION. The effectiveness of new biodegradable *Leis Collar* is based on the combination between neem oil and *Lavandula hybrida*. During laboratory tests*, these ingredients were significantly effective against mosquitoes and sandflies.

Neem oil is well-known, being the basic ingredients for all *Protection* products. It comes from Indian neem tree: the beneficial effects of this tree are well-known since ancient times.

Neem oil is used to fight infestation. It is very hard to reproduce neem synthetically: parasites cannot develop product resistance, therefore it is very effective.

Neem by-products are effective against a broad range of insect: they cause different effects (mortality, lack of appetite, growth stop, sterilization, breeding stop and inhibition to lay eggs).

Leis Collar also contains hybrid lavender. Among the species of lavender, this is the richest species in essence. Lavender essential oil is mainly made of: linalool (15-45%), linalyl acetate (30-50% in real lavender; 7-33% in hybrid lavender) and camphor (10%).

That is why hybrid lavender is particularly effective against mosquitoes and sandflies.

Neem oil action, which spreads on the skin, is completed by the volatile effect of hybrid lavender, for the perfect result.

ADDED VALUE: BIODEGRADABLE PRODUCT. *Leis Collar* will be very appreciated by customers of specialized shops because it is biodegradable. Two years of research have lead to 90% biodegradable product, thanks to the processing of proteins, fibres and starch with the suitable tools and substances.

Leis Collar is made of a biodegradable polymer that contains a vegetable and active mix, which respects the environment. When the collar gets in contact with the pet's body and heat, it releases active principles and protects the pet. Once their effect has ended, *Leis Collar* can be disposed of in wet waste. After 6 months, thanks to bacterial proliferation, they are decomposed.

MANY ADVANTAGES, A UNIQUE PRODUCT. *Leis Collar* completes the *Protection* line by *Orme Naturali* (Camon brand), which already includes: protective lotions and shampoos, barrier vials and collars for cats and dogs, protective tags, sprays, bio-sprays, ear lotion and *Nemastop*, the complementary food for cats and dogs.

Leis Collars are very effective and have no impact on the environment: they are made of completely natural principles (neem oil and hybrid lavender).

Leis Collar is available in 60 cm version (cod. G908/B – picture 1) and maxi 75 cm version for large dogs (cod. G908/B – picture 2) they guarantee constant protection for two months.

* Tests carried out by Laboratoire T.E.C. (France, July 2011) on *Phlebotomus Duboscqi*, strain from Parasitology Laboratory of Université Louis Pasteur (Illkirch, France).

Questa peculiarità rende la lavanda ibrida particolarmente sgradita a zanzare e flebotomi.

Ecco quindi che la caratteristica lipofila dell'olio di neem, con la sua elevata capacità di ripartirsi sulla cute, viene completata dalla frazione di attacco volatile della lavanda ibrida per un risultato combinato efficace.

UN VALORE IN PIÙ: LA MATRICE BIODEGRADABILE. Un altro valore che sarà senz'altro molto apprezzato dalla fedele ed esigente clientela dei petshop è la matrice biodegradabile dei collari *Leis Collar*.

È il risultato di ben due anni di ricerca che hanno permesso di raggiungere una biodegradabilità che supera il 90% del prodotto: questa matrice deriva dalla lavorazione di proteine, fibre e amido con gli adatti ausili di lavorazione e di coesione.

I collari *Leis Collar*, infatti, sono stati realizzati per ottenere un polimero biodegradabile in grado di incorporare una miscela attiva vegetale nel rispetto dell'ambiente: a contatto con il corpo e con il calore dell'animale, rilasciano i principi attivi fornendo protezione e garantendo inoltre stabilità e robustezza durante l'uso.

Una volta esaurito il loro effetto, i collari *Leis Collar* si smaltiscono nella frazione umida dei rifiuti e nell'arco di circa 6 mesi, grazie alla proliferazione batterica, avviene la loro decomposizione.

TANTI VANTAGGI IN UN UNICO PRODOTTO. La novità rappresentata dai collari *Leis Collar* rende ancor più completa la linea *Protection* di *Orme Naturali*, marchio Camon, che già può contare su lozioni protettive e shampoo, fiale e collari barriera per cani e gatti, medagliette protettive, spray, diffusori, bio-spirali ed elettroemanatori per ambienti, la lozione per orecchie e *Nemastop*, il mangime complementare per cani e gatti.

I collari *Leis Collar*, oltre alla loro comprovata efficacia, non hanno alcun impatto ambientale neanche per ciò che riguarda il loro smaltimento e, inoltre, i loro principi completamente naturali, l'olio di neem e la lavanda ibrida, sono contenuti in un supporto più vicino alla loro natura.

I collari *Leis Collar* sono disponibili nella versione da 60 cm (cod. G908/B – foto 1) e nella versione maxi da 75 cm per cani di grossa taglia (cod. G908/B – foto 2) e offrono protezione costante per 2 mesi. (A.L.) ●

*Prove sperimentali eseguite dal Laboratoire T.E.C. (Francia, luglio 2011) sul *Phlebotomus Duboscqi*, proveniente da un ceppo del Laboratorio di Parassitologia della Université Louis Pasteur (Illkirch, Francia).

Tradizione e innovazione

Prodotti di eccellenza, nuove ricette e promozioni per la gamma superpremium



FLAVOR & PASSION

ADRAGNA PET FOOD
tel. 092423013, fax 092422424
www.adragna.it, info@adragna.it

Le richieste sono state numerosissime da parte della clientela di tutto il mondo, così pure come è stata entusiastica la risposta dei consumatori: ecco perché Adragna Pet Food ha deciso di ampliare la linea Naxos® con due referenze di *Adult al Pesce* (Mini, Medium Size) e una di *Puppy* (Maxi Size). Ma non solo: da pochi mesi sono infatti disponibili anche le nuovissime confezioni da 800 g, pratiche, comode e sempre fresche.

Con Naxos®, la linea superpremium per cani, Adragna Pet

Food è in grado di soddisfare le diverse esigenze nutrizionali e i gusti dei cani di tutte le taglie ed età. I prodotti, sviluppati per garantire un'elevata assimilabilità e appetibilità, sono formulati principalmente attraverso l'utilizzo di proteine animali nobili con elevato valore biologico, che assicurano una elevata digeribilità e il corretto apporto di amminoacidi essenziali. Un'attenta selezione di cereali, inoltre,



permette di ottenere, oltre alla giusta dose di carboidrati facilmente digeribili, l'energia necessaria al metabolismo del cane. Infine, una completa integrazione di vitamine e minerali assicura un corretto metabolismo e un'alimentazione sana e bilanciata. L'utilizzo di impianti produttivi all'avanguardia, la cottura a vapore degli amidi e l'immissione sottovuoto dei liquidi, unita a una produzione "espressa" su

ordine del cliente, consente di realizzare prodotti di eccellenza dalla lunga durata, a salvaguardia del mantenimento nel tempo di tutte le caratteristiche nutrizionali.

PROTEINE, CEREALI, VITAMINE E MINERALI. La linea Naxos® garantisce le seguenti caratteristiche:

● PELLE SANA/PELO LUCENTE: il rapporto tra omega 3 e omega 6 e l'integrazione di vitamina A e C contribuiscono al mantenimento di una cute in buona salute e di un mantello morbido e lucente;



- **DIFESE FORTI:** frutto-oligosaccaridi (FOS) e lieviti stimolano la crescita di una flora microbica intestinale benefica, costituendo una barriera naturale contro i microrganismi patogeni;
- **TONICITÀ MUSCOLARE:** l'uso di proteine animali con alto valore biologico, come primo ingrediente, contribuisce al mantenimento di una massa muscolare tonica e forte;
- **ARTICOLAZIONI:** l'impiego della glucosamina e il corretto apporto di calcio e vitamina D3 contribuiscono alla resistenza e alla flessibilità delle articolazioni;
- **OSSA FORTI:** il corretto apporto di calcio e vitamina D3 garantisce lo sviluppo di un robusto apparato scheletrico per la crescita di ossa e denti resistenti;
- **ALIMENTAZIONE BILANCIATA:** il sapiente impiego di vitamine, sali minerali e oligoelementi aiuta a equilibrare l'assunzione delle sostanze nutritive evitando carenze o eccessi;
- **DIGESTIONE OTTIMALE:** gli agrumi essiccati e la fibra della polpa di barbabietola e della carruba favoriscono un corretto transito intestinale migliorando l'assorbimento dei nutrienti e la consistenza delle feci;
- **ENERGIA DISPONIBILE:** il corretto apporto di proteine e grassi animali contribuisce ad assicurare l'energia necessaria ai cani con intensa attività e al mantenimento di una massa muscolare tonica e forte.

A SUPPORTO DEL PETSHOP. Tutto questo rappresenta una chiara dimostrazione di come Adragna Pet Food, proprio come fa con i suoi prodotti, riesca a dosare bene gli ingredienti "tradizione" e "innovazione".

L'azienda, inoltre, conosce bene le esigenze dei punti vendita: per questo ha deciso di affiancare alla nuova linea *Naxos®* una serie di iniziative in grado di supportare validamente la vendita. Qualche esempio? I pratici campioncini omaggio da 100 g abbinati all'acquisto dei sacchi *Naxos®*, utilissimi per far provare il prodotto ai clienti. Ma ci sono anche i solidi ed eleganti espositori da terra, uno dei migliori strumenti di promozione, capaci di garantire l'ordine e di invogliare all'acquisto d'impulso.

Ma, soprattutto, c'è il costante supporto promozionale che Adragna Pet Food assicura alla sua clientela: tra gadget e chilogrammi omaggio, terrà sempre in promozione bimestralmente la nuova linea che, in Italia e all'estero, ha già registrato un notevole successo.

"In occasione dei 40 anni dell'azienda", dice Vincenzo Adragna, Amministratore dell'azienda, "ho deciso di visitare personalmente i nostri clienti esteri nelle oltre 25 Nazioni servite, in modo da rendermi conto delle esigenze di ogni territorio e riuscire a rispondere in maniera ottimale a tutte le richieste pervenute in questi anni".

(P.B.) ●

CATS & DOGS

Tradition and innovation

Excellent products, new recipes and promotions for the superpremium range

Orders from customers around the globe, enthusiastic comments from the consumers when Adragna Pet Food decided to add new varieties to the range *Naxos®*: *Adult with Fish* (Mini, Medium Size) and *Puppy* (Maxi Size). New 800g packs are now also available.

With *Naxos®*, the superpremium dog food range, Adragna Pet Food meets the demands of dogs of all sizes and ages. The formulas are designed to be highly assimilable and palatable: they contain noble animal proteins with high biologic value that ensure top digestibility and a balanced amount of essential amino acids. Carefully selected cereals, together with a correct amount of highly digestible carbohydrates, convey the energy the dog needs. Last but not least, the recipes are supplemented with vitamins and minerals that support the metabolism and ensure a healthy and balanced diet. State-of-the-art manufacturing plants, starch steam cooking and vacuum liquid addition as well as express production upon order make the product absolutely excellent and preserve the nutritional qualities unaltered in time.

PROTEINS, CEREALS, VITAMINS AND MINERALS. *Naxos®* offers the following benefits:

- **HEALTHY SKIN/BRIGHT COAT:** omega 3 and omega 6 as well as supplemented vitamin A and C help keep the skin healthy and the coat soft and bright;
- **STRONG DEFENCE:** fructo-oligosaccharides (FOS) and yeasts stimulate the development of the beneficial bacterial flora in the gut, thus building a natural barrier against pathogenic microorganisms;
- **TONIC MUSCLES:** animal proteins with a high biologic value are the first ingredient and help keep the muscle mass tonic and strong;
- **JOINTS:** glucosamine and a balanced level of calcium and vitamin D3 support the joint resistance and flexibility;
- **STRONG BONES:** the balanced level of calcium and vitamin D3 helps also the development of a strong skeletal system and strong teeth;
- **BALANCED DIET:** the excellent levels of vitamins, mineral salts and microelements support the nutrients' intake;
- **TOP DIGESTION:** dry citrus fruit and beetroot and carob fibres foster the intestinal transit and improve the nutrients' intake and faeces quality;
- **ENERGY:** the correct amount of animal proteins and fat helps convey the energy that the active dog needs and keep the muscles tonic and strong.

SUPPORTING THE PETSHOPS. Adragna Pet Food supplies a blend of tradition and innovation and knows well the demands of the specialised retailers; that is why the company decided to support the new range *Naxos®* with a variety of actions that will boost sales. For instance, it offers free 100g samples for the consumers and supplies attractive floor displays for the shops that will stimulate impulse purchase.

Adragna Pet Food also supports the retailers with gadgets and free kilograms for the retailers that will promote the range, which is very popular in Italy and also abroad.

"Celebrating 40 years in the industry", says Vincenzo Adragna, the company's managing director, "I decided to visit personally our customers in more than 25 foreign countries so as to understand the specific demands of each geographical area and be able to meet them at best."



Partiti col piede giusto

Grande successo per l'azienda italiana distributrice di innovativi marchi stranieri



Pets Fitness

il benessere del tuo cane e del tuo gatto
è la nostra missione

PETS FITNESS

tel. 0712868013, fax 07131935

www.petsfitness.com, info@petsfitness.com

Chi avrebbe mai potuto prevederlo? Un successo così grande per la Pets Fitness a Zoomark International 2013 è stato qualcosa di assolutamente inaspettato.

Lo stand allestito dall'azienda marchigiana Silca Progetti trasmetteva molto bene la filosofia aziendale: l'attenzione all'ecocompatibilità e ai prodotti naturali e funzionali, come indica lo stesso marchio che suggerisce immediatamente una

ricerca della migliore salute fisica e del benessere globale.

Dall'olio di salmone selvatico al guinzaglio elastico ai prodotti per l'igiene, erano tre le aziende americane rappresentate per l'Italia da Pets Fitness, e cioè:

- *Grizzly Salmon Oil*, un concentrato naturale di omega 3 per cani e gatti, un prodotto affermato in tutta Europa per la sua efficacia riconosciuta;
- *Wacky Walk'r*, il guinzaglio elastico che offre una soluzione pratica e sicura ai più comuni problemi del passeggiare con il cane;
- *Tropiclean*, ultima arrivata nella famiglia Pets Fitness (l'accordo è stato siglato proprio a Zoomark International) che con le sue due linee di prodotti *Fresh Breath* e *Fresh Breeze* ha creato un grande interesse attorno allo stand dell'azienda.

Al Salone di Bologna, la strategia di Pets Fitness era quella di presentare i prodotti delle aziende distribuite con espositori di vendita accattivanti e materiale di merchandising a supporto di situazioni di sell-out.

"I numeri ci hanno dato ragione", è il commento unanime che circolava nello stand al termine della fiera, "circa 160 contatti di operatori italiani e 35 di operatori stranieri ma, soprattutto, 350 espositori immessi sul mercato nei quattro giorni del Salone consolidano l'idea che siamo partiti nel modo giusto."



SOLO DAL SALMONE SELVATICO. Dopo il boom ottenuto negli Stati Uniti, grazie a Pets Fitness è possibile provare anche in Italia l'alta qualità e la purezza dell'olio di salmone selvatico dell'Alaska *Grizzly-Omega 3* per cani e gatti.

Il prodotto non teme confronti ed è molto efficace grazie al suo 40-65% in più di EPA e DHA rispetto a oli di salmoni di allevamento e, inoltre, la caratteristica che lo differenzia è la provenienza dal salmone selvatico: è ottimo per correggere la dieta del cane e del gatto con

patologie croniche dermatologiche oltre che come coadiuvante nei casi di allergie alimentari e dermatopie pruriginose.

Il prodotto è disponibile in cinque formati: 125 ml (per cani di piccola taglia e gatti), 250 ml, 500 ml, 1000 ml e 2000 ml, tutti con un pratico dosatore a spruzzo incorporato per ridurre al massimo lo spreco, tanto che una confezione da 1000 ml è sufficiente per il trattamento di un cane di circa di 35 kg per 90 giorni.



Naturally Green
TROPICLEAN

LOTTA AI PROBLEMI DENTALI. L'80% dei cani e il 70% dei gatti manifestano problemi dentali attorno ai tre anni, ma solo il 10% dei soggetti interessati viene portato dal veterinario per la cura necessaria, la cosiddetta detartrasi, anche se è opportuno ricordare che, per motivi di salute o di età avanzata, non tutti possono essere sottoposti al trattamento.

Tropiclean Fresh Breath è la linea completa di prodotti per la cura orale che favorisce denti più puliti e più sani e un alito più fresco: si può utilizzare anche dopo la pratica della detartrasi in forma preventiva, per evitare la riformazione del tartaro.

La formula innovativa di *Fresh Breath* aiuta a rimuovere placca e tartaro, cause principali delle gengiviti e dell'alito cattivo,

con risultati evidenti in 30 giorni. La linea, la cui vendita viene sostenuta dal pratico e accattivante espositore da terra, comprende sei prodotti:

- *Clean Teeth Gel*;
- *Water Additive*;
- *Oral Care Kit*;
- *Fresh Mint Foam*;
- *Tri Floss Ball*;
- *Liquid Floss*.

VIA LE CATTIVE ABITUDINI.

"Fantastico per voi, sicuro per loro", è questo lo spot della linea *Fresh Breeze* della Tropiclean: quattro prodotti - *Carpet & All Floor*, *Pad Penetrator*, *Hard Floor*, *Crate & Kennel* - per eliminare macchie e odori e togliere definitivamente al cane e al gatto la cattiva abitudine di ritornare a sporcare sullo stesso punto. I risultati sono ottenuti grazie all'efficacia della for-



mula unica Habitbreaker con bioenzimi a doppia fase, i primi tre prodotti sono specifici per ogni tipo di pavimento (legno, ceramica, moquette), mentre uno è indicato per togliere i cattivi odori nel trasportino del cane e del gatto.

LE PASSEGGIATE SI ALLUNGANO. Proprio a partire da Zoomark International 2013, Pet Fitness è il referente europeo di *Wacky Walk'r*, il guinzaglio di produzione americana in lattice allungabile, una delle principali novità presentate al Salone di Bologna.

Questi rivoluzionari accessori sono in grado di donare un comfort inimmaginabile durante le passeggiate con il cane: sono rinforzati con un cavo di sicurezza interno e, a riposo, possono allungarsi solo fino al doppio della lunghezza.

Wacky Walk'r è disponibile in tanti splendidi colori, in sei diverse taglie in funzione del peso del cane e in due lunghezze, più corto per le uscite in ambiente urbano (modello *Urban*), più lungo per ogni altra situazione (modello *Wacky Walk'r*).

Ma non è tutto: a Zoomark International è stato infatti presentato il nuovo modello di guinzaglio allungabile *Slipp'r*, che comprende anche un collare.

Pets Fitness è distributore esclusivo per l'Italia dei guinzagli *Wacky Walk'r* e rivenditore autorizzato per l'Europa. (R.T.) ●

CATS & DOGS

Start off on the right food

Broad success for the Italian company distributing innovative foreign brands

Such a great success for Pets Fitness at Zoomark International 2013 was completely unexpected.

The stand, set by Silca Progetti company from Marche, expressed the company's philosophy very well: attention to eco-compatibility and to natural and functional products. The brand itself recalls the feeling of improved health and global well-being.

From wild salmon oil to elastic leash and hygiene products, Pets Fitness represented three American companies:

- *Grizzly Salmon Oil*, the natural provider of omega 3 for cats and dogs. Its effectiveness is acknowledged all over Europe;

- *Wacky Walk'r*, the elastic leash. It easily and safely solves the most common problems related to pet walking;

- *Tropiclean*, the latest news by Pets Fitness (the agreement was signed at Zoomark International). The two lines of products *Fresh Breath* and *Fresh Breeze* were very appreciated by visitors.

Pets Fitness strategy during the Bologna exhibition was to present products on attractive displays, with novelties supporting sell-out situations.

"Numbers proved that we were right", said the stand staff at the end of the exhibition, "around 160 contacts of Italian business people and 35 of foreign business people, plus 350 exhibitors introduced on the market during the exhibition prove that we started off on the right foot."

FROM WILD SALMON. After the boom in the USA, thanks to Pets Fitness the quality and purity of wild salmon oil from Alaska, *Grizzly-Omega 3*, is now available in Italy as well.

The product is unrivalled and very effective, thanks to 40-65% more EPA and DHA compared to oil from bred salmon. Moreover, the origin of wild salmon is very important: the oil is suited to supplement the diet of cats and dogs suffering from chronic skin ailments, as well as support in case of food allergies or itchy skin ailments.

Five sizes are available: 125ml (for small dogs and cats); 250ml; 500ml; 1000ml; 2000ml. All bottles include the handy sprayer, to reduce product waste. The 1000ml bottle is enough to treat a 35kg dog for 90 days.

FIGHT DENTAL PROBLEMS. 80% of dogs and 70% of cats suffer from dental ailments when they are three years old. Only 10% of them are visited by the veterinarian for the necessary treatment, scaling and root planing. However, it is important to remember that, due to health or age problems, not all pets can undergo the treatment.

Tropiclean Fresh Breath is the complete range of products for the dental care. It supports clean teeth and fresh breath: it can be used after scaling and root planing as prevention, to avoid tartar formation again.

Fresh Breath innovative formula helps remove plaque and tartar, which are the main causes of gingivitis and bad breath, with results after only 30 days. The products are available in the handy and attractive floor display. The range includes six products: *Clean Teeth Gel*, *Water Additive*, *Oral Care Kit*, *Fresh Mint Foam*, *Tri Floss Ball* and *Liquid Floss*.

BAD HABITS: BYE BYE. "Awesome for you, safe for them". *Fresh Breeze* line by Tropiclean includes four products: *Carpet & All Floor*, *Pad Penetrator*, *Hard Floor*, *Crate & Kennel*. They are suited to remove stains, odours and to remove the pets' bad habits to dirty the same spot. The unique Habitbreaker formula with two-stage enzyme guarantees results. The first three products are specifically suited for any type of floor (wood ceramic, carpet), and one is suited to remove foul odours in pet carriers.

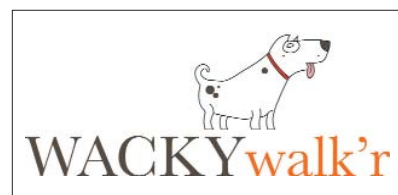
LONG WALKS. Starting from Zoomark International 2013, Pet Fitness is the European representative for *Wacky Walk'r*, the American leash made of retractable latex. It was one of the new products on show at Bologna.

These revolutionary accessories can guarantee an extraordinary comfort during walks with dogs: they are strengthened with an internal safety wire and they stretch up to twice their length.

Wacky Walk'r is available in plenty of wonderful colours, six different sizes according to dog weight and two length measures: short for walks in the city (*Urban* model) and long for all other situations (*Wacky Walk'r* model).

At Zoomark International the company presented the new model of retractable leash, *Slipp'r*, which also includes a collar.

Pets Fitness is the exclusive distributor in Italy for *Wacky Walk'r* leashes, and authorized dealer for Europe.



Un mito per amico

Il nostro amico quattrozampe ha lasciato segni di sé anche tra i primi abitanti del continente americano. Qui, però, il rapporto con gli esseri umani è stato a volte contraddittorio

(terza parte) di Paolo Sparaciarì

La presenza di canidi sul continente americano è antichissima, tanto che quando i primi uomini diedero inizio alla sua colonizzazione varcando lo stretto di Bering, più o meno 15.000 anni fa, diverse specie appartenenti a questa famiglia già occupavano stabilmente il territorio, dal Canada al Perù.

Il rapporto tra i primi americani, siamo in epoche preistoriche, con questi antenati del cane domestico ci è completamente sconosciuto, e non potrebbe essere altrimenti.

Ma se, con l'immaginazione, facciamo un salto temporale di svariate migliaia di anni raggiungendo l'epoca storica, possiamo ipotizzare che il cane domestico fosse una presenza costante che accompagnava la vita dei nativi americani, quelli che per intenderci noi chiamiamo "pellerossa" o "indiani".

Tutto questo avveniva molto tempo prima dello sbarco dei colonizzatori europei sulle coste occidentali del Nuovo Mondo ed è interessante notare come per secoli il cane abbia rappresentato per queste popolazioni l'unico animale domestico.

COMPAGNO DEI PELLEROSSA. Con queste premesse è difficile comprendere perché, al contrario di quanto è avvenuto altrove, e nonostante il profondo rapporto di queste popolazioni con la natura e gli animali, la presenza del cane nei primi insediamenti umani organizzati non abbia generato nessuna vera mitologia che vedesse protagonista il nostro amico quattrozampe.

Al massimo, e solo tra alcuni gruppi tribali, c'è qualche sua traccia in rari racconti fantastici tramandati per via orale.

Il rapporto un po' contraddittorio tra i nativi americani e il cane pare anche testimoniato dal fatto che, se in alcune tribù il mangiare carne di cane era una colpa passibile di severe punizioni, in altre era una cosa pacificamente tollerata.

Molti studiosi, comunque, concordano nel ritenere che nella maggior parte della popolazione nativa del Nord America il cane, oltre che un esempio di coraggio e fedeltà, veniva considerato un grande aiuto nella vita di tutti i giorni e per questo rispettato. Giusto a titolo di curiosità aggiungiamo che oggi, in America, viene allevato con criteri razionali una razza canina, il Native American Indian Dog, che cerca di fissare i caratteri distintivi del cane che accompagnava i pellerossa nella loro vita.

Non ci addentriamo qui nella descrizione morfologica di questa razza, basti sapere che si tratta di soggetti di taglia medio-grande, dall'aspetto robusto ed energico, e il mantello, che può essere a pelo lungo o corto, è sempre molto spesso e dotato di abbondante sottopelo, con colore molto variabile dal nero al grigio argento anche con macchie e pezzature.



CON GLI ATZECHI. Lasciamo l'America del Nord e spostiamoci verso sud, raggiungendo la parte centrale del continente, là dove sono nate civiltà antiche e misteriose quali l'Azteca e la Maya, in quella zona geografica che gli archeologi moderni chiamano Mesoamerica.

In generale è possibile notare che il cane è presente in molte delle leggende che originano in questa area assumendo in taluni casi addirittura al rango di divinità.

Per gli antichi Aztechi, il cane è in qualche modo associato a Xolotl, importante divinità legata alla morte e al mondo dell'aldilà e rappresentata appunto come un cane dall'aspetto mostruoso.

Per loro, che credevano che il mondo fosse stato creato e distrutto per diverse volte, fu proprio Xolotl a favorire la quinta (e definitiva) Creazione del Mondo rubando a Mictlantecuhtli, dio dell'Ade e della Morte, i resti umani da cui l'intera Umanità sarebbe risorta a nuova vita.

Lo stesso Xolotl era considerato l'incarnazione della stella Venere e

si credeva accompagnasse il sole nel suo decorso sin anche a rischiare le tenebre degli inferi.

Gli ultimi aztechi del periodo post-classico credevano anche che la medesima divinità canina svolgesse la funzione di "accompagnatore" di anime verso la loro ultima destinazione.

Xolotl è anche raffigurato come un cane, solitamente di aspetto poco rassicurante, che porta tra i denti un coltello, simbolo di morte.

I MISTERI DEI MAYA. Anche gli antichi Maya, popolazione ancora vivente tra Messico meridionale, Belize e Yucatan, vedevano nel cane degli aspetti misteriosi pur se non propriamente divini.

La testimonianza di ciò risiederebbe in numerosi reperti archeologici risalenti al Periodo Classico della cultura del Mesoamerica (317-987 d.C.): in molte delle tombe di quel periodo, infatti, sono state ritrovate, oltre a prevedibili ossa umane, anche spoglie canine.

Per molti archeologi questo fatto confermerebbe l'ipotesi secondo cui già allora il cane fosse ritenuto il miglior compagno possibile nel viaggio delle anime verso l'Aldilà.

Ma non è tutto. In quelli che noi chiamiamo *Codici Maya*, lunghe strisce di corteccia scritte con geroglifici in tempi antecedenti la colonizzazione spagnola, compare spesso un personaggio d'aspetto francamente canino con in bocca una torcia accesa.

Secondo un mito Maya infatti fu proprio un cane a portare all'umanità il dono del fuoco e della luce.

UN DONO PREZIOSO. Non possiamo lasciare il Mesoamerica e i suoi miti canini senza precisare che per queste popolazioni, entrambe allegramente dedite alla discutibile pratica dei sacrifici umani, riconoscevano nel miglior amico dell'uomo anche un prezioso dono da sacrificare occasionalmente alla divinità di turno.



Come se non bastasse, pare esistano prove che testimoniano come la carne di cane costituisse parte abituale della dieta di alcune popolazioni.

NERO COME IL... DIAVOLO. Se scendiamo più a sud e raggiungiamo il subcontinente americano meridionale, troviamo anche qui una nostra vecchia conoscenza: il Cane Nero.

Con nomi ovviamente diversi, il mito del cane malvagio dagli occhi fiammeggianti è presente più o meno ovunque, dal Venezuela all'Argentina e pure qui è ritenuto essere una incarnazione del Diavolo o, in subordine, una delle possibili sembianze assunte da stregoni malevoli.

Terminiamo con una curiosità: gli Inca (Perù) tenevano i cani come animali d'affezione, ma dovevano anche averne un certo timore: infatti, sembra che uno sbadiglio del cane di casa preannunciasse la morte di un componente della famiglia. ●

THOMAS FROM LACOMBE, ALBERTA, OUR TRUSTED SUPPLIER OF FREE-RANGE BISON



IL MEGLIO DEL CANADA

GLI ALIMENTI ACANA REGIONAL PER CANI

ACANA RANGLANDS racchiude il meglio della tradizione zootecnica del Canada Occidentale: manzo, agnello e bisonne provenienti dai ranch della zona, allevati da persone che conosciamo personalmente e di cui ci fidiamo. Ogni ingrediente viene consegnato **FRESCO** e **PRIVO DI CONSERVANTI** alla nostra cucina ogni giorno.

Preparati con gli ingredienti migliori e più freschi nelle nostre pluripremiate cucine, gli alimenti ACANA REGIONAL sono un modo naturale e delizioso di mantenere il vostro cane felice, sano e forte.

Leggete i nostri ingredienti e anche voi sarete felici!

Tosatrici di razza

Strumenti affidabili e che durano nel tempo
pensati per le esigenze dei toelettatori professionisti

Le tosatrici *Aesculap* possono vantare un buon pedigree: Aesculap, infatti, fa parte del famoso gruppo B. Braun, specializzato nella progettazione e produzione di strumenti chirurgici per l'industria medica e veterinaria. Essendo uno dei principali fornitori mondiali nel settore sanitario, l'azienda ha portato la sua esperienza anche nel mondo della toelettatura per produrre una linea di tosatrici che soddisfano tutti, dal toelettatore professionista ai veterinari fino ai proprietari di cani. Aesculap ha cominciato a produrre tosatrici dopo aver acquisito il suo primo brevetto nell'aprile del 1912: da allora i modelli sono stati sviluppati costantemente, con particolare attenzione a prestazioni, durata e valore intrinseco, tanto che non è esagerato affermare che acquistare una tosatrice *Aesculap* è un affare per tutta la vita.



COLTELLIERIE MILANESI SAS
tel. e fax 024224695
www.coltellieriemilanesi.it,
info@coltellieriemilanesi.it



LA SEDE AESCULAP SUHL IN THURINGIA, GEMANIA
AESULAP SUHL PLANT IN THURINGIA, GERMANY

rimane sotto carica, garantendo così la disponibilità di una fonte di energia costante. Le batterie sono prodotte con tecnologia agli ioni di litio, per cui non è necessario esaurire la carica prima di ricaricarla, ma è possibile tenerla costantemente sotto carica. Sia il modello *FAV5*, sia *Favorita* sono disponibili nella versione con fili, considerate la vera colonna portante della gamma *Aesculap*. Sono famose per essere in grado di trattare qualsiasi tipo di pelo, e in particolare per la loro abilità di tagliare anche il pelo più sporco e opaco.

RESISTENTI E DUREVOLI. Tutte le tosatrici *Aesculap* sono progettate e prodotte in Germania secondo i migliori standard utilizzando componenti a lunga durata, per esempio, le leve e i vani per le viti sono di metallo, mentre in analoghi prodotti questi componenti sono di plastica, il che spiega perché le tosatrici *Aesculap* durano più nel tempo: alcuni toelettatori utilizzano ancora lo stesso strumento da 20 anni. Inoltre, le tosatrici *Aesculap* hanno un motore più lento, ma molto potente: non è necessario spingerla all'interno del pelo, è sufficiente guidarla. E non dimentichiamo che un motore più lento implica che le lame

non si surriscaldano mai. Ben bilanciate ed ergonomiche, queste tosatrici permettono ai toelettatori di stancarsi meno, fattore importante considerando che vengono utilizzate per un lungo periodo di tempo. Infine, va sottolineato che riescono a sopportare un uso massiccio garantendo comunque risultati eccellenti.

UN BUON INVESTIMENTO. *Aesculap* produce poi una linea di tosatrici perfette per il tocco finale e per aree sensibili o difficili da raggiungere assicurando sempre risultati eccellenti su zampe, orecchie e muso e, in più, sono anche abbastanza silenziose, il che le rende ideali in caso di cani nervosi o per abituare un cucciolo alla toelettatura. Comprare una tosatrice è un investimento per il toelettatore, ma qualunque tipo di prodotto *Aesculap* si acquisti, si può essere certi che non tradirà le aspettative e continuerà a garantire ottimi effetti giorno dopo giorno. (D.B.) ●

GROOMING

Pedigree clippers

Reliable and durable tools dedicated to the needs of professional groomers

Aesculap clippers come with a good pedigree: *Aesculap* is part of the renowned B. Braun group, which designs and manufactures surgical instruments for the medical and veterinary industry. As one of the world's leading healthcare suppliers, the company took advantage of its experience for the grooming market to produce a range of high quality clippers and trimmers to suit everybody, from professional dog groomers to vets and enthusiastic owners. *Aesculap* began manufacturing clippers after acquiring its first patent in April 1912. Since then, models have been continually developed with emphasis on performance, durability and intrinsic value. It might be said that owning an *Aesculap* clipper is likely to be a lifetime affair.

CORDLESS OR NOT. Today many groomers choose cordless clippers as they appreciate the freedom they offer. *Aesculap* features two models of cordless clipper: *FAV5 CL*, which uses *Snap On* blades, and *Favorita CL* which uses *Aesculap*'s own unique blade system. Both designs come with two batteries and a charging station: whilst clipping using one battery, the other is being charged so in effect you are never without power. The batteries have lithium-ion technology so you do not have to discharge the battery before re-charging, you can keep it continually topped up.

Both the *FAV5* and *Favorita* designs of clipper feature a corded version, which are considered as the real workhorses of *Aesculap* range of products. They are renowned for being able to tackle any kind of coat, particularly their ability to cut through the most matted and dirty coats.

RESISTANT AND DURABLE. All *Aesculap* clippers are engineered and manufactured in Germany to the highest standards using durable components. For instance the screw casings in *Aesculap* clippers are metal, so are the levers. In other clippers they are made of plastic: this explains why *Aesculap* clippers last for such a long time: some groomers are still using clippers that are 20 years old. *Aesculap* clippers have a slower but very powerful engine so you do not have to push the clipper through the coat; you only need to guide it. A slower engine also means that the blades never get hot. These clippers are all well-balanced and ergonomic to use: they are less likely to put a strain on the groomer, which is very important since they are used for a long time. Clippers will also withstand heavy use and still produce excellent finishing results.

GOOD INVESTMENT. *Aesculap* manufactures a range of trimmers, which are perfect for the finishing touches and for sensitive or difficult-to-reach areas. They guarantee excellent results on paws, ears and faces. They are also extremely quiet: the ideal tool for nervous dogs or to introduce a puppy to the grooming experience. Buying a clipper or a trimmer is a big investment for groomers but whatever type of *Aesculap* product you opt for you can be sure it will not let you down and will continue to produce excellent results day in and day out.

AESCULAP SUHL GmbH – B. BRAUN
phone (+49)3681/49820, fax (+49)3681/498249
www.aesculap-clippers.com, clippers@aesculap.de

FAV5-CL

FAVORITA CL



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

La scelta naturale

A pochi mesi dal rilancio sul mercato italiano, grande successo per la linea di alimenti che ha nella naturalità dei prodotti il suo fiore all'occhiello

A distanza di poco meno di tre mesi dall'avvio del suo rilancio sul mercato italiano (la data ufficiale è infatti stata quella del 17 giugno scorso), *Natural Choice*, la linea tutta naturale di alimenti per cani Nutro, società del gruppo Mars, sta già registrando ottimi risultati non solo di vendita, ma anche di apprezzamento da parte dei consumatori finali.

Distributrice esclusiva della gamma sull'intero territorio nazionale è, proprio da giugno, Effeci Service, la giovane e dinamica società di Belgioioso, in provincia di Pavia, che sa contraddistinguersi per il suo essere innovativa in termini di prodotto, sicura in termini di qualità e affidabile in fatto di efficienza e tempestività nei servizi.

"Non possiamo che essere soddisfatti di questi primi risultati", commenta Fabrizio Cassiani, timoniere dell'azienda pavese. E aggiunge: "Stiamo avendo un importante supporto da Nutro Europa: Denis Convert, che ne è a capo, crede che il team Effeci Service abbia tutte le carte in regola per mietere notevoli successi in Italia con un prodotto del calibro di *Natural Choice*".



EFFECI SERVICE SRL
tel. 0382957122, fax 0382955466
www.effeciservicesrl.com
info@effeciservicesrl.com



STRATEGIE GLOBALI. Ma Effeci Service non si accontenta, per il rilancio di questo marchio famoso negli Usa e addirittura numero uno nel segmento "naturali", di far leva sulla propria pluriennale esperienza nella vendita di prodotti superpremium: si guarda oltre, applicando concretamente strategie di managing globali.

"Abbiamo già avuto proficui confronti con le aziende del gruppo in altri Paesi europei", dice di nuovo Cassiani, "in particolare con la Spagna, dove è responsabile Carlos Martin Martinez-Almeida: la collaborazione tra noi è importantissima per la crescita".

Il confronto si orienta per esempio sui materiali da posizionare nei punti vendita, sulle giornate promozionali, su tutto ciò che riguarda il materiale informativo e conoscitivo.

"Il nostro obiettivo", precisa Fabrizio Cassiani, "è quello di avere uno sgar-

do europeo supportato da un nuovo modo di intendere la conduzione di un'azienda: più allargato, più internazionale, più globale. Siamo certi che così il nostro marchio raggiungerà presto la posizione che merita".

CARATTERISTICHE A CINQUE STELLE. In quest'ottica, non stupisce che una delle prime preoccupazioni di Effeci Service sia fornire ai negozianti un utile servizio di informazione sulle caratteristiche che fanno di *Nutro Natural Choice*



ALIMENTAZIONE NATURALE

la scelta migliore per chi vuole, per il proprio quattrozampe, i privilegi di un'alimentazione naturale superpremium. Tutte le ricette che compongono la linea, infatti, rispondono a queste importanti caratteristiche:

- sono realizzate con ingredienti di alta qualità;
- soddisfano i fabbisogni essenziali del cane;
- contengono proteine della carne di alta qualità;
- tutte le formule sono studiate scientificamente per soddisfare le esigenze specifiche di ogni animale;
- contengono carne come primo ingrediente principale;
- le proteine animali derivano da un'unica fonte per evitare i rischi di allergie e intolleranze;
- l'uso costante assicura il miglioramento di acute e mantello;
- contengono un mix brevettato di vitamine B e biotina;
- non sono impiegati pro-



dotti di scarsa digeribilità come teste e zampe;

- sono realizzate senza inutili coloranti, aromi o conservanti artificiali, con antiossidanti naturali per garantire la freschezza.

UNA SCELTA, MA CON TANTE ALTERNATIVE. Completamente naturale, altamente qualificata e di elevato livello qualitativo, la linea *Nutro Natural Choice* comprende ben 29 referenze differenziate a seconda dell'età e della taglia del cane e i suoi prodotti si possono sinteticamente descrivere come divisi in tre grandi famiglie: pollo di prima scelta, ipoallergenici (agnello e riso) e per esigenze particolari.

Tra le caratteristiche che distinguono tutti gli alimenti *Nutro Natural Choice* a garanzia di alta qualità e freschezza, spiccano la presenza di un mix brevettato di vitamina B e biotina, le quali garantiscono il miglioramento di cute e mantello, e l'assenza di derivati di scarsa digeribilità come testa e zampe. (J.B.) ●



DOGS

The natural choice

A few months after the launch on the Italian market, great success for the new range of natural pet food

Less than three months have passed from the relaunch on the Italian market and *Natural Choice*, the all natural range of Nutro dog food, is already recording excellent sales and popularity.

The exclusive distributor on the domestic territory is Effeci Service, a young and dynamic company.

"We cannot be but satisfied for that performance", Fabrizio Cassiani, Effeci Service's manager, comments. "We are highly supported by Nutro Europe: Denis Convert, who is the general manager, believes that our team has what it takes to reach great success in Italy with such a product as *Natural Choice*".

GLOBAL STRATEGIES. To relaunch the American brand, which is number one in the "natural" segment, not only does Effeci Service make use of its long experience in the superpremium industry but also applies specific strategies of global management.

"We confronted with the companies being part of the group in other European countries", Cassiani explains, "in particular, with the Spanish distributor and the manager Carlos Martin Martinez-Almeida: our collaboration is fundamental for growth."

The confrontation is based, for instance, on the point of sale marketing tools, the promotional actions, and the information material.

"Our goal", Fabrizio Cassiani goes on, "is to have a European point of view and develop a new way to run our business: a wider, more international, more global attitude. We are sure that the brand will thus soon reach the success it deserves."

FIVE STAR QUALITIES. It is not by surprise that one of the first issues for Effeci Service is to supply the retailers with a useful service that communicates the qualities that make *Nutro Natural Choice* the perfect choice for the pet owners that look for a really natural superpremium dog diet. All the recipes have the following qualities:

- they are made with high quality ingredients;
- they meet the dog essential nutritional demands;
- they contain high quality meat proteins;
- all the formulas are scientifically developed to meet the specific dog demands;
- they contain meat as first ingredient;
- the animal proteins derive from a sole source to avoid possible allergies and intolerances;
- steady use ensures better skin and coat condition;
- they contain a patented blend of vitamin B and biotin;
- they are free from scarcely digestible products like heads and paws;
- they are free from useless artificial colours, flavours and preservatives and contain natural antioxidants that preserve freshness.

ONE CHOICE, MANY VARIETIES. Totally natural and highly qualified, the *Natural Choice* range includes good 29 life-stage, breed-size varieties. They can be grouped in three large lines: first choice chicken, hypoallergenic (lamb and rice) and specific demands. A patented blend of vitamin B and biotin stands out among the many properties that make *Nutro Natural Choice* a quality brand: it improves the skin and coat condition. Further, the range does not include scarcely digestible ingredients such as heads and paws.



Gioielli da incidere

Una grande collezione di medagliette dedicate a oltre 100 razze tra feline e canine è oggi disponibile anche col sistema di incisione fai-da-te

Non è un caso che MyFamily nasca da un'esperienza decennale nel settore orafa: questo background le ha permesso di arrivare a produrre un oggetto che non è solo una classica medaglietta, ma qualcosa di molto simile a un vero monile, un gioiello da regalare agli amici più cari a due e a quattro zampe.

E, per assolvere al loro ruolo di targhette identificative, su tutti i ciondoli è possibile incidere il nome dell'animale e il numero di telefono del proprietario.

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

Ma c'è anche la collezione *Chic* (foto 2) con pendenti a forma di cuore, ossa e zampetta impreziositi da strass made with Swarovski elements e, per i più esigenti, anche nella versione smalto più Swarovski.

E che dire della serie *MyFamily Basic* (foto 3)? Sono medagliette alla portata di tutti, realizzate in diverse forme e con materiali anallergici come alluminio anodizzato, ottone cromato e ottone bagnato nell'oro.

Stupenda anche la collezione *Charms* (foto 4): è un tripudio di colori brillanti e simpatiche forme, ciondoli microfusi e smaltati a mano, anch'essi ovviamente con possibilità dell'incisione, dalle emoticon alla medaglietta a

forma di margherita, coroncina, coccinella, mentre per i cani più "atletici" c'è persino il ciondolo agility.

E non dimentichiamo le medagliette *Basic Handmade* (foto 5): nate dalla fusione delle *Basic* classiche (per la forma) e delle *Colors* (per la lavorazione), sono arricchite da smalto colorato steso con una speciale tecnica di lavorazione artigianale che caratterizza un prodotto di eccellenza, esattamente la stessa tecnica utilizzata anche per la nuova collezione *Shine* (foto 6), contraddistinta da una speciale colorazione a smalto a effetto glitter.

Particolarmente amata dall'azienda è poi la serie *Classic* (foto 7), la prima in cui viene utilizzato il logo MyFamily non solo come

marchio identificativo, ma come concetto di unione e amore con un significato preciso: "La Mia Famiglia".

Innovativa e molto ammirata dai visitatori all'ultima edizione di Zoomark

International è stata infine la collezione *Reflective* (foto 8): medagliette rosse, smaltate a mano con uno speciale materiale adesivo rifrangente certificato per l'utilizzo in svariati campi come, per esempio, i giubbotti di salvataggio. In caso di smarrimento, il cane resta ben visibile anche al buio quando viene colpito da un fascio di luce, riducendo così i rischi di essere investito.

PER LA PRIMA VOLTA IN ITALIA. Dopo l'anteprima al Global Pet Expo di Orlando, a Zoomark International è stata presentata al mercato italiano

**MY
family**

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





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. Grazie a una tecnologia alla portata di tutti, si può avere uno splendido ciondolo personalizzato facendo tutto da sé: basta selezionare il carattere, avviare l'incisione, verificare l'avanzamento del processo e, in due minuti, si ha già in mano la medaglietta. 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.

Un software di ultimissima

generazione disponibile in oltre 30 lingue 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.

SOLUZIONE ULTRACOMPATTA. In alternativa al sistema fai-da-te, c'è *MyFamily Tag Machine* (foto 10), realizzata in collaborazione con l'azienda leader mondiale nel settore dell'incisione: è una macchina di ultimissima generazione touch screen e ultracompatta, semplice da usare, che presenta una grande versatilità e occupa spazi di ingombro ridottissimi, misura infatti 39 cm in altezza, è larga 25,5 cm e ha una profondità di 22,5 cm, con uno schermo di 5,7".

Oltre alla classica incisione, 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.

PER CHI NON LA POSSIEDE. A chi non ha a disposizione la macchina per incidere, *MyFamily* offre un servizio di incisione e spedizione attraverso 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 medagliette delle collezioni e tutti gli altri prodotti *MyFamily*: è sufficiente 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. (A.O.) ●

CATS & DOGS

Engraving jewels

A broad collection of tags dedicated to over 100 cat and dog breeds is now available with self-engraving system

MyFamily is born from a ten-year experience in the gold-working sector. Thanks to its experience, Estella produced an item that is not only a tag, but also a real jewel for human and pet friends.

On every charm it is possible to engrave the pet's name and the owner's telephone number.

CONSTANT EVOLUTION. The great success of *MyFamily* is due to *Colors* line tags (picture 1): funny and colourful, with the nice hand-polished picture, they guarantee a choice among over 100 different breeds of cats and dogs.

There is also *Chic* collection (picture 2), with heart-, bone- and paw-shaped charms decorated by Swarovski rhinestones, also available in the polish-Swarovski version.

What about *MyFamily Basic* line (picture 3)? These tags are within everyone's reach and they feature different shapes and materials, such as: anodized aluminium, chromed brass and gold-plated brass.

Charm (picture 4) collection is also wonderful: a triumph of shiny colours and nice shapes for small, hand-polished charms. They can also be engraved: from emoticons to daisy, crown, ladybug, or agility charms for sporty dogs.

Don't forget *Basic Handmade* tags (picture 5): born from the combination of traditional *Basic* (shapes) and *Colors* (processing), they are decorated with coloured polish applied with hand-made technique. It is the same technique used for new *Shine* (picture 6) collection, which features a special glitter polish.

Classic line (picture 7) is particularly appreciated by the company: *MyFamily* logo is not only the identification brand, but also the concept of bond and love with a precise meaning: "It is my family"

The innovatory *Reflective* collection (picture 8) has been appreciated by visitors at Zoomark International: hand-polished red tags, made of a special refractive material, which is also used for life jackets. If the pet gets lost, it is clearly visible in the dark when hit by light: it reduces the risk of being run over by cars.

FOR THE FIRST TIME IN ITALY. After the preview at Orlando Global Pet Expo, *MyFamily Automatic Tag Machine* (picture 9) was presented to the Italian market at Zoomark International: the self-service machine helps final customers engrave the tag by themselves, without the help of retailers.

Thanks to technology it is possible to buy a do-it-yourself customized charm: select the character, start engraving, check the process and the tag is ready after two minutes.

Thanks to the compact size and functional design, *MyFamily Automatic Tag Machine* can be placed everywhere: it is 152.7 cm high, 59.4 cm wide and its depth amounts to 58.3 cm.

Engraving is easy thanks to the modern software, available in over 30 languages, and the capacitive touchscreen (just like modern smartphones).

MyFamily Automatic Tag Machine uses a diamond tip, to guarantee perfect images, and it is possible to choose five different character types plus a broad range of logos and symbols.

ULTRACOMPACT SOLUTION. In alternative to the self-service system, there is *MyFamily Tag Machine*, (picture 10) made in collaboration with the world leading company in the engraving sector. It is the modern and ultra-compact machine with touch screen, easy to use, versatile and fitting almost everywhere: it measures 39x25.5x22.5 cm, with a 5.7" screen. Besides traditional engraving, it is possible to choose over 60 symbols, including zodiac sign, emoticons and much more. It is also possible to engrave the shop's logo or other brands.

THE ALTERNATIVE. For those who do not own an engraving machine, *MyFamily* offers an engraving and shipping service through vouchers.

With a cheap investment it is possible to start the service: retailers can offer all collections and *MyFamily* products: just fill in the vouchers with the chosen engraving, and *MyFamily* staff will process the order real time, engraving and shipping the tag.



Narra la leggenda che lo shikoku abbia sangue di lupo. La conferma verrebbe sia dal suo aspetto, simile a quello del cugino selvatico, sia dal fatto che il lupo è sopravvissuto nell'areale della razza più a lungo che in altre zone del Giappone.

Un tempo era allevato come cane da caccia, soprattutto per il cinghiale, nelle regioni montuose della prefettura di Kochi, tanto che talvolta è chiamato anche Kochi Ken (cane di Kochi).

È la più rara delle razze giapponesi (oltre ai più celebri akita e shiba, ci sono anche l'hokkaido, il kai e il kishu) e, al momento della classificazione, ne esistevano quattro distinti tipi: Awa, Hongawa, Hata e Uwajima, dal nome delle diverse aree all'interno della prefettura di Kochi.

Hata e Uwajima erano molto simili tra loro e si fusero in un unico tipo che si chiamò poi Hata, mentre l'Awa scomparve dopo la Seconda Guerra Mondiale e, quindi, restarono solo Hongawa e Hata, che costituiscono le due linee di sangue dell'odierna razza anche se si può affermare che la maggior parte degli shikoku di oggi sia un mix tra le due linee. La linea Hongawa (il cui nome deriva alla zona intorno al villaggio omonimo) è compatta e muscolosa, con costruzione leggera e snella e pelo più sottile quasi sempre nero-focato, mentre la linea Hata (proveniente dalla parte sudorientale dell'isola) ha stop più leggero, ossatura più sviluppata, pelle più lassa sul corpo, pelo più spesso, maggior presenza di bianco, orecchie inserite leggermente più in alto.

BENE A SAPERSI

- Come la maggior parte delle razze nipponiche, anche lo shikoku è stato dichiarato Monumento Nazionale, precisamente nel 1937, e come tale viene protetto.

- Quando lo shikoku ha il mantello nero-focato si dice che ha quattro occhi per la presenza di una marcatura bianca a mo' di puntino sopra gli occhi

- Questi i nomi dei colori in giapponese: il sesamo rosso viene chiamato *aka-goma*, il sesamo *goma*, il sesamo nero *kuro goma*, il nero focato *kuro* e il bianco (esistente, ma non ricercato) *shiro*.

Lo shikoku

Origini, storia e caratteristiche di uno spitz giapponese poco conosciuto che deve il suo nome alla più piccola e meno popolosa tra le quattro maggiori isole dell'arcipelago nipponico

di Lorena Quarta





Linea **Pro26D** e **Pro34**: scopri il **prodotto giusto**
per ogni esigenza dei tuoi amici.
Da oggi anche per gatti adulti **sterilizzati**
e cani di **piccola taglia**

Non riesco a
masticare le
crocchette
troppo grandi...



Sono un
micio di casa
sterilizzato

per voi dal dell'Italia



www.conagit.it



Giuntini

ricette italiane tutte da mordere

Seguici su
facebook



Tutti i soggetti devono avere l'*urajiro*, cioè marcature bianche sulla porzione ventrale del corpo, su gambe, guance e muso.

In Giappone ci sono allevatori che selezionano la razza per un impiego a caccia, badando meno alle morfologia e più a mantenere intatte le attitudini venatorie.

DIAMO I NUMERI. È una razza molto rara in Italia e lo conferma l'esiguità dei soggetti registrati nei Libri Genealogici: 1 nel 2010, 1 nel 2011 e 3 nel 2012. Non vanno meglio le cose in altri Paesi europei: in Gran Bretagna la razza non è riconosciuta, in Germania è del tutto assente, in Spagna è stato iscritto nel 2012 un unico esemplare, 5 nei Paesi Bassi e altrettanti in Francia.

CENNI DI STANDARD. Lo shikoku è un cane di media

taglia, ben proporzionato, dai muscoli nettamente delineati e ben sviluppati, forte, con buona ossatura e leggermente più lungo che alto (rapporto tra altezza al garrese e lunghezza del corpo è 10:11).

La testa ha fronte ampia, stop leggero, ma definito, tartufo nero, muso piuttosto lungo a forma di cono, canna nasale dritta, labbra tese, guance ben sviluppate, mascelle forti con chiusura a tenaglia.

Gli occhi sono relativamente piccoli, triangolari, marrone scuro; le orecchie sono piccole, triangolari, leggermente inclinate verso l'avanti ed erette.

Il collo è spesso e potente, il dorso diritto e forte, il torace profondo, con costole ben cerchiate e il ventre ben retratto.

La coda è inserita alta, spessa e portata sul dorso vigorosamente arrotolata o ricurva a sciabola, quando pende la punta arriva quasi al garretto.

Gli anteriori hanno spalla moderatamente obliqua con muscoli sviluppati, gomiti aderenti al corpo,

IL CLUB. In Italia non esiste un'associazione specializzata a tutela della razza, anche se razze simili (akita e shiba) sono tutelate dal Club Italiano Razze Nordiche. Dato l'esiguo numero di esemplari a livello nazionale, è nato un club globale fondato nel 2011 con il riconoscimento del club giapponese Nippo che si chiama "World Society of Shikoku Ken", www.worldsocietyofshikokuken.com

metacarpi leggermente inclinati, i posteriori sono potenti, con muscoli ben sviluppati, garretti moderatamente angolati e piedi ben chiusi con dita ben arcuate, cuscinetti duri ed elastici e unghie dure, nere o di colore scuro.

L'andatura è elastica e leggera, con passi piuttosto corti; il movimento è rapido e permette veloci cambi di direzione.

Il pelo esterno è piuttosto duro e diritto, decisamente lungo quello della coda, il sottopelo soffice e fitto. Colori ammessi:

- sesamo (eguale miscela di peli bianchi e neri);
- sesamo nero (più peli neri che bianchi);
- sesamo rosso (colore di fondo rosso, miscelato con peli neri).

L'altezza al garrese nei maschi è 52 cm, nelle femmine 46, con una tolleranza di ± 3 cm.

FEDELE E AFFIDABILE. Secondo lo standard lo shikoku è "un cane di notevole resistenza, dai sensi acuti e natura semplice, energico e molto sveglio, entusiasta cacciatore; docile con il suo padrone".

Effettivamente è un cane sempre vigile e attento, anche se non abbaia mai senza motivo, quindi è un ideale guardiano delle proprietà e custode della famiglia: ama essere coccolato, è attaccato a tutti i membri del suo nucleo familiare e non ama stare troppo da solo, apprende facilmente, ma è anche sensibile e, quindi, non accetta di buon grado le maniere troppo brusche e ha un grande spirito di adattamento. È resistente, appassionato, energico, docile con il padrone con cui instaura uno stretto legame, è leale, indipendente, riservato e diffidente con gli estranei e per questo richiede una precoce socializzazione. Vive bene in appartamento, ma ha bisogno di poter sfogare le sue energie con regolari passeggiate all'aria aperta, mentre il pelo fitto, che costituisce un'efficace protezione dal freddo, va spazzolato regolarmente per evitare la formazione di nodi.

È un cane vivace e attivo, ama lavorare e queste sue caratteristiche, unite al fatto che apprende senza sforzo ed è agile e atletico, lo rendono idoneo a praticare discipline sportive come l'agility.

Possiede un olfatto molto fine, retaggio del suo passato da cacciatore.

(I cani fotografati nel servizio sono dell'allevamento Kazemachi No Ken di Laura Garzonio, Agrate Conturbia (NO), www.kazemachinoken.com).



Stop allo stress

Uno spot-on aiuta a calmare l'animale in tutti gli stati che generano ansia

La visita dal veterinario? Il temporale? Un viaggio? L'arrivo di un estraneo? Restare in casa da soli? Sono tutte situazioni potenzialmente stressanti per l'amico a quattro zampe. Oggi, però, arriva proprio dalla natura un prodotto utile per facilitare la convivenza con i nostri amici animali e rassurarli nei momenti più delicati. Grazie all'effetto calmante dell'estratto di valeriana, *Beaphar No Stress Spot On* riduce il livello di stress del cane e del gatto, stimolando la loro... "buona condotta".

BENEFICA VALERIANA. Sono note fin dall'antichità

le proprietà fitoterapetiche e calmanti della valeriana officinalis, e in

Beaphar No Stress Spot On l'estratto

viene microincapsulato per attribuire al prodotto un'azione maggiormente prolungata nel tempo. Non solo: il prodotto

può essere utilizzato in totale tranquillità e sicurezza su cani e gatti di ogni razza e di ogni taglia perché rappresenta un'alternativa naturale al 100% che si differenzia dai prodotti a base di feromoni. *Beaphar No Stress Spot On* è in formato spot-on, quindi è di utilizzo estremamente semplice: basta applicare ogni settimana il contenuto di una pipetta direttamente sul pelo tra le orecchie, in modo che l'animale non si possa leccare, e il prodotto diventa attivo un'ora dopo l'applicazione. Per rendere ancora più chiara la procedura di utilizzo, sulla confezione viene



beaphar
For a better pet world

CATS & DOGS

Stop stress

A spot-on product helps calm down the anxious pet

A veterinary visit? A storm? A trip? A stranger coming? Staying home alone? These are all potentially stressful situations for the pet. Straight from nature now comes a product that helps anxious pets and reassures them in such delicate moments. Thanks to the calming effect of the valerian extract, *Beaphar No Stress Spot On* reduces the stress level in dogs and cats and stimulates their good "behaviour".

THE GOOD VALERIAN. The herbal therapeutic and calming properties of *valeriana officinalis* have been known since time immemorial; *Beaphar No Stress Spot On* contains the microencapsulated extract for slow release and prolonged effect. The product is totally safe for cats and dogs of all breeds and sizes since it is a 100% natural alternative to products based on pheromones.

Beaphar No Stress Spot On is very easy to use: once a week the pet owner should apply the content of one pipette directly between the ears to avoid that the pet licks it. The product acts one hour after application. Do not use it on ill or recovering pets and keep it at room temperature. Its specific quality, i.e. being a natural calming remedy, makes it safe also in the presence of children. It can be used in many situations, like when the dog barks excessively, if the pet suffers from anxiety, in case of trips, storms or fireworks, destructive or self-harming behaviour.

Above all, *Beaphar No Stress Spot On* can be used on dogs that suffer from fear of abandonment and bark when left home alone.

In short, with the new *Beaphar No Stress Spot On*, cats and dogs are reassured and stimulated to behave correctly.

With *Beaphar No Stress Spot On*, Pet Village adds a new specialised product to its already wide range.



d'artificio, comportamenti distruttivi o auto mutilanti. Ma soprattutto *Beaphar No Stress Spot On* può essere utilizzato per i cani che soffrono di ansia di abbandono e tendono ad abbaiare se lasciati in casa da soli. Con il nuovo *Beaphar No Stress Spot On*, insomma, il cane e il gatto si sentono rassicurati e vengono stimolati ad adottare comportamenti adeguati alle circostanze. Grazie a *Beaphar No Stress Spot On*, Pet Village amplia il suo catalogo di prodotti specialistici sempre più importanti nell'offerta del negozio specializzato a cui l'azienda si rivolge in esclusiva. (C.M.) ●

riportata un'immagine esplicativa: l'importante è evitarne l'impiego su animali ammalati o convalescenti e conservare il prodotto a temperatura ambiente. La sua peculiare caratteristica, cioè quella di essere un calmante naturale, rende il prodotto sicuro anche in presenza di bambini e ne consente l'uso in molteplici circostanze, per esempio in caso di eccessivo abbaiare, stati di ansia, viaggi, temporali o fuochi



Più fermi di così!

I tappetini che assicurano elevata assorbenza e stop ai cattivi odori sono dotati anche di un sistema di ancoraggio al pavimento

Il nostro amico a quattro zampe è troppo piccolo o troppo anziano per uscire regolarmente di casa per le sue necessità fisiologiche? O è malato o convalescente? In queste occasioni, ma anche in tante altre situazioni simili, come in macchina o in vacanza, occorre avere a portata di mano il prodotto giusto per evitare spiacevoli incidenti e antipatiche conseguenze.

Sempre attenta alle esigenze dei proprietari dei nostri amici cani, Bayer propone i suoi tappetini molto assorbenti che affiancano la linea di detergenti per pavimenti, deodoranti per ambienti, repellenti, neutralizza odori per tessuti e salviette per superfici: tutto quello, insomma, che compone la gamma *Pet Casa Clean*.

ASSORBENZA SENZA ODORI. Grazie alla presenza di polimeri super assorbenti, i *Tappetini Pet Casa Clean* assicurano un alto livello di assorbenza: infatti i polimeri, quando entrano in contatto con l'urina, si trasformano in gel, impedendo la fuoriuscita sulla superficie sottostante, mentre la goffatura del tessuto garantisce un rapido assorbimento dei liquidi.

Infine, grazie al sistema odor control, i *Tappetini Bayer Pet Casa Clean* sono efficaci nell'evitare il diffondersi di cattivi odori, senza contare che ogni tappetino è dotato di adesivi per l'ancoraggio al pavimento.

Per adattarsi meglio alle esigenze del cliente, sono stati realizzati in due formati: 60x90 cm e 60x60 cm, entrambi disponibili in confezioni da 10 pezzi, da utilizzare in casa, nel trasportino, in auto o per proteggere divani.

VISIBILITÀ IN NEGOZIO. Per il petshop, Bayer ha studiato un espositore da terra che facilita la visibilità e, quindi, il successo del prodotto: l'expo contiene otto pack di *Tappetini Assorbenti Bayer Pet Casa Clean* nel formato piccolo e otto nel formato grande.

L'attenzione per la pulizia è un argomento che sta molto a cuore al cliente del petshop, soprattutto se vive in ambienti ristretti come gli appartamenti di città. Bayer è vicina al consumatore offrendo prodotti che aiutino a preservare l'igiene domestica. (G.M.) ●



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



DOGS

No more slides!

Pet training pads guarantee elevated absorption and stop foul odours: today they also stick to the floor

What if pets are too young or too old to go outside for their? Or what if they are ill or convalescent? In these and many other situations (in the car, on holiday), it is recommended to use the right product, in order to avoid unpleasant "accidents".

Bayer is always attentive to the needs of dog owners: the company offers extremely absorbing training pads. They belong to *Pet Casa Clean* range: floor detergents, deodorants, repellents, odour neutralizer for fabrics and wipes for all surfaces.

ODOURLESS AND ABSORBING. Thanks to super absorbing polymers, *Pet Casa Clean Training Pads* guarantee an elevated absorbing power. When polymers get in contact with urine, they turn into gel preventing urine from leaking out on the floor, while the special fabric guarantees a quick liquid absorption.

Thanks to odour control system, *Pet Casa Clean Training Pads* are effective to prevent foul odours. Moreover, each pad is provided with stickers to stand still on the floor.

In order to suit the needs of customers, they are available in two sizes: 60x90cm and 60x60cm, both available in 10-pad bags. They can be used at home, in the pet carrier, in the car or to protect sofas.

SHOP VISIBILITY. Bayer developed a floor display for specialized shops, which increases the product's visibility. The display contains eight bags of small *Pet Casa Clean Bayer Training Pads* and eight bags of large pads.

Customers of specialized shops are very attentive to tidiness, especially if they live in flats. Bayer supports customers with products that help preserve house hygiene.



Nutrirsi è un piacere

Deliziosi paté in nove ricette per nutrire e fare felici, diversificando il loro menu, i gatti di tutte le età

Può essere servito sia come unico alimento completo, sia come aggiunta ad altri cibi per valorizzarne la qualità: è *Vivicat Premium* di Fortesan, i deliziosi paté in nove ricette studiati per fornire al nostro amico gatto un'alimentazione sana e bilanciata.

Gli ingredienti principali sono la carne e il pesce perché, nel menu del gatto, le proteine sono fondamentali.

Tutte le carni, infatti, costituiscono una fonte notevole di proteine ad alto valore biologico e nutritivo: quelle bianche hanno un basso contenuto di grassi che rendono l'alimento molto leggero, ideale quindi per mantenere sotto controllo il peso e perfetto anche per i soggetti anziani oltre che per i cuccioli durante lo svezzamento; le carni rosse, invece, rappresentano un'alta fonte di ferro e vitamine e sono ricche in sapore e gusto. Il pesce, prezioso per la sua alta digeribilità e per l'elevato contenuto di acidi grassi essenziali omega 3 e 6, è un alimento leggero, con proteine ad alto valore biologico e contenente anche vitamine e sali minerali

che comportano benefici su cute, pelo e funzionalità intestinali.

Grazie ai suoi ingredienti pregiati, *Vivicat Premium* offre una grande varietà nutrizionale e permette di diversificare spesso l'alimentazione del gatto assicurando sempre un'elevata appetibilità e digeribilità.

PIÙ GUSTO, PIÙ SAPORE. Il gatto non potrà resistere alla bontà dell'ampia gamma di *Vivicat Premium* e ne trarrà giovamento perché la linea garantisce una dieta equilibrata, bilanciata e altamente digeribile per mici sempre in forma.

Il prodotto, infatti, nasce dall'esigenza e dalla volontà di creare un alimento completo di alta qualità, ma con un prezzo di lancio eccezionale.

Nelle formule *Kitten* e *Adult* e nelle diverse ricette, *Vivicat Premium* risponde alle esigenze del gatto durante tutta la sua vita e offre, contemporaneamente, più gusto e più sapore.

La linea *Vivicat Premium* comprende otto gustose e sfiziose varianti per gatti adulti oltre a una ricetta leggera e nutriente dedicata ai cuccioli: *Pollo e Tacchino Adult*, *Manzo Adult*, *Trota e Salmone Adult*, *Coniglio Adult*, *Tonno Adult*, *Pesce Adult*, *Pollo e Carote Adult*, *Prosciutto Adult*, *Pollo e Tacchino Kitten*.

Tutti i prodotti della gamma sono disponibili in comode e pratiche vaschette da 100 g e non contengono coloranti, conservanti e aromi artificiali. (S.A.) ●

CATS

Nourish with pleasure

Mouth-watering patés in nine recipes to feed cats and make them happy with a varied diet

It can be served as a complete diet or added to other foods to increase their quality: it is *Vivicat Premium* from Fortesan, the range of tasty patés in nine recipes designed for a healthy and balanced daily diet.

The main ingredients are meat and fish since proteins are fundamental for cats. All meats are important sources of proteins with a high biologic and nutritional value: white meats are low in fat and light, excellent to keep weight under control and perfect also for elderly cats as well as for kittens; red meats, instead, are rich in iron and vitamins, tasty and palatable.

Fish is highly digestible and rich in essential fatty acids omega 3 and 6; it is light, it is a source of proteins with a high biologic value and contains vitamins and mineral salts with beneficial effects on the skin, coat and gut.

Vivicat Premium is a wide range of formulas for a varied, palatable cat diet.

TASTY, SAVOURY. Cats cannot resist to the taste of *Vivicat Premium* and enjoy the benefits of a balanced and highly digestible diet.

The *Kitten* and *Adult* formulas of *Vivicat Premium* meet the nutritional demands of cats in all life stages.

Vivicat Premium includes eight tasty varieties for adult cats plus a light and rich formula for kittens: *Chicken and Turkey Adult*, *Beef Adult*, *Trout and Salmon Adult*, *Rabbit Adult*, *Tuna Adult*, *Fish Adult*, *Chicken and Carrots Adult*, *Ham Adult*, *Chicken and Turkey Kitten*.

All varieties are packed in 100g trays and are free from artificial colours, preservatives and flavours.



Il lagotto



Ha un manto difficile da trattare,
ma con i prodotti giusti la differenza si vede

Antica razza da riporto in acqua, originaria delle Valli di Comacchio, il lagotto romagnolo è particolarmente apprezzato perché specializzato nella ricerca del tartufo. Dall'aspetto rustico, forte e ben proporzionato, ha un pelo di tipo semi-ruvido con una particolare arriccatura molto stretta che deve essere distribuita in modo omogeneo su tutto il corpo eccetto la

italsystem
Professional Pet Care Products

ITALSYSTEM SAS di Alberto Bianchi & C.
tel. 0541731428, fax 0541731395
www.1allsystems.com, info@1allsystems.com

testa, dove il riccio è più aperto.

Il pelo di copertura, e soprattutto il sottopelo, sono idrorepellenti. Il mantello tende ad infeltrirsi quindi è necessario tagliarlo quando serve, inoltre è importante l'eliminazione costante del pelo e del sottopelo. Il colore può essere bianco, bianco a macchie marroni o arancio, marrone oppure arancio.

RICCIO, UN PROBLEMA. La difficoltà principale per mantenere in ottime condizioni il pelo del lagotto è legata al tipico riccio a bioccoli che, per sua natura, si infeltrisce facilmente, tende a formare nodi che devono essere sciolti completamente nella fase di asciugatura per lasciare l'aspetto naturale: ecco perché alcuni prodotti sono fondamentali per raggiungere più facilmente un risultato finale eccellente. Il bagno è consigliato una volta alla settimana, soprattutto nel caso di esposizioni di bellezza, ma se non è possibile, è opportuno farlo almeno una volta al mese con l'aggiunta di una pulizia a secco una volta alla settimana. Per il bagno conviene utilizzare i seguenti prodotti:

1. *P.F. Whitening Shampoo* che rende candide le parti bianche e dona luce a tutti gli altri colori. Diluire circa 3 cucchiaini in acqua calda, effettuare il massaggio e il risciacquo finale;
2. scegliere il *Crisp Coat Shampoo*, che ha il pregio di non alterare la naturale tessitura della razza ed elimina delicatamente il grasso in eccesso. Diluire 3 cucchiaini in acqua calda ed effettuare il massaggio e il risciacquo finale;
3. dopo lo shampoo, e prima di condizionare il mantello, diluire 2 cucchiaini di *Product Stabilizer* in 1 litro di acqua calda e versare omogeneamente su tutto il mantello, facendo penetrare il prodotto anche nelle zone nascoste con il movimento delle mani, quindi attendere un minuto e sciacquare completamente. *Product Stabilizer* elimina l'unto in eccesso da pelle e pelo e prepara a ricevere meglio il condizionatore.



A DUE MOTORI. Il soffiatore *Master Blaster* è un potente soffiatore a due motori, due velocità, 2200 W e quattro cavalli di potenza per ciascun motore: robusto e in acciaio, è dotato di un variatore di velocità, ruote e un comodo tubo flessibile lungo 3 m con bocchettone finale.

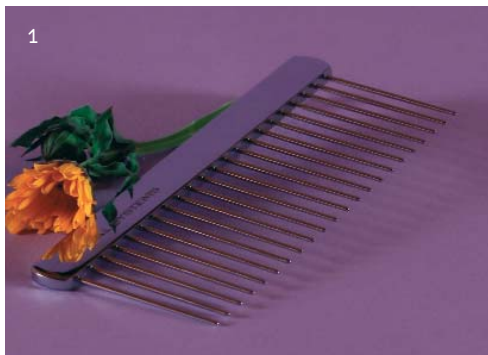


Il soffiatore *Master Blaster* velocizza notevolmente i tempi di asciugatura ed è molto affidabile nel tempo. Con il variatore di velocità è possibile usarlo per tutte le razze, grandi e piccole, con pelo corto e lungo perché permette di selezionare il tipo di spinta d'aria necessario. Inoltre, grazie al variatore di velocità, è possibile contenere l'intensità di rumore.

WITH TWO ENGINES. *Master Blaster* is a powerful blaster with two 4 HP engines, two speeds, 2200 W: sturdy and made of steel, it offers two levels of speed. It is equipped with wheels and a 3 metres long flexible hose with blower nozzle.

Master Blaster cuts drying time dramatically. Speed can be adjusted according to the different dog breeds and sizes and coat features. The different speed levels allow control also noise.

L'IMPORTANZA DI NUTRIRE BENE IL MANTELLO. Per condizionare il mantello del lagotto, utilizzare *Super Rich Conditioner*: diluire 2 cucchiaini di balsamo in acqua calda, versare in modo omogeneo ed effettuare un risciacquo finale. Il condizionamento è importantissimo per nutrire la pelle e il pelo e ottenere così un mantello sano, lucido e con una tessitura corretta. Per effettuare un bagno ristrutturante, si consiglia di non risciacquare il condizionatore, ma dopo averlo versato e distribuito accuratamente, strizzare dolcemente il pelo per eliminare l'acqua in eccesso e procedere con l'asciugatura: un velo di condizionatore rimarrà sul pelo prevenendo nodi e infeltrimenti. Questo procedimento è utile anche quando non si procede al bagno con frequenza settimanale.



ASCIUGATO AL MEGLIO.

Per asciugare usare prima un soffiatore per eliminare l'acqua in eccesso, quindi un phon e, contemporaneamente, stirare il pelo con il cardatore *Slick Brush* procedendo zona per zona, così si garantisce l'eliminazione di tutti i nodi e l'asportazione del sottopelo in eccesso. Inoltre, un pelo

stirato permette di tagliare il mantello con facilità e precisione. È importante asciugare correttamente e completamente il manto fino alla pelle per scongiurare la formazione di infeltrimenti. In caso di un mantello particolarmente annodato e infeltrito, si consiglia di lavorarlo durante l'asciugatura con un taglianodi a 9 lame per eliminare i feltri attaccati alla cute.

Dopo aver stirato ed eventualmente tagliato il pelo, procedere con la fase di asciugatura finalizzata a donare il riccio naturale: diluire in mezzo litro d'acqua 1 cucchiaino di *Hemectant Moisturizing Oil* (l'olio di primula) e nebulizzare con uno spruzzino, quindi asciugare con il soffiatore sollecitando il riccio con dei colpetti di pettine *Poodle Comb* (foto 1) fino a quando non si sarà formato un riccio piuttosto stretto. Nella fase terminale spruzzare sul pelo *3D Volumizing Spray* (foto 2) che, con la sua umidità spray, favorisce la formazione dei bioccoli, continuando a lavorare a piccoli colpetti di pettine: per fissarli, amalgamare nel palmo delle mani una piccola quantità di *Invisible Styling Gel*

(gel modellante) e applicarlo sul pelo con movimenti veloci delle mani come per spettinarlo.

LAVATO A SECCO. Se non si ha la possibilità di lavare spesso il lagotto, procedere una volta alla settimana con un lavaggio a secco: diluire in mezzo litro d'acqua 2 cucchiaini di *Self Rinse Shampoo* (foto 3) e 1 cucchiaino di *Hemectant Moisturizing Oil*, nebulizzare bene e passare il cardatore *Slick Brush* mentre si asciuga con il soffiatore. Lo shampoo a secco elimina le impurità, mentre l'olio facilita il passaggio del cardatore e rinnova l'idratazione sul pelo. Come tocco finale, e anche come prodotto pre-ring, usare il *3D Volumizing Spray*. (G.P.) ●



GROOMING TIPS

The Lagotto

The coat is difficult to groom but good products make the difference

Ancient breed for water retrieving, originally coming from the lowlands of Comacchio, the Lagotto Romagnolo has been selected for the search for truffle. Looking rustic, strong and well proportioned, it has a half-coarse, woolly coat that must be distributed evenly on all the body but the head, where it looks curly.

The hair and the undercoat even more so are water repellent. The coat tends to mat so it needs to be trimmed, when demanded, and brushed to eliminate shedding. The colour may be white, white with brown or rust patches, brown or rust.

LOCKS CAN BE A PROBLEM. Keeping the coat of the Lagotto in perfect conditions is difficult as it is curly and easily matting; tangles are frequent and need to be pulled apart completely while drying the coat to have a natural look; for this reason some products are fundamental for an excellent grooming result.

The Lagotto should be bathed once a week, especially before a dog show; if this is not possible, one bath a month is advised as well as weekly cleaning with dry shampoo. Bathe the dog following those tips:

1. P.F. *Whitening Shampoo* is the product that makes the white hair candid and the other colours bright. Dilute 3 spoonfuls in hot water, massage the coat and rinse;
2. *Crisp Coat Shampoo* does not alter the natural texture and delicately eliminates grease. Dilute 3 spoonfuls in hot water, massage the coat and rinse;
3. after the shampoo and before the conditioner, dilute 2 spoonfuls of *Product Stabilizer* in 1 litre hot water and pour evenly on all the coat leaving it reach also the hidden areas with the help of your hands; wait for 1 minute and rinse thoroughly. *Product Stabilizer* eliminates excessive grease from the hair and skin and prepares them to be conditioned.

THE IMPORTANCE OF GOOD HAIR NUTRITION. Condition the hair of the Lagotto with *Super Rich Conditioner*: dilute 2 spoonfuls in hot water, pour on the coat evenly and rinse. The conditioner is essential to nourish the skin and coat and keep the latter healthy, bright and with a good texture. For a texturing bath, do not rinse the conditioner: distribute it accurately on all the coat, eliminate water in excess and dry. A thin layer of conditioner will remain on the coat to prevent tangles and matting. This method is useful also when the dog is bathed weekly.

PERFECTLY DRIED. Dry the coat using an air blaster to eliminate water in excess then finish with a hair dryer while brushing and straightening the hair with a *Slick Brush* proceeding zone after zone to eliminate all tangles and remove excessive undercoat. This operation will help trim the coat easily and precisely.

Dry the hair correctly and completely to the skin to make sure it does not mat. If the coat is particularly tangled and matted, work it with a shedder with 9 blades while drying it to eliminate mats close to the skin.

After having straightened and possibly trimmed the hair, you need the hair to be curly again: dilute 1 spoonful of *Hemectant Moisturizing Oil* (primrose oil) in half a litre water and spray it on the coat; dry the dog with an air blaster helping the hair curl with a *Poodle Comb* (picture 1) until the coat looks woolly again.

Finish with *3D Volumizing Spray* (picture 2) that helps the locks roll: to fix them, spread a small amount of *Invisible Styling Gel* in your hand and apply it with quick moves as to ruffle the hair.

DRY SHAMPOOING. If you cannot wash the Lagotto often, dry wash the coat once a week: dilute 2 spoonfuls of *Self Rinse Shampoo* (picture 3) and 1 of *Hemectant Moisturizing Oil* in half a litre water and spray it evenly while passing the *Slick Brush* and drying it with an air blaster. The dry shampoo eliminates debris while the oil helps the slick brush pass and moisturizes the coat. Use *3D Volumizing Spray* for the final touch and when preparing the dog for a show.

Alimenti dietetici umidi

Un nuovo formato per soddisfare i fabbisogni di tutte le taglie e facilitare il mix secco/umido

Gli alimenti dietetici possono rappresentare il supporto alimentare ideale nella gestione di molte patologie e il veterinario può decidere di inserirli nel ciclo terapeutico, ma è fondamentale consumare l'alimento prescritto. È quindi essenziale conoscere le abitudini alimentari di ciascun cane considerando che, accanto a soggetti abituati a nutrirsi unicamente con cibo secco, ce ne sono molti altri che gradiscono il solo umido o un mix di secco e umido.

Da sempre particolarmente attenta all'importanza della precisione nutrizionale, Royal Canin ha ampliato la propria gamma di alimenti umidi della linea dietetica con un nuovo formato da 200 g, più adatto a cani di piccola taglia, che si va ad affiancare

alle lattine da 400 g, indicate per cani con un peso superiore ai 10 kg.

In questo modo, offrendo diversi formati, si facilita il mix secco/umido assecondando le esigenze alimentari e nutrizionali delle diverse taglie e si garantisce, nel contempo, la massima appetibilità senza sprechi di prodotto.

UNA GAMMA ANCORA PIÙ COMPLETA. La gamma degli alimenti dietetici umidi è stata rinnovata anche nella grafica per facilitare l'individuazione del prodotto a scaffale. Si può scegliere tra:

- **Urinary S/O**, un alimento dietetico completo, destinato e pensato per la dissoluzione e la riduzione delle forme recidive dei calcoli di struvite e la prevenzione sia dei calcoli di struvite che di ossalato di calcio, grazie alla sua capacità di indurre una maggior diluizione delle urine e al suo ridotto contenuto di alcuni sali come il magnesio, che sono precursori di diversi calcoli. Disponibile in lattine da 200 e 410 g e in bustine da 150 g;
- **Renal**, un alimento dietetico completo e sviluppato per la gestione nutrizionale delle forme di insufficienza renale, grazie alla ridotta concentrazione di fosforo e al moderato apporto di proteine, di elevata qualità. Disponibile in lattine da 200 e 420 g;
- **Gastro Intestinal**, un alimento dietetico completo che, grazie all'impiego di materie prime altamente digeribili e all'integrazione con nutrienti a effetto antinfiammatorio (acidi grassi omega 3), è adatto a ridurre gli effetti di alcuni disturbi gastrointestinali come diarrea, malattia infiammatoria cronica dell'intestino, maldigestione e malassorbimento, proliferazione batterica, insufficienza pancreatica esocrina, gastrite, colite. L'alta concentrazione energetica ne consente l'utilizzo anche nei casi in cui il cane è inappetente (anoressico o in convalescenza). Disponibile in lattine da 200 e 400 g;
- **Gastro Intestinal Low Fat**, un alimento dietetico completo che, dato il suo basso apporto di grassi, è consigliato in caso di iperlipidemia. Disponibile in lattine da 200 e 410 g;
- **Obesity Management**, un alimento dietetico completo destinato alla gestione nutrizionale del sovrappeso grazie al suo basso potere energetico. Disponibile in lattine da 195 e 410 g;
- **Diabetic Special Low Carbohydrate**, un alimento dietetico completo per il controllo nutrizionale del diabete mellito, caratterizzato dalla presenza di carboidrati che liberano glucosio gradualmente, riducendo il fabbisogno di insulina. L'efficacia del prodotto è supportata anche dall'alto apporto di proteine che mantengono la massa magra a sfavore di quella grassa, riducendo così il rischio di sovrappeso, fattore spesso legato al diabete mellito. Disponibile in lattine da 195 e 410 g;

- **Hepatic**, un alimento dietetico completo indicato nella gestione nutrizionale dei disordini della funzionalità epatica. Il moderato apporto di proteine non sovraccarica il lavoro del fegato mentre il ridotto contenuto di rame previene la tendenza all'accumulo epatico di questo metallo che si ha in caso di epatopatia. L'alimento è formulato in modo da favorire l'apporto di energia proveniente dai grassi (presenza di L-carnitina) piuttosto che quello proveniente dalle proteine. Disponibile in lattine da 200 e 420 g;

ROYAL CANIN

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





- **Cardiac**, un alimento dietetico completo indicato per il supporto nutrizionale della funzione del cuore in caso di insufficienza cardiaca. È caratterizzato da una bassa concentrazione di sodio per prevenire forme di ipertensione mentre il contenuto di L-carnitina e taurina sortisce un effetto di stimolo sulla contrattilità del muscolo cardiaco. Disponibile in lattine da 200 e 410 g;
- **Hypoallergenic**, un alimento dietetico completo destinato alla gestione nutrizionale delle allergie alimentari. L'efficacia del prodotto si basa sull'impiego di proteine idrolizzate e carboidrati purificati. Disponibile in lattine da 200 e 400 g;



- **Sensitivity Control**, un alimento dietetico completo per cani, destinato alla gestione nutrizionale delle intolleranze alimentari, che contiene fonti selezionate di proteine (anatra o pollo) e di carboidrati (riso). Disponibile in lattine da 420 g;

- **Convalescence Support**, un alimento dietetico completo per favorire la ripresa nutrizionale nei casi di anoressia, malnutrizione, incapacità a nutrirsi, trattamento postoperatorio, gravidanza, lattazione, crescita. Ha un alto tenore energetico e un elevato apporto di sostanze nutritive essenziali, nonché di ingredienti ad alta digeribilità. Disponibile in lattine da 410 g e sotto forma di polvere reidratante;

- **Recovery**, un alimento dietetico completo per cani, e anche per gatti, indicato nei casi di anoressia, malnutrizione, supporto nutrizionale intensivo e post-operatorio. La sua consistenza particolarmente morbida lo rende facilmente aspirabile con la siringa ed è utilizzabile anche per l'alimentazione enterale con la sonda. Ha un alto tenore energetico e un elevato apporto di sostanze nutritive essenziali, nonché di ingredienti ad alta digeribilità. Disponibile in lattine da 195 g.

(M.C.) ●



DOGS

Moist diet food

New packaging to meet the needs of all sizes and to support the moist/dry mix

Diet food might be the ideal nutritional support against several ailments. Veterinarians might decide to include them in the treatment, but it is fundamental to eat the food required.

Therefore, it is essential to learn the nutritional habit of every dog: some pets eat dry food only, while others like moist food or a mix of both.

Royal Canin has always been extremely attentive to the importance of nutritional precision. The company broadened its range of moist diet food with new 200g packages, suited for mini dogs. There are still 400g cans, suited for dogs over 10kg.

This is a good way to support the mix of dry/moist food, according to the different nutritional needs of different breeds: it guarantees appetizing food without waste.

INCREASINGLY COMPLETE RANGE. The range of moist diet food now features a new graphics as well, in order to easily locate the product on shelf. It is possible to choose among:

- **Urinary S/O**, the complete diet food dedicated to dogs and developed to dissolve and reduce struvite calculi, as well as to prevent both struvite and calcium oxalate stones. It guarantees an increased urine dilution, as well as reduced quantities of salts such as magnesium. It is available in 200 and 410g cans or in 150g pouches;

- **Renal**, the complete diet food developed to help treat renal insufficiency, thanks to the reduced concentration of phosphorus and adequate intake of high-quality proteins. It is available in 200 and 400g cans;

- **Gastro Intestinal**, the complete diet food that reduces gastrointestinal ailments (such as: diarrhoea; inflammatory bowel diseases; bad digestion and bad absorption; bacterial proliferation; exocrine pancreatic insufficiency; gastritis; colitis) with the help of extremely digestible ingredients and nutritional substances with anti-inflammatory effect (omega3 fatty acids). Thanks to the elevated energy concentration, it can be fed to dogs lacking appetite (anorexic or convalescent). It is available in 200 and 400g cans;

- **Gastro Intestinal Low Fat** is the complete diet food suited in case of hyperlipidemia, thanks to its low fat intake. It is available in 200 and 410g cans;

- **Obesity Management** is the complete diet food dedicated to the nutritional management of overweight pets, thanks to low energy intake. It is available in 195 and 410g cans;
- **Diabetic Special Low Carbohydrate** is the complete diet food for the nutritional management of diabetes mellitus. The product's effectiveness is supported by elevated quantities of proteins, which preserve lean muscle mass. The product reduces the risk of overweight, which is often connected with diabetes mellitus. It is available in 195 and 410g cans;

- **Hepatic** is the complete diet food suited for the nutritional treatment of ailments connected with liver functionality. Moderate quantities of proteins do not overload liver, while reduced quantities of copper prevent excessive quantities of metal present in the liver, which is connected with liver diseases. The product supports energy provided by fats (L-carnitine) rather than from proteins. It is available in 200 and 420g cans;

- **Cardiac** is the complete diet food suited for the nutritional support of heart functionality in case of heart failure. It contains low quantities of sodium to prevent hypertension, while L-carnitine and taurine have a stimulating effect on the heart muscle. It is available in 200 and 410g cans;

- **Hypoallergenic** is the complete diet food suited for the nutritional management of food intolerance. The product's effectiveness is based on hydrolysed proteins and on purified carbohydrates. It is available in 200 and 400g cans;
- **Sensitivity Control** is the complete diet food suited for the nutritional management of food intolerance, and it contains selected sources of proteins (duck or chicken) and carbohydrates (rice). It is available in 420g cans;

- **Convalescence Support** is the complete diet food to support nutritional recovery in case of anorexia, malnutrition, postoperative treatment, pregnancy, lactation, growth. It features an elevated energy intake and an elevated intake of essential nutritional substances, besides extremely digestible ingredients. It is available in 410g cans and rehydratable powder;

- **Recovery** is the complete diet food for cats and dogs, suited in case of anorexia, malnutrition, intensive and postoperative nutritional support. Thanks to its soft texture, it is easily sucked with the syringe, and it can be used in case of probe enteral nutrition. It features an elevated energy intake as well elevated quantities of essential nutritional substances, besides extremely digestible ingredients. It is available in 195g cans.

Soluzioni tecnologiche

Prodotti più sani per animali più felici e per attribuire maggior valore al petshop

La bella stagione sta volgendo al termine: meglio, per il petshop, non farsi trovare impreparato di fronte alle richieste autunnali dei clienti che vogliono proteggere i loro amici a quattro zampe durante le passeggiate quotidiane con i migliori cappotti per cani.

Con *Dog Gone Smart*, leader nella ricerca di prodotti tecnologicamente all'avanguardia, il negozio può proporre la soluzione ai problemi più comuni della vita quotidiana di cani e gatti: dall'introduzione della nanotecnologia all'avanzato batteriostatico di ultima generazione, *Dog Gone Smart* continua ad apportare la tecnologia più innovativa al mercato dei pet.

BELLI, PULITI E DURATURI. Cappotti, letti, cuscini e tappeti sono atossici, sicuri per gli animali e amici dell'ambiente e rimangono puliti naturalmente grazie alla nanotecnologia, riducendo la proliferazione dei batteri.

I tessuti sono privi di PFOA e PFOS (sostanze cancerogene presenti in altri prodotti che si dichiarano idrorepellenti) e la finitura NanoSphere ha ottenuto la certificazione Bluesign (certificazione internazionale rilasciata solo ai prodotti tessili sicuri per le persone e per l'ambiente e fabbricati solo con i più alti standard qualitativi).

Il risultato della tecnologia avanzata *Dog Gone Smart* è una gamma di prodotti che cani e gatti adorano e che i proprietari prediligono perché rimangono puliti naturalmente e durano più a lungo, acquistando maggiore valore.



WONDERFOOD SPA
numero verde servizio clienti 800-555040
dgspetproducts.com

LE CARATTERISTICHE. Perché un cliente dovrebbe acquistare i prodotti *Dog Gone Smart*? Vediamone nel dettaglio le peculiarità:

- sono resistenti ai liquidi, allo sporco e al grasso prodotto naturalmente dal pelo;
- riducono la proliferazione dei batteri che possono causare un odore sgradevole così come infezioni batteriche e allergie;
- la finitura protettiva rimane efficace anche dopo molti lavaggi in lavatrice;
- sono altamente durevoli e resistenti ai graffi.

COME L'ABBIGLIAMENTO SPORTIVO. *Dog Gone Smart* produce i suoi cappotti con nanotecnologie che respingono macchie di ogni tipo, liquidi, sporco e grasso del pelo lasciandoli puliti naturalmente, grazie a una particolare finitura che viene utilizzata da alcune delle marche internazionali più importanti di abbigliamento tecnico sportivo.

I tessuti, quindi, sono altamente resistenti alle abrasioni e garantiscono una maggiore durata nel tempo e, riducendo la proliferazione di batteri e allergeni (spesso causa di cattivi odori), creano un ambiente più sano per l'animale.

I cappotti *Dog Gone Smart* sono lavabili in lavatrice, asciugano molto più rapidamente dei tessuti tradizionali e sono disponibili in due modelli:

- **Parka Aspen**, caldo e confortevole con collo in eco-pelliccia, è imbottito con una finitura impermeabile e antivento. In vari colori e taglie, è dotato di fascia protettiva su addome e torace, imbottitura polyfill e banda elastica regolabile. Il collo con cerniera e la doppia fibbia consentono di farlo indossare più facilmente al cane;
- **Cappottino**, caldo e rifinito ecrù, ha una fascia addominale per una completa protezione del torace e dell'addome e banda elastica regolabile con chiusure in velcro. La finitura esterna è in cotone al 100% e l'interno è imbottito per un comfort davvero eccezionale. È disponibile in vari colori e taglie.



LETTI CON TECNOLOGIA E DESIGN. *Dog Gone Smart* produce anche una gamma di letti, cuscini e tappeti per ogni esigenza.

I *Letti Dog Gone Smart* uniscono una tecnologia esclusiva, per un'igiene e un comfort al 100%, a un design elegante e armonioso in ogni casa.

Come tutti gli altri prodotti dell'azienda, anche i letti sono estremamente resistenti ai liquidi, allo sporco e al grasso prodotto naturalmente dal pelo.

TAPPETI AL TOP. I *Tappeti* con l'esclusiva nanotecnologia si mantengono sempre puliti e sono ideali quindi sia per i cuccioli pasticcioni, sia per cani e gatti adulti.

Disegnati per adattarsi perfettamente anche alla maggior parte delle cucce e dei trasportini, possono essere utilizzati ovunque,



come letti o come cuscini per l'auto, quindi sono ideali per i viaggi. Freschi in estate e caldi in inverno grazie alla finitura in cotone al 100% su un lato, e all'imbottitura in soffice tessuto "sherpa" sull'altro, donano un comfort eccezionale.

Ma ci sono anche i tappeti *Dirty Dog*: la soluzione ideale per pulire le impronte degli amici a quattro zampe perché assorbono magicamente l'acqua, il fango e lo sporco.

In auto, in casa, nel trasportino, sotto la cassetta igienica, sotto la ciotola del cibo e dell'acqua il tappeto *Dirty Dog* è la migliore difesa contro lo sporco.

MORBIDI CUSCINI. I cuscini *Nanosuede*, realizzati in eco-camoscio al 100%, offrono tutte le caratteristiche dell'esclusiva tecnologia *Dog Gone Smart*: non trattengono sporco, macchie, liquidi, odori e batteri, sono lavabili in lavatrice e la loro finitura protettiva rimane efficace anche dopo molti lavaggi. (S.C.) ●



CATS & DOGS

Technological solutions

Healthier products for happier pets and retailers

The hot season will soon be over: the shop must prepare to meet the new demands from the pet owners that will need to protect their furry friends with the best coats when having a walk in the cold weather.

With *Dog Gone Smart*, leader in the research of technologically advanced products, the retailer will have the chance to supply customers with sound solutions to the most common problems of daily life for dogs and cats: from nanotechnology to state-of-the-art bacteriostatic treatment, *Dog Gone Smart* brings innovative technology into the pet supplies market.

NICE, CLEAN, DURABLE. Coats, beds, cushions and mats are non toxic, safe and eco-friendly; they remain clean longer thanks to nanotechnology and reduce bacterial proliferation.

The fabrics are free from PFOA and PFOS (cancerogenic substances contained in other waterproof products); the NanoSphere finishing was certified Bluesign (international certificate awarded exclusively to the textile products that respect the highest standard)

The result of that advanced technology is a range of dog and cat products that pets love and also their owners as they stay clean naturally and last for longer.

THE QUALITIES. Why should a customer purchase *Dog Gone Smart* products? Here are their qualities:

- they repel liquids, dirt and pet coat oil;
- they reduce bacterial proliferation, which may cause bad smell as well as bacterial infections and allergies;
- the finish coating works for longer, even after many washes;
- they are highly durable and scratch resistant.

LIKE SPORTSWEAR. *Dog Gone Smart* manufactures dog coats with nanotechnology that repels stains of any kind, liquid, dirt and coat oil leaving the fabrics clean naturally; the finishing is the same used by several of the leading international brands of sportswear.

Fabrics are highly resistant to abrasions and last in time, they reduce the proliferation of bacteria and allergens (that often cause bad odours), and create a healthier environment for the pet.

Dog Gone Smart outerwear is machine washable, dries more quickly than traditional coats and comes in two models:

- *Parka Aspen*, warm and comfortable, with faux-fur collar, is quilted and has a wind and waterproof outershell. Available in many colours and sizes, it has a full belly and chest coverage, it is quilted with polyfill and has an elastic, adjustable waist band. The zipper/harness slot and the double buckle allow easy wearing;
- *Jacket*, warm and with corduroy collar and trim, it has a belly adjustable coverage and Velcro closures. The outershell is in 100% cotton and the polyfill insulating material ensures top comfort. Available in different colours and sizes.

SLEEPING WITH TECHNOLOGY AND DESIGN. *Dog Gone Smart* supplies also a range of beds, cushions and mats for all needs.

Dog Gone Smart beds combine exclusive technology for top hygiene and comfort with elegant design that fits all interiors.

Like all other products, also the beds repel liquid, dirt and coat oil.

CRATE MATS. The mats with the exclusive nanotechnology are always clean and excellent for both puppies and kittens as well as adult dogs and cats.

Designed to fit most pet houses and carriers, they can be used anywhere, like beds or car seat cushions as they are ideal for travelling. Fresh in the summer and hot in the winter, they are made with soft cotton on one side and fleece on the reverse for top comfort.

The range includes also the *Dirty Dog Mats*: the ideal solution to keep the floor clean from footprints as they magically absorb water, mud and dirt.

In the car, at home, in the carrier, under the cat litter box, under the feeding bowl, the *Dirty Dog Mat* is the best defence against dirt.

SOFT CUSHIONS. The *Nanosuede Cushions* are made in plush faux-suede and witness the exclusive *Gone Smart* technology: they repel dirt, stains, liquids, odours and bacteria, they are machine washable and the protective finishing remains efficient also after many washes.

L'emozione del gusto

Oltre 20 referenze in una nuova linea di snack funzionali pensati per il benessere degli animali

Fra il pet e il suo proprietario si crea un legame unico e profondo: la linea *Stuzzy Friends* di Agras Delic prende ispirazione proprio da questo rapporto che trova, nel momento dello snack, una delle sue più importanti espressioni, racchiudendo tutte le emozioni positive dello stare insieme con gioia e piacere, compreso anche il piacere del gusto.

La gamma comprende un totale di ben 21 referenze, sei per il gatto e 15 per il cane, quindi è davvero in grado di soddisfare qualsiasi richiesta ed esigenza.

Ogni gusto appartiene alla categoria degli snack funzionali che ricevono sempre più consensi dai consumatori, ovvero quegli snack che promettono benefici aggiuntivi con riguardo in particolare al benessere dell'animale.

Inoltre, tutti i prodotti sono realizzati senza l'impiego di coloranti artificiali.

**AGRAS
DELIC**

AGRAS DELIC SPA
tel. 010588586, fax 010588914
www.agras-delic.com
contact@agras-delic.com



TANTE VARIETÀ. Per i gatti, sono disponibili i pratici *Sticks* da 5 g in confezioni da sei o da 10 pezzi e in quattro diverse varietà, tra cui anche quella indicata in modo specifico per i mici sterilizzati. Nella composizione degli snack sono presenti:

- biotina e omega 3 per contribuire alla lucidità del mantello;
- vitamina D3, un aiuto per la struttura ossea;
- taurina per promuovere l'efficienza della vista;
- vitamina E, riconosciuta come coadiuvante nella protezione delle cellule.

I più esigenti, poi, potranno scegliere tra le due referenze *Swiss Mountains* (pollo e manzo) realizzati con sola carne proveniente dai vasti e rinomati pascoli della Svizzera.

PENSANDO A FIDO. Per coccolare l'amato quattrozampe canino, invece, *Stuzzy Friends* propone una vasta gamma di formati differenti con un occhio di riguardo al benessere grazie al loro contenuto che comprende anche:

- inulina, per mantenere l'intestino sano;
- omega 3 per contribuire a ottenere un pelo lucido;
- vitamine E e vitamina D3, con le medesime funzioni della linea gatto.

La scelta spazia dai classici *Sticks* in incarti singoli da 12 g disponibili in quattro gusti (Manzo, Pollo, Prosciutto e Salmone) o in confezioni multiple da cinque pezzi, alle comode stripes in due formati, da 120 e 200 g, e in tre gusti (Prosciutto, Pollo e Manzo).





1

Ma non si possono dimenticare neppure gli immancabili dental snack, chiamati da Agras Delic Dental Premium (foto 1) per sottolinearne da una parte l'alta qualità degli ingredienti, dall'altra la doppia funzione di premio e coadiuvante nel mantenimento dell'igiene orale: la formula, e soprattutto la forma, sono state specificatamente studiate per tenere sotto controllo la formazione del tartaro e contribuire alla freschezza dell'alito.

UN ASSAGGIO DI TUTTA LA LINEA. Come aiuto all'igiene orale si qualifica anche *Giant*, lo snack pensato per

i cani di taglia medio-grande, offerto in una confezione da due pezzi del peso di 120 g ciascuno.

Una vera novità è poi *Fantasy*, ideale per le taglie piccole e piccolissime, che si divertiranno a sgranocchiare le tante forme diverse contenute nell'incarto da 150 g.

E se al cane piace variare spesso, niente di meglio che acquistare le *Selection*: c'è la scatola da 46 pezzi (foto 2) per toy e small e quella da 57 pezzi per medium e large ed entrambe contengono una selezione degli snack più amati tra quelli in gamma, più qualche prodotto pensato in esclusiva per queste referenze.

Ed è chiaro che prodotti di questo calibro meritano un'esposizione di prestigio: ecco perché, nel display durevole in metallo offerto con il primo acquisto della linea *Stuzzy Friends*, trova posto un vassoio di ciascuna referenza. (M.F.) ●



2

CATS & DOGS

Feel the taste

More than 20 formulas build the new range of functional snacks

There is a special bond between man and pet: Agras Delic's range *Stuzzy Friends* gets inspiration from that special bond to express the love the pet owner feels for his/her furry friend.

The range includes 21 formulas - six for cats and 15 for dogs - to meet any demand.

They are functional snacks, which means treats that ensure health benefits.

All the formulas are free from artificial colours.

MANY VARIETIES FOR CATS. The range includes tasty *Sticks* for cats - six or 10 pieces packs and four varieties including one for sterilized cats. The formulas contain the following beneficial ingredients:

- biotin and omega 3, that help keep the coat shiny;
- vitamin D3, which is helpful for the bones;
- taurine, that promotes sight;
- vitamin E, which contributes to protect the cells.

The most demanding cats can choose one of the two *Swiss Mountains* snacks (chicken and beef) made only with meat coming from the large and popular Swiss farms.

A WIDE CHOICE FOR DOGS. *Stuzzy Friends* for dogs includes a large variety of formulas that ensure good health through special ingredients:

- inulin, that keep the intestine healthy;
- omega 3, that keep the coat shiny;
- vitamin E and vitamin D3, which ensure the same benefits as in the cat line.

The range includes the *Sticks* - 12g single packs and four varieties (Beef, Chicken, Ham and Salmon) or multipacks with five pieces - and *Stripes* - 120 and 200g packs and three varieties (Ham, Chicken and Beef).

The range includes also the *Dental Premium* snacks (picture 1) that ensure high quality and good oral care: the formula, and above all the shape, are studied to control tartar build-up and keep the breath fresh.

ALLTOGETHER. Also *Giant*, designed for medium and large dogs, contributes to oral care; it comes in a two-pieces pack (120g).

Fantasy is a new snack for small and toy dogs that will have fun crunching the different shapes packed in the 150g pack. *Selection* (picture 2) is the box containing 46 snacks for small and toy dogs or the one with 57 pieces for medium and large dogs. They both include a selection of the most popular snacks of the range plus special ones designed specifically for that product.

Such quality products deserve to be presented with care: that is why the metal display delivered with the first supply has one tray per product.



Nate per scolpire

Il taglio diventa arte con le forbici rifinite secondo l'antica tradizione dei forgiatori del Sol Levante. Ecco che cosa ne pensano i maestri toelettatori

Per ogni professionista del groomer l'armonia nel taglio non è solo una necessità, ma anche, e soprattutto, un piacere. Nella sua continua corsa all'innovazione e alla qualità, Iv San Bernard ha pensato anche a questo aspetto della vita professionale e artistica del toelettatore e, in occasione di Zoomark International 2013, oltre all'ormai celebre linea *Mineral Red* con la sua

innovativa *Soluzione Lavante SLS free*, ha lanciato anche una linea di forbici di altissima qualità: *Yoko*.

Le nuove forbici da taglio della serie *Yoko* sono l'introduzione qualificante alle forbici giapponesi di alta qualità e rispondono a tutte le richieste dei professionisti ambiziosi.

IV SAN BERNARD®

IV SAN BERNARD SRL
tel. 0571509106, fax 0571509618
www.ivsanbernard.it, info@ivsanbernard.it

PRESTAZIONI DI PRESTIGIO. Interamente realizzate in acciaio giapponese ad alto contenuto di carbonio, sono rifinite secondo l'antica tradizione dei forgiatori del Sol Levante, con grandissima attenzione a ogni particolare, dalle lame fino al poggiadito ergonomico. Per soddisfare gli elevati standard qualitativi giapponesi in materia di materiali e taglio, le forbici *Yoko* sono prodotte utilizzando due diverse leghe di acciaio inossidabile: la combinazione dei diversi gradi di durezza dei materiali conferisce a ogni paio un perfetto equilibrio, garantendo al tempo stesso una durata eccezionale del filo.

Le lame sono ineguagliabili e assicurano comfort nel movimento e accuratezza del taglio e sono realizzate con un particolare processo produttivo teso a raggiungere una precisione assoluta sia della superficie interna, a molatura concava, sia di quella esterna convessa.

Le lame a molatura concava sono così affilate da entrare in contatto solo nel punto di taglio.



Questa raffinata tecnologia permette di creare strumenti dalla durata eccezionale e caratterizzati sia da una riduzione al minimo della resistenza al taglio, sia da un considerevolmente alleggerimento della fatica della mano.

Molti professionisti hanno già avuto modo di apprezzare la qualità delle forbici della serie *Yoko*: ecco, per esempio, i commenti di cinque campioni di livello internazionale, grandissimi esperti di scissoring che, grazie a Iv San Bernard, le hanno provate in anteprima.



PAOLA ACCO. "Da mesi sto usando le forbici *Yoko* e sono entusiasta della loro maneggevolezza. Sono molto leggere, hanno una lama di estrema precisione e non ho ancora avuto bisogno di nessuna affilatura: hanno mantenuto un taglio perfetto come il primo giorno di utilizzo. Grazie alla forma anatomica, poi, basta un piccolo movimento del

pollice: hanno una grande apertura e non mi affaticano la mano".

UMBERTO LEHMANN. "La qualità delle forbici *Yoko* è veramente eccellente. Da molti anni utilizzo con grande soddisfazione i prodotti Iv San Bernard che hanno contribuito a permettermi di ottenere sempre risultati di altissimo livello. Queste forbici mi piacciono moltissimo, hanno un taglio preciso e assicurano un'ottima postura nell'uso: qualunque tipo di pelo risulta splendidamente rifinito".



MARCO MARASTONI. "In *Yoko* ho trovato l'essenza di una vera forbice per scolpire: equilibrio, precisione, dinamismo, assoluta perfezione nel taglio. Tutto quello che ci si aspetta da una 'vera' forbice. Un consiglio per ogni professional groomer? Possederne almeno una. Chi prova *Yoko*, non ci rinuncia più".



CHIARA PICCIONETTI. "È una forbice che risulta molto maneggevole fin dal primo utilizzo grazie all'impugnatura comoda e alle ottime lame, che hanno una lunghezza ideale e tagliano senza segnare. Sono estremamente versatili e permettono inoltre di svolgere un ottimo lavoro con estrema rapidità, essendo perfette sia per inquadrare, sia per rifinire e lisciare. Insomma: delle grandi forbici con cui scatta subito una sintonia perfetta".

MARCO VACCARONI. "Lo slogan *Nate per scolpire* è la migliore definizione che si possa dare di queste forbici: per me è stato un amore a prima vista e possiedo già l'intero range. La mia preferita? Per quanto la scelta sia

ardua, credo sia quella a dentata lunga, ma sono tutte fantastiche e le uso quotidianamente. Iv San Bernard ha fatto un ottimo lavoro che permette anche a noi toelettatori di fare altrettanto. Insomma: sono molto, molto felice e soddisfatto delle forbici della linea *Yoko*". (G.Z.) ●

GROOMING

Born to cut

Cutting becomes a work of art with scissors made according to the ancient tradition of Japanese forgers. Here are the opinions of grooming masters

According to groomers, cut harmony is not only a need but also a pleasure.

Pursuing the constant search for innovation and quality, Iv San Bernard thought about this aspect of grooming. During Zoomark International 2013, besides the famous *Mineral Red* line and the innovative *SLS free Cleansing Solution*, the company launched a line of high-quality scissors: *Yoko*. New *Yoko* scissors are the qualifying introduction to high-quality Japanese scissors and meet all the needs of ambitious groomers.

PRESTIGIOUS PERFORMANCES. They are made of Japanese steel with elevated carbon percentage, finished according to the ancient tradition of Japanese forgers. Special attention has been paid to every detail, from blades to ergonomic handle. In order to comply with Japanese elevated quality standards as far as material and cut are concerned, *Yoko* scissors feature two different alloys of stainless steel: the combination of different hardness levels of materials guarantees the perfect balance, as well as an exceptional duration of the edge.

Blades are unrivalled and guarantee comfort of movement and cutting accuracy. They are made following a special process to obtain the absolute precision of internal and external surface. Concave blades are so sharp they get in contact only in the cutting point.

Thanks to this fine technology, it is possible to produce tools with exceptional duration, featuring the lowest cutting resistance and an elevated relief for the hand.

Plenty of groomers already appreciated the quality of *Yoko* scissors. Here are the opinions of five international groomers and scissoring experts: thanks to Iv San Bernard, they tested them in advance.

PAOLA ACCO. "I have been using *Yoko* scissors for months, and I am really satisfied with their handiness. They are light, with a precise blade and I have not sharpened them yet. Their cutting level is perfect as the first day of use. Thanks to the anatomic shape, a light movement of the thumb is enough: they guarantee a broad opening and my hand is not exhausted".

UMBERTO LEHMANN. "The quality if *Yoko* scissors is really excellent. I have been satisfactorily using Iv San Bernard products for years to reach great results. I like these scissors a lot, their cut is precise and guarantee the correct posture: any type of coat is wonderfully cut".

MARCO MARASTONI. "*Yoko* scissors are the real grooming scissors: balanced, precise, dynamic, cutting perfection. Everything one could expect from a real scissor. A tip for professional groomers? Own at least one of them. Once you try *Yoko*, you will not leave it".

CHIARA PICCIONETTI. "It is a very handy scissors thanks to the handle and to blades, which feature the ideal length and cut without marks. They are extremely versatile and guarantee excellent results in a short time. They are perfect to cut, finish and smooth the coat. They are excellent scissors".

MARCO VACCARONI. "The slogan *Born to cut* is the best definition for these scissors: it was love at first sight, and I already own the whole range. My favourite one? It is hard to tell, maybe the long-pronged one, but I use all of them daily and they are fantastic. Iv San Bernard did a good job, and we can also do a good job. I am very, very happy and satisfied with *Yoko* scissors".



YOKO

COLLECTION



Iv SAN BERNARD®

...disegnate per scolpire...



Art

www.ivsanbernard.it

Professionisti si diventa

Conosciamo i maestri che insegnano i segreti e l'arte del grooming

Da anni, Iv San Bernard offre corsi per principianti ed esperti, insegnando il linguaggio tecnico e la gestualità, dalla toelettatura di base ai segreti dell'acconciatura per le varie razze. Gli elementi teorici e pratici per affacciarsi con competenza al mestiere sono forniti dalla diverse scuole che Iv San Bernard ha aperto in tutta Italia. Ognuna è gestita da un groomer professionista che ha frequentato corsi intensivi con l'insegnante "storica" dell'azienda, Monique van de Ven, e continua la sua formazione grazie ai corsi di aggiornamento che Monique stessa tiene più volte nell'arco dell'anno. Con questo numero di Vimax Magazine iniziamo a conoscere i primi cinque maestri delle diverse scuole dove si può imparare a diventare toelettatori. Seguirà nei prossimi numeri la presentazione degli altri insegnanti.



IV SAN BERNARD SRL
tel. 0571509106, fax 0571509618
www.ivsanbernard.it
info@ivsanbernard.it

SCUOLA DI PUTIGNANO (BA)

ANTONIO ROSSI. Antonio ha sempre avuto la passione per i cani e ha iniziato a toelettare per hobby. Nel 1997 ha deciso di farne la sua professione e ha aperto un negozio in proprio e due anni dopo, in occasione di Zoomark International, ha incontrato la Iv San Bernard iniziando a usare i suoi prodotti e apprezzandone la qualità superiore. Antonio ha frequentato vari stage e partecipato a gare di toelettatura, ottenendo diversi premi nella categoria di taglio a forbice, la sua specialità: primo posto al Campionato Italiano di Empoli nel 2001, secondo posto a Verbania 2003 e terzo a Barcellona nel 2003. Inoltre, ha eseguito dimostrazioni per la Iv San Bernard durante il festival di Firenze. L'incontro con



l'azienda toscana ha significato un salto di qualità per Antonio che, desideroso di diffondere la filosofia dell'azienda, ha deciso di fare del suo negozio una scuola Iv San Bernard.

SCUOLA DI RAGUSA

ALESSANDRO RABITO. In Alessandro, la passione per la toelettatura è nata da un'esigenza ben precisa: quella di prendersi cura del suo barbone. Col passare del tempo, ha capito che questa passione poteva trasformarsi in un lavoro: ha deciso di iscriversi a una scuola di toelettatura a Palermo, poi ha avviato la propria attività riscuotendo da subito grande successo. La sua specializzazione è quella in barboni e spitz e il suo impegno è stato premiato con vari riconoscimenti a livello nazionale e internazionale, fra cui molti titoli di Best in Show. Nel 2006 si è classificato al primo posto nella categoria barbone al campionato di toelettatura ACPT, aggiudicandosi anche il Best in Show. Nel 2009 ha partecipato al World Dog Show di Bratislava, conquistando il 3° posto in classe campione con spitz e l'eccellenza mondiale con barbone. Nel marzo 2011 ha preso parte al 6° International Grooming Festival. Un talento, dunque, che non poteva sfuggire alla Iv San Bernard e nel 2010, dopo una serie di corsi, ha ottenuto il titolo di maestro.



SCUOLA DI BOLLATE (MI)

ROBERTA ROSSI. Dopo i primi passi negli anni '90 in un negozio "vecchia scuola", Roberta ha coltivato l'idea che la toelettatura potesse essere altro: l'incontro e la sintonia con la Iv San Bernard erano inevitabili. Ha conosciuto l'azienda fin dagli albori, nel 1996, apprezzandone subito prodotti e filosofia. Oggi, ha sviluppato una vera passione per i golden retriever, pur restando fedele alla sua filosofia che mette al centro il cane, la sua bellezza e la sua salute e che la porta a toelettare con la stessa cura e maestria i soggetti da esposizione, quelli da salotto e quelli che scorrazzano in giardino. In seguito alle pressioni di Monique Van de Ven, Roberta è diventata una delle maestre di toelettatura Iv San Bernard, per avere la possibilità non solo di insegnare un mestiere, ma soprattutto di portare avanti un messaggio preciso. Nel 2011, oltre a tenere con successo corsi basic e advanced, si è dedicata anche alla sua passione per i golden retriever, facendo stage di toelettatura in varie regioni d'Italia. Nel 2012 ha collaborato con la scuola di Aversa per uno stage sui prodotti che ha avuto un grandissimo successo.



MASSIMILIANO CARLUCCIO. Dal 1993, Massimiliano gravita nel campo della toelettatura, delle esposizioni cinofile e dei campi d'addestramento... praticamente è nato ed è cresciuto in mezzo ai cani. Ma solo nel 2008 ha iniziato ufficialmente a lavorare in questo settore facendo apprendistato presso il salone di Roberta Rossi a Bollate. Lì ha scoperto la sua passione e ha iniziato a partecipare a molti stage organizzati dalla Iv San Bernard, con maestri del calibro di Monique Van de Ven, Marco Vaccaroni, Marco Marastoni, Denys Lorraine e Umberto Lehmann, imparando sia le tecniche che la cosmetologia canina. Ha collaborato anche con importanti allevatori per quanto la preparazione dei cani da esposizione. Lo scorso anno, Massimiliano ha iniziato a prendere parte alle gare di toelettatura, dapprima al Ciseaux D'or e poi ottenendo la vittoria di categoria al Porrini Pet Contest. (F.T.) ●



ECCELLENZA NELLA FORMAZIONE.

CORSI PROFESSIONALI

Corso Basic
Corso SPA - Idromassaggio/Ozonoterapia
Corso "A tu per tu"

TECNICHE DI TOELETTATURA

Taglio a forbice
Taglio a macchinetta
Stripping

PSICOLOGIA CANINA

DERMATOLOGIA
COSMETOLOGIA

Seminario Classic - Seminario Finishing



Scuola di
Bollate
Roberta Rossi &
Massimiliano Carluccio



Scuola di
Ragusa
Alessandro Rabito



Scuola di
Putignano
Antonio Rossi



IV SAN BERNARD s.r.l.

Via Limitese 116, 50053 Spicchio-Vinci (FI) Tel. 0571 509106 Fax 0571 509618 info@ivsanbernard.it - www.ivsanbernard.it

Assi nella manica

Apri a settembre l'accademia Poker:
quattro grandi maestri del groomig che insegnano i loro segreti

Grazie a una nuova, prestigiosa apertura dell'accademia affiliata Iv San Bernard *Poker*, prevista proprio in questo mese di settembre a Roma, la famiglia Iv San Bernard si allarga: dalla Sicilia alla Lombardia, sono salite a nove le scuole legate al marchio, nelle quali è possibile frequentare tutto l'anno corsi di toelettatura a vari livelli, da quelli basic per i principianti ai master di approfondimento e specializzazione per i professionisti.

Alle soglie del 20° anno di attività, che l'azienda toscana festeggerà nel 2014, sempre più sono gli esperti che decidono di dedicarsi alla formazione dei futuri groomer per tramandare la loro esperienza, associando il proprio nome a Iv San Bernard.

IV SAN BERNARD®

IV SAN BERNARD SRL
tel. 0571509106, fax 0571509618
www.ivsanbernard.it, info@ivsanbernard.it

esperti che decidono di dedicarsi alla formazione dei futuri groomer per tramandare la loro esperienza, associando il proprio nome a Iv San Bernard.

SCUOLE AFFILIATE IV SAN BERNARD

Simona Chelli - Barbara De Simoni
Chiara Piccionetti - Oscar Ripamonti
Poker
Roma

Marco Vaccaroni
Cinopolis
Mestre (VE)

I FANTASTICI QUATTRO. A gestire l'accademia *Poker* saranno quattro toelettatori di fama internazionale che, nel loro insieme, realizzano un totale di quasi 100 anni di esperienza di gare e insegnamento: sono Simona Chelli, Barbara De Simoni, Chiara Piccionetti e Oscar Ripamonti.

Il nome *Poker* è un gioco di parole legato al numero degli "assi" fondatori, ma anche al concetto di "occasione vincente"

che torna nello slogan dell'accademia: "Diventa un asso della toelettatura: fai una scelta vincente".

Lo scopo è creare una struttura unica nel suo genere, una vera e propria accademia interamente dedicata alla formazione dei toelettatori, a partire dal corso base fino ai master di approfondimento e ai work shop.

UN'OPPORTUNITÀ UNICA. Agli allievi viene offerta l'occasione di concentrarsi, in un primo momento, solo sulla formazione, e poi di effettuare un periodo di stage all'interno di un salone, entrando così in contatto anche con la quotidianità del mestiere. La scelta, da parte degli esperti, di legare il proprio nome a Iv San Bernard, è legata alla pluriennale collaborazione dei quattro maestri che hanno sperimentato con successo non solo l'alta qualità dei prodotti, degli accessori e degli arredamenti, ma anche la completezza dell'offerta dell'azienda toscana che permette di arredare e mandare avanti un salone senza bisogno di cercare altrove: dalla sala d'aspetto alle zone di lavoro, dalle attrezzature professionali alla minuteria, Iv San Bernard ha infatti una soluzione per tutto, coniugando sempre qualità, design e praticità.

Accanto ai quattro campioni, all'accademia *Poker* lavoreranno altri preziosi collaboratori come il medico veterinario Daniele Barberini, Nicola Pisani (preparatore e handler dal ricco palmarès), Luca Fogli ed Elisabetta Cammalieri (specialisti dei gatti e non solo) e Serena La Piccirella (educatore cinofilo). Ma è arrivato il momento di conoscere meglio i quattro fondatori.

LE SCUOLE IV SAN BERNARD

Monique Van de Ven
Iv San Bernard Grooming Academy
Spicchio, Vinci (FI)

Alessandro Rabito
Toelettatura Professionale
Ragusa

Francesco Marono
Centro Veterinario Normanno
Anversa (NA)

Sabino Sciancalepore
Gli Amici di Melindo
Barletta

Antonio Rossi
Mondo Cane
Putignano (BA)

Marco Marastoni
Pet Peluqueria
Reggio Emilia

Roberta Rossi - Massimiliano Carluccio
Rossi Zoomarket
Bollate (MI)

LUCA FOGLI



ELISABETTA CAMMALIERI



NICOLA PISANI





SIMONA CHELLI

SIMONA CHELLI. Il sogno di bambina di diventare una "parrucchiera per cani" è diventato realtà nel 1995, quando, a vent'anni, ha avviato la sua attività di toelettatura in Toscana, a Grosseto. Simona Chelli vanta numerose medaglie d'oro, argento e bronzo oltre a molteplici premi come miglior tecnica e miglior forbice in competizioni di toelettatura nazionali e internazionali e in gare di creatività: ha vinto il Best in Show al Certo Grooming Event in Olanda nel 2009 e a Barcellona nel 2011 al Campionato Artero.

Ha formato numerosi allievi che si sono distinti a loro volta in diverse gare di toelettatura, e ha creato, assieme a Chiara Piccionetti, l'evento Romeo Grooming a scopo benefico che ha registrato un enorme successo.



BARBARA DE SIMONI

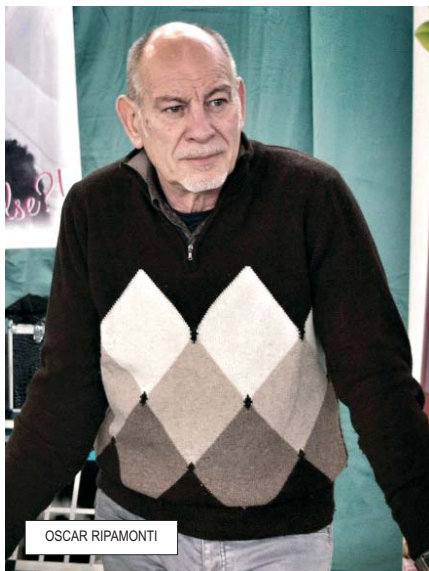
BARBARA DE SIMONI.

Ha cominciato studiando all'istituto d'arte e solo in seguito a questa sua prima passione si è affiancata quella

per la cura e la bellezza degli animali. Sempre tenace e curiosa, ha portato avanti la sua attività di toelettatrice, che è man mano cresciuta fino a condurla a conseguire vari premi in tutte le categorie, compreso il prestigioso riconoscimento del Best in Show vinto nel 2000, al quale si era iscritta come debuttante, per poi vincerne un secondo Best in Show in Francia alle Ciseaux d'Or. Per coronare il suo sogno ha aperto il negozio Stargroom nel cuore di Roma, grazie al quale ha raggiunto il pieno successo professionale e riconoscimento personale. Barbara vuole ora mettersi di nuovo in gioco insegnando i segreti di quest'arte, con l'intenzione di trasmettere non soltanto le sue capacità tecniche, ma anche l'amore profondo verso questo mestiere.

CHIARA PICCIONETTI. Inizia la sua professione nel 1998 e, dopo aver maturato diverse esperienze in negozi di toelettatura e aver frequentato svariati corsi di specializzazione tenuti dai più noti maestri toelettatori italiani, nel 2001 apre la propria attività a Roma: Eurtoelettatura.

Quella di avviarsi all'insegnamento è stata una decisione molto ragionata, avvenuta solo dopo molti anni di lavoro, ma soprattutto dopo essersi messa alla prova confrontandosi con colleghi italiani e stranieri. Sin dalle prime gare di toelettatura ha ottenuto grandi soddisfazioni e successi, vincendo diverse medaglie d'oro, d'argento e di bronzo in tutta Europa e in tutte e quattro le differenti categorie. E non basta. Si è infatti aggiudicata tre Best in Show: al campionato italiano, al campionato internazionale "Milangroom" e al campionato internazionale di Praga "Pragobest". È stata due volte titolare del team italiano alla mondiale a squadre e, a Barcellona nel 2004, si è aggiudicata il titolo di vicecampionessa europea. Più volte invitata alla gara per soli campioni Oster, si è aggiudicata nel 2009 il primo posto, diventando così Oster Europe Grand Champion, il titolo più ambito a livello europeo.



OSCAR RIPAMONTI



CHIARA PICCIONETTI

OSCAR RIPAMONTI. Muove i primi passi nel mondo della toelettatura alla tenera età di 10 anni, seguendo le orme del già affermato papà Serafino. Partecipa presto alle prime gare di toelettatura sia in Italia che all'estero, ottenendo grandi soddisfazioni per i podi conquistati e, contemporaneamente, si affaccia al mondo delle expo di bellezza preparando diversi cani con ottimi risultati. In oltre quarant'anni di attività ha formato circa 700 allievi, italiani e non, molti dei quali rappresentano a loro volta dei punti di riferimento per chi decide di far parte di questa categoria professionale. La sua esperienza e la sua passione lo hanno portato a elaborare delle vere e proprie regole volte a semplificare al massimo i concetti basilari di questo splendido lavoro. La chiarezza nelle spiegazioni rappresenta la sua carta vincente ed è uno dei motivi per cui la sua presenza a stage e corsi di aggiornamento attira sempre un gran numero di partecipanti. (S.S.) ●

Specialisti si nasce

Come? Grazie a una filosofia aziendale basata sull'attento e costante controllo dei processi produttivi e sull'alta qualità delle materie prime

La crescita dell'azienda, la garanzia della sicurezza sul luogo di lavoro e la creazione di un buon rapporto con la clientela: ecco gli obiettivi della Bosch Tiernahrung e dei suoi partner nazionali.

Nell'attuale sistema produttivo sono in gioco una serie di fattori: economici, sociali, etici, qualitativi e ambientali. E l'azienda tedesca risponde offrendo un livello di qualità che soddisfa le esigenze e i desideri dei clienti, guardando contemporaneamente con attenzione la situazione del

mercato e cercando nuove opportunità che possano derivare per i prodotti e i servizi forniti.

In questo modo vengono allargati i collegamenti a nuovi fornitori che si traducono in sviluppo di nuovi prodotti e in un incremento della qualità.

I processi interni vengono sottoposti a un monitoraggio preciso e puntiglioso attraverso analisi e controlli in modo da

avere procedure di produzione trasparenti in una logica di continuo miglioramento dell'attrezzatura tecnica per garantire la qualità costante del prodotto.

TUTTO SOTTO CONTROLLO. Il contatto diretto con la clientela consente di fornire soluzioni rapide in caso di problemi o discrepanze: tutti i dipendenti sono coinvolti nel processo costante di aumentare il livello di qualità.

Le materie prime già sottoposte a severi controlli di qualità dagli stessi fornitori sono riverificate ulteriormente da Bosch Tiernahrung.

L'azienda è dotata di un sistema supplementare basato sui criteri HACCP

che promuove l'efficienza dei controlli di qualità, migliora la documentazione e, quindi, anche la trasparenza dei punti critici, potenziando il processo di garanzia della qualità.

È, inoltre, in stretto contatto con i funzionari della contea di Blaufelden-Wiesenbach per raggiungere il miglior accordo possibile tra gli interessi propri e quelli dei

"vicini di casa": questo significa che, quando si effettuano nuovi investimenti, vengono considerate le ottimizzazioni tecniche e organizzative per ridurre la polvere, il rumore e gli odori che potrebbero risultare fastidiosi a chi abita nelle vicinanze.

SPECIALISTA IN NUTRIZIONE. La versatilità e la specializzazione sono le condizioni per il successo dei prodotti *Bosch Tiernahrung*: come specialista in nutrizione di animali da compagnia, l'azienda è in grado di offrire un programma scientificamente fondato per una dieta calibrata sulle esigenze dell'amico quattrozampe.



BOSCH ITALIA - ANIMALIO.IT
tel. 0293591343 - cell. 3393516852
www.bosch-tiernahrung.de, info@animalio.it



PET WORLD

Specialization is a gift for few

Thanks to the focus on attentive and constant control of production process and on high-quality raw materials

The company's growth, the guarantee of occupational safety and the development of a positive bond with customers: these are the goals of Bosch Tiernahrung and its national partners.

The current production system is affected by: economy, society, ethics, quality and environment. The quality offered by the company meets the needs and expectations of customers, with special attention to the market situation and to develop new chances for products and services offered. In this way it is possible to reach new suppliers, which imply the development of new products and an increase in quality. Internal procedures undergo a strict and attentive control, in order to guarantee transparent production processes to constantly improve the technical equipment and offer constant product quality.

EVERYTHING IS UNDER CONTROL. Direct contact with customers helps provide quick solutions to problems. All employees are involved in the constant process of increasing quality.

Suppliers already perform strict quality controls on raw ingredients, which are further checked by Bosch Tiernahrung. The company features a supplementary system complying with HACCP standards: it promotes the effectiveness of quality controls; it improves documents as well as the transparency of critical points, strengthening the quality-guarantee process.

The company is also in touch with officials of Blaufelden-Wiesenbach state, in order to reach the best agreement for them and the "neighbours". This means that new investments include technical and organizational improvement to reduce dust, noise and odour that might be irritating for those who live in the nearby.

SPECIALIZED IN NUTRITION. Versatility and specialization are the necessary condition for the success of *Bosch Tiernahrung* products: since it is specialized in pet nutrition, the company can offer a programme specifically developed according to the pet's needs.

The broad range of products for cats, dogs and ferrets helps retailers meet every need of customers.

Bosch Tiernahrung offers a range of products developed to guarantee the pet's health and well-being. At the same time, the company carries out researches to constantly improve products, following the most modern scientific discoveries. Thanks to modern plants and to strict controls on origin and quality of raw ingredients, its products are famous and successfully distributed in over 35 countries in the world.

The company can count on active managers and skilled employees. Moreover, it is in contact with nationally- and internationally-acknowledged scientific institutions.

The company also collaborates with the main breeders and experts in cats and dogs. It is extremely important that nutritionists, marketing experts, consultants, technicians and veterinarians work together to guarantee an excellent range of food and become the partner specialized in pet nutrition.



La vasta gamma di alimenti per cani, gatti e furetti, inoltre, assicura al petshop la possibilità di soddisfare tutte le richieste della clientela.

Bosch Tiernahrung propone una varietà di alimenti studiati per il benessere e la salute dell'animale e, parallelamente, prosegue nelle attività di ricerca per il continuo miglioramento dei prodotti basandosi sempre sulle più moderne scoperte scientifiche: è grazie ai moderni impianti e ai rigorosi controlli sull'origine e la qualità delle materie prime che i suoi prodotti sono noti e

distribuiti con successo in oltre 35 Paesi di tutto il mondo.

L'azienda, che conta su una dirigenza fortemente attiva e impegnata e su uno staff ben preparato e di grande esperienza, ha stretto anche numerosi contatti con istituzioni scientifiche riconosciute a livello nazionale e internazionale. Non meno importante è la collaborazione con i principali allevatori e gli esperti di gatti e cani, così come è determinante che nutrizionisti, esperti di marketing, consulenti, tecnici e veterinari lavorino fianco a fianco per offrire una gamma di prodotti alimentari di eccellenza, in modo da affermarsi come un partner competente per tutto ciò che riguarda la nutrizione degli animali da compagnia. (C.R.) ●

Sanabelle®



Esposizione presso International Pavilion al Global Pet Expo



Effettuate la registrazione dello stand entro il 15 novembre.

- Collegatevi con migliaia di acquirenti statunitensi e internazionali di prodotti per animali domestici
- Approfittate della redditività dei prodotti per animali domestici negli USA: un'industria da \$55 miliardi.

APPA
American Pet Products Association

www.americanpetproducts.org/internationalpavilion
internationalpavilion@americanpetproducts.org

Global Pet Expo™

International Pavilion
at Global Pet Expo
Orlando, Florida
March 12-14, 2014

Passo... falso

È piccolo, simpatico, carino da morire. Viene davvero voglia di ricoprirlo di coccole. Ma come mai ogni tanto solleva una zampetta posteriore ?

di Paolo Sparaciarì



foto Mervelze

Certo sono proprio simpatici: è bello vederli zampettare allegramente a fianco dei loro padroni con l'espressione un po' ribalda di chi, a dispetto di una corporatura tutt'altro che imponente, non teme nulla e nessuno.

Dal Rinascimento in poi, i cani di taglia piccola e piccolissima godono l'indiscusso interesse di moltissimi appassionati. E non è difficile capire il perché...

L'aspetto minuto e spesso volutamente "infantile" di questi cani, quasi sempre accoppiato a un temperamento ben definito e tutt'altro che condiscendente, ne hanno decretato un successo che non accenna a diminuire.

OCCHIO ALLA ROTULA. Purtroppo, però, questo particolare tipo di cane è la vittima più frequente del problema di cui vogliamo parlare: la lussazione della rotula.

In realtà, questa particolare patologia ortopedica può colpire tutti i cani, indipendentemente dalla taglia, ma è solo su alcune razze, quelle appunto di taglia piccola e toy, che manifesta con maggior frequenza i suoi nefasti effetti.

Si è inoltre accertato che, almeno in alcune delle razze coinvolte, l'origine del problema è di natura ereditaria, fatto questo che occorre tenere in conto nei soggetti candidati alla riproduzione.

CENNI DI ANATOMIA. Per capire bene il meccanismo che sta alla base di questa patologia è utile, come sempre, ricordare un po' di anatomia.

Senza nessuna pretesa di rigore scientifico, iniziamo con il dire che ci troviamo nell'arto posteriore, precisamente a livello dell'articolazione del ginocchio o, per meglio dire, dell'articolazione femoro-tibio-rotulea.

Nel corso del suo sviluppo embrionale questa articolazione, che svolge una funzione meccanica fondamentale nel sostegno e nella propulsione del corpo, può subire delle alterazioni, alterazioni che possono colpire uno qualsiasi dei segmenti ossei che la compongono, e cioè femore (estremità distale), tibia (estremità prossimale) e rotula.

In condizioni normali questi tre elementi sono perfettamente in asse tra loro e la rotula scorre su una sorta di binario modellato nel femore, con la rotula "integrata" nel tendine del muscolo quadricipite femorale che, a sua volta, si inserisce in una particolare struttura della tibia detta appunto "cresta tibiale".

LUSSAZIONE E DISPLASIA. Se quel binario cui si accennava, e che è costituito da un solco limitato da due emergenze ossee, non è abbastanza profondo, oppure se la cresta tibiale è alterata nella sua posizione, ecco che la rotula si trova scorrere in una sede impropria spostandosi ora verso l'interno, e cioè medialmente, oppure verso l'esterno, e cioè lateralmente.

Il primo caso, lo spostamento mediale, è quello più frequente in assoluto ed è quello di cui ci occuperemo.

Il secondo, lo spostamento laterale, è molto più raro e colpisce specialmente i cani di taglia grande.

Per inciso e per chi, giustamente, volesse imparare una terminologia appropriata, aggiungiamo che parlare di "spostamento" della rotula è per lo meno improprio: trattandosi infatti di strutture articolari è più corretto parlare di "lussazione", ed è così che il nostro veterinario di fiducia la chiamerebbe.

In alternativa, data la natura più spesso displastica delle lesioni anatomiche, si parla anche di "displasia" della rotula.

Clinicamente la lussazione della rotula può avere diverse presentazioni, a seconda della gravità dei danni anatomici e delle conseguenti alterazioni funzionali.

QUATTRO GRADI DI GRAVITÀ. Per motivi di sistematicità nei testi di ortopedia veterinaria la sintomatologia della lussazione della rotula viene classificata in quattro diversi gradi di gravità crescente.

IL MEGLIO DELLA NUTRIZIONE PER CANI E GATTI

Il primo grado è caratterizzato da sintomi lievissimi e intermittenti: l'andatura del soggetto è quasi sempre normale, di tanto in tanto si manifesta un mancato appoggio dell'arto che corrisponde alla lussazione momentanea della rotula che torna al suo posto con la riestensione completa dell'arto. Il disassamento dei segmenti ossei è in questo caso lievissimo.

Quando quest'ultimo è più marcato abbiamo il secondo grado: la lussazione diviene più frequente e talvolta permanente, con una manovra ortopedica è possibile rimetterla a posto, ma il problema tende a ripresentarsi quasi subito.

La tibia è ruotata di 30 gradi o meno rispetto al suo asse normale: clinicamente il quadro è rappresentato dalla tendenza del paziente a non utilizzare normalmente l'arto e a mantenerlo in leggera flessione. Nelle lussazioni di terzo e quarto grado la rotazione della tibia si accentua sempre più e le alterazioni anatomiche delle strutture articolari (superfici, cartilagini, parti ossee) sono sempre più imponenti. La riduzione manuale della lussazione non è più possibile, vuoi per i danni alle superfici articolari, vuoi per la retrazione del legamento tibio-rotuleo. Se nel terzo grado è ancora visibile un certo utilizzo dell'arto, che rimane comunque in posizione semiflessa, nel quarto si ha la completa assenza di funzionalità dell'articolazione: il cane non appoggia più l'arto, che resta in perenne flessione e ruotato verso l'esterno.

DIAGNOSI E CURA. Dal secondo grado in poi il dolore è sempre presente, aumentando in intensità con il peggiorare della situazione anatomica e della funzionalità meccanica.

La diagnosi è relativamente facile e si basa sia sull'osservazione clinica che sugli esami radiografici. Veniamo ora a ciò che, quali proprietari, ci interessa maggiormente, e cioè le possibilità di cura.

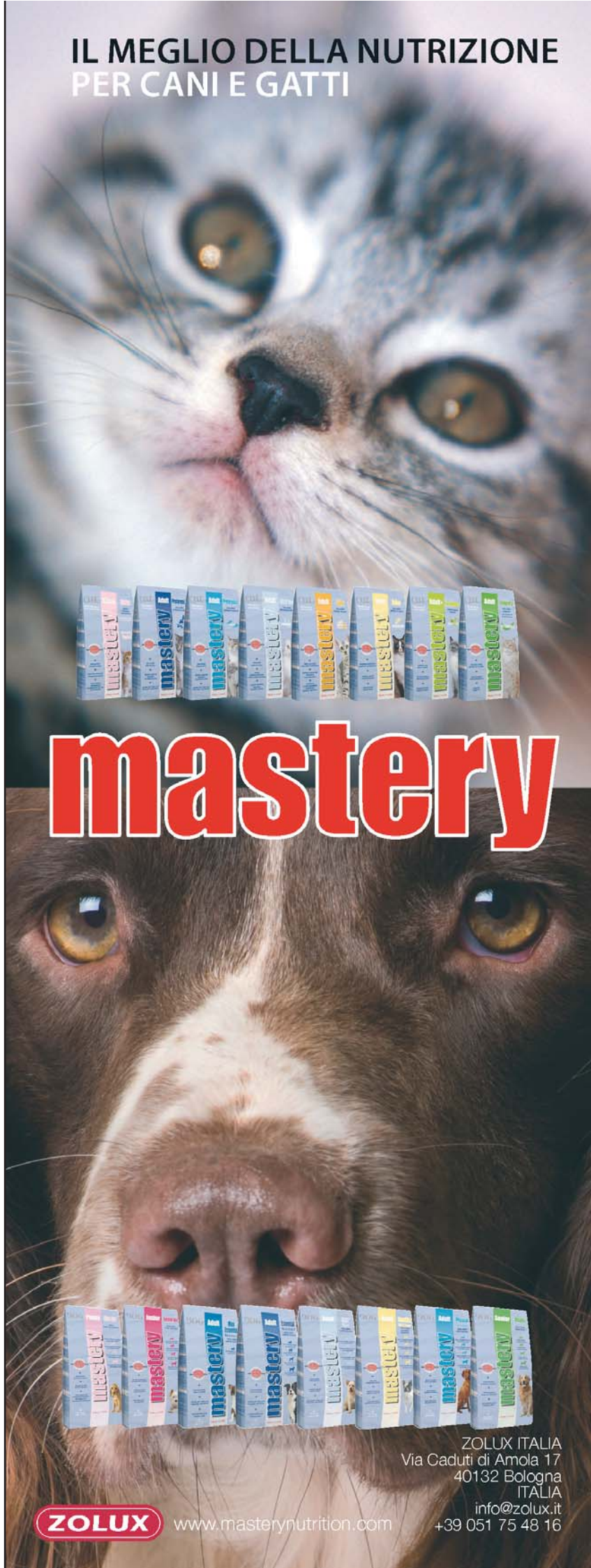
In questo caso la risoluzione del problema è tutta quanta nelle mani della chirurgia e nella competenza di un chirurgo esperto.

Non scendiamo in dettagli inutilmente tecnici, diciamo solo che le possibilità sono diverse in funzione del tipo specifico della lesione, della possibilità di riduzione manuale della lussazione, del grado di rotazione interna della tibia e di altri elementi ancora.

La sintesi di queste variabili, e la scelta conseguente della tecnica più adatta, è compito esclusivo del medico veterinario specialista.

A prescindere dalla tecnica chirurgica impiegata, tutti gli studi effettuati concordano nel concludere che, indipendentemente dal grado di lussazione, esiste una relazione tra precocità dell'intervento e possibilità di completa ripresa funzionale dell'articolazione: nei soggetti con lussazione di grado primo, secondo e terzo la prognosi è favorevole in un numero significativo di casi, mentre questa percentuale scende drammaticamente nei cani affetti da lussazione di quarto grado.

Non possiamo concludere questa breve nota con un richiamo alla responsabilità dei proprietari ricordando ancora una volta che, data la possibile natura ereditaria di questo problema, tutti i soggetti che ne sono afflitti vanno esclusi inderogabilmente dalla riproduzione, e ciò indipendentemente dal grado, e quindi dalla gravità, dei sintomi. ●



mastery



ZOLUX

www.masterynutrition.com

ZOLUX ITALIA
Via Caduti di Amola 17
40132 Bologna
ITALIA
info@zolux.it
+39 051 75 48 16

Con il verde nel cuore

Una formulazione equilibrata per una sana alimentazione quotidiana e un'economia sostenibile

Presente in oltre 25 Paesi e con una solida etica professionale di vero amore per gli animali e l'ambiente, *Ami* è la prova di come sia possibile creare e sostenere una società nel rispetto della natura, dell'uomo e degli animali.

Ogni giorno il team di *Ami* lavora non solo per il successo dell'azienda e per l'affermazione del brand, ma anche per contribuire con grande impegno alla diffusione di una cultura e di un'economia che siano realmente sostenibili.

Ami è guidata da quell'idea di equilibrio vero che, per quanto possa apparire talvolta forse irraggiungibile, rimane tuttavia l'obiettivo ideale al quale tendere ogni giorno e in ogni progetto.



tel. 0490969006
www.amipetfood.com

Ami è presente da oltre un decennio sul mercato internazionale del petfood con una gamma di prodotti dal concetto innovativo e con un'immagine specifica e particolare: la sua gamma è frutto di accurate ricerche scientifiche e di un'attenzione profonda per la realizzazione di prodotti con il minor impatto possibile sull'ecologia, con materiali riciclabili e con materie prime naturali.

EQUILIBRIO E SALUTE TUTTI I GIORNI. Uno dei prodotti di punta del brand *Ami* è rappresentato dalla linea *Ami Dog*, che offre al cane un alimento assolutamente digeribile, nutriente e leggero, donandogli più vitalità e salute.

Ami Dog è una gamma di alimenti completi basata su proteine esclusivamente vegetali, privi di coloranti e conservanti artificiali.

La sua formula naturale risulta ipoallergenica nella quasi totalità dei casi grazie alla scelta delle materie prime e all'equilibrio nutrizionale della ricetta, e il suo uso può risultare risolutivo nell'eliminare i piccoli problemi spesso dovuti a intolleranze ali-

mentari come la secchezza del pelo, la lacrimazione oculare, la forfora. Anche in presenza di celiachia, salvo particolari casi rari, la formula *Ami* è una garanzia di salute, poiché il glutine di grano non crea i problemi



che potrebbero sorgere con l'utilizzo di un diverso glutine di cereale.

La formulazione veterinaria al 100% vegetale, inoltre, può aiutare a risolvere i problemi tipici di un'alimentazione scorretta: digestione lenta o pesante, inappetenza e stanchezza.

Ami Dog è disponibile nella versione *Mini* con la crocchetta adatta per cani di piccola taglia, in confezioni da 800 g e 2 kg, e nella linea *Standard*, per cani di taglia dalla media fino alla gigante in confezioni da 2 e 15 kg.



DOGS

Green heart

A balanced formula for a healthy daily diet and sustainability

Distributing its products in more than 25 countries, pursuing a sound ethical mission and expressing real love for pets and the environment, *Ami* is the evidence that you can run a successful company respecting nature, humans and animals.

Every day the *Ami* team works not only for the company and brand success but also to support a real sustainable economy and attitude.

Ami has been working in the pet industry for over a decade supplying the international market with innovative and specific products: the range comes from deep scientific nutritional research and study aimed at producing the lowest impact on the environment by using recyclable and natural raw materials.

BALANCED AND HEALTHY DAILY DIET. One of *Ami*'s best sellers is the range *Ami Dog* – an extremely digestible diet, nutritious and light, that ensures great vitality and health.

Ami Dog formulas are complete and based on exclusively vegetable proteins, free from artificial colours and preservatives. They are almost totally hypoallergenic thanks to the selected raw materials and the nutritional good balance. They can help solve small health troubles related to food intolerance like dry hair, eye lachrymation, dandruff.

Also in case of celiac disease, but in special and rare occasions, the formula is excellent as grain gluten does not cause the problems that other glutes could.

The 100% vegetable formula can also help solve specific problems tied to unbalanced nutrition: slow digestion, lack of appetite and weakness.

Ami Dog comes in the *Mini* variety for small size dogs (800g and 2kg packs) and *Standard* for medium to giant size dogs (2 and 15kg packs).

ALL VEGETABLE. *Ami* is the brand of 100% vegetable pet food. All formulas are designed to respect nature and the pet's nutritional demands for a long, healthy and dynamic life.

Selling *Ami* products means ensuring eco-friendly, sustainable solutions that respect the planet.

Feeding *Ami* does not only mean selecting the product with deep awareness but also ensuring the pet great wellness and have an environment-friendly and ethical attitude.



OBIETTIVO VEGETALE. *Ami* è il marchio di petfood al 100% vegetale e rappresenta una scelta consapevole e naturale. I prodotti *Ami*, in tutte le loro declinazioni, seguono la natura e le sue necessità provvedendo ai bisogni nutrizionali, aiutando i nostri amici animali ad avere vite più sane, lunghe e dinamiche. Per il petshop, lavorare con *Ami* significa scegliere un sentiero eco-friendly, con logiche di sviluppo lento e sostenibile, in equilibrio con il pianeta. Per il consumatore, scegliere i prodotti *Ami* significa non solo essere attento ai propri acquisti seguendo principi di consapevolezza ed eco-sostenibilità, ma anche avere una serena e approfondita attenzione al benessere degli animali seguendo uno stile di vita coerente con i valori di tutela dell'ambiente, etici e coerenti. (L.D.) ●

è ora di metterlo in forma



your dog is loving it



Ami Dog è il cibo tutto naturale e salutare da usare ogni giorno. Conquista subito il tuo cane, è ultra digeribile e perfettamente equilibrato tra proteine, carboidrati e grassi. Prevenite il rischio di intolleranze e preparatevi a tanta vitalità e salute. *Ami Dog* è davvero il miglior amico del cane.

Scopri il negozio più vicino a te su www.amipetfood.com



the natural choice

Cattiva digestione addio

Una formula specifica per ridurre i disturbi acuti dell'assorbimento intestinale e le patologie infiammatorie gastrointestinali

Dall'innovazione nella ricerca nutrizionale mirata al miglioramento della vita degli amici a quattro zampe attraverso un'alimentazione superiore all'avanguardia nasce *Exclusion Diet Intestinal* di Dorado, un alimento completo dietetico indicato per cani affetti da patologie infiammatorie gastrointestinali, maldigestione e malassorbimento.

Le sue caratteristiche sono uniche e si possono così sintetizzare:

- 1+1: il prodotto contiene un'unica fonte proteica animale e un'unica fonte di carboidrati (=Hypoallergenic);
- NATURAL PRESERVATION: *Exclusion Diet Intestinal* non contiene antiossidanti di sintesi (=Hypoallergenic);
- IL MIX DI FIBRE: riequilibra il transito intestinale;
- I FOS (frutto-oligosaccaridi): favoriscono lo sviluppo della flora intestinale benefica a spese di quella patogena;
- I MOS (mannano-oligosaccaridi): promuovono la salute intestinale, legandosi ai batteri patogeni, favorendone l'eliminazione;
- INTESTINAL HEALTH BETA: vengono rafforzate le barriere intestinali e viene fornito un elevato valore nutrizionale.



DORADO SRL
tel. 042659140, fax 0426308158
www.exclusion.it, infoservice@exclusion.it

Exclusion
Diet Formula



SU INDICAZIONE DEL VETERINARIO. L'alimento possiede un accresciuto livello di elettroliti, ingredienti a elevata digeribilità e bassa concentrazione di grassi.

La sua formulazione specifica è studiata per la riduzione dei disturbi acuti dell'assorbimento intestinale in modo da

compensare la cattiva digestione. Inoltre, viene impiegato anche nei periodi di convalescenza successivi a queste patologie e per regolare il metabolismo dei lipidi in caso di iperlipidemia.

Sarà ovviamente il veterinario a raccomandarne l'uso: solitamente il tempo di impiego indicato è di 1-2 settimane durante le diarree acute e i periodi di convalescenza successivi, o di 3-12 settimane per la compensazione della cattiva digestione.

La quantità di alimento da somministrare è specificata nella tabella riportata sulla confezione, e in ogni caso sarà sempre il veterinario a suggerire la dose più appropriata. *Exclusion Diet Intestinal* non contiene conservanti e aromatizzanti aggiunti, ma viene conservato con tocoferoli naturali. (S.A.) ●

DOGS

No more digestive troubles

A specific formula that reduces severe gut problems and inflammations of the gastrointestinal tract

From innovation in nutrition aimed at improving pets' life comes the superior Dorado formula *Exclusion Diet Intestinal*, a complete diet for dogs suffering from inflammatory pathologies of the gastrointestinal tract, bad digestion and bad food intake.

The qualities are unique:

- 1+1: the product contains a unique animal protein source and a unique carbohydrate source (= hypoallergenic);
- NATURAL PRESERVATION: *Exclusion Diet Intestinal* is free from synthesis antioxidants (= hypoallergenic);
- THE FIBRE BLEND promotes good intestinal transit;
- FOS (fructo-oligosaccharides) support the intestinal beneficial flora to detriment of the pathogenic one;
- MOS (mannano-oligosaccharides) support the gut by trapping the pathogenic bacteria and helping eliminate them;
- INTESTINAL HEALTH BETA that strengthens the intestinal barriers and ensures a high nutritional value.

ASK THE VET. The diet contains a higher level of electrolytes, highly digestible elements and is low in fat.

The formula was designed to reduce severe intestinal troubles and bad digestion. It can be fed also to dogs recovering from that kind of pathologies and to control lipid metabolism in case of hyperlipidaemia.

It is the vet that must recommend it: usually it must be administered for 1-2 weeks in case of severe diarrhoea and subsequent convalescence or for 3-12 weeks to compensate bad digestion. The amount of food to be fed is specified in the chart printed on the pack, although the vet will suggest the appropriate dose.

Exclusion Diet Intestinal is free from added preservatives and flavours and preserved with natural tocopherols.



Resistenza e bellezza

Una linea di accessori perfetta per i gusti particolari degli amici a quattro zampe: tanti colori, tanti materiali e un design innovativo

Hanno entusiasmato tutti per la peculiarità del "fatto a mano". Comodi, eleganti e soprattutto resistenti, i prodotti *Ameliapet* sono stati un vero successo all'ultima edizione di Zoomark International, dove la giovane azienda italiana ha presentato l'elegante e raffinata linea di guinzagli, collari e pettorine.

Ameliapet è un nuovo marchio completamente

made in Italy, ma, forse con un po' di sorpresa, è già richiestissimo da piccoli e grandi petshop italiani ed esteri che a Bologna lo hanno scoperto e lanciato sul palcoscenico internazionale.

La linea di guinzaglieria è riuscita a soddisfare i gusti particolari dei visita-

tori e dei loro amici a quattro zampe grazie alla vasta gamma di colori, ai vari tipi di materiali e a un design innovativo.

Quello che piace è che non si tratta di semplici guinzagli o collari, ma piuttosto di "gioielli" studiati e brevettati in Italia e lavorati artigianalmente: ogni proprietario può trovare il suo modello elegante e originale sul catalogo disponibile sul sito www.ameliapet.it e così il petshop può soddisfare tutte le richieste arrivando a realizzare, su ordinazione, qualsiasi tipo di gioiello.



GIOIELLI A QUATTRO ZAMPE. *Ameliapet* ha cura di ciascun cliente e sa che ognuno ha gusti personali, quindi è possibile personalizzare ogni singolo particolare dei gioielli: i più esigenti possono dunque scegliere di comporre collare, guinzaglio o pettorina con il colore preferito, la pelle più pregiata, i materiali maggiormente in sintonia con i suoi desideri.

In questo modo diventa un'esperienza unica costruire il proprio gioiello scegliendo tra pelle, alluminio, vetro, cristallo, plastica e componendo il collare o il guinzaglio con le forme e le disposizioni preferite.

Inoltre, tutti i prodotti vengono consegnati in apposite confezioni che donano un tocco ancora più raffinato all'insieme e, in negozio, l'intera gamma può essere collocata sull'espositore per dare maggiore visibilità e far provare al cliente finale la qualità.

L'IMBARAZZO DELLA SCELTA. La linea comprende la serie *Plain*, la gamma *Glass*, i modelli *Marble* e quelli *Diamond*: guinzagli, collari, pettorine con cuori, perline, strass... gli accessori che *Ameliapet* produce sono da considerare dei veri e propri gioielli anche per la cura maniacale nella lavorazione interamente artigianale sottoposta ai più rigidi controlli di qualità. Sono disponibili in decine di colori, materiali, forme e tutte le loro relative combinazioni: *Ameliapet* ha brevettato il suo prodotto sia per design che per funzionalità, coniugando la resistenza alla bellezza. Gli articoli in produzione sono già migliaia, ma *Ameliapet* è aperta alle richieste del mercato: può produrre, su ordinazione, qualsiasi tipo di gioiello. (F.C.) ●



CATS & DOGS

Beauty and resistance

The perfect range of accessories for special pets: plenty of colours and materials plus an innovative design

They have been appreciated because of their hand-made peculiar features. Comfortable, elegant and resistant: *Ameliapet* products met with a broad success during last Zoomark International. The young Italian company presented the fine and elegant line of leashes, collars and harnesses.

Ameliapet is the 100% made-in-Italy brand. Surprisingly, it is already popular among small and big Italian and foreign specialized shops, who discovered the brand in Bologna, and launched it on the international stage.

The range of leashes satisfied both visitors and pets thanks to the broad range of colours, materials and to an innovative design.

They are not just leashes and collars: they are jewels designed, patented and hand made in Italy. Every owner can find an original and elegant model on www.ameliapet.it catalogue: specialized shops can meet any demand and offer every type of jewels.

JEWELS FOR PETS. *Ameliapet* takes care of every customers and knows the importance of customization: it is possible to change every single detail of the jewels. The most demanding customers can match collar, leash and harness with their favourite colour, the finest leather or their favourite materials.

Building the jewel becomes a unique experience: choose among leather, aluminium, glass, crystal, plastic and create a customized collar or leash.

All products are delivered with special packages, to add another elegant touch. To increase the products' visibility in shops, a special display is available.

PLENTY OF CHOICE. The range includes *Plain*, *Glass*, *Marble* and *Diamond* lines: leashes, collars and harnesses with hearts, beads, rhinestones... *Ameliapet* accessories are real jewels also thanks to careful hand-made production, which undergoes the strictest quality controls.

The range offers plenty of colours, materials, shapes and combinations. *Ameliapet* patented the design and functionality of its products, combining resistance with beauty.

The range offers many products, but *Ameliapet* welcomes market requests: it can produce any type of customized jewels.



Piccole sfere

L'evoluzione del petfood è la microincapsulazione, che offre la protezione totale dei principi naturali

SANYPET introduce nel petfood la nuova tecnologia delle microsfele (*microcapsules*) che racchiudono e proteggono, all'interno della loro matrice lipidica, principi naturali nutraceutici (ananas, papaia, melograno e ginseng) per garantirne stabilità nel tempo e assorbimento graduale lungo tutto il tratto intestinale (*slow release*), permettendo così un'azione efficace e duratura.

L'innovazione viene introdotta nella linea *Diet Forza10*, ipoallergenica e monoproteica, che mira al benessere di tutti i cani e i gatti con ipersensibilità verso i residui chimici e farmacologici presenti in molti alimenti.

EFFICACIA MOLTIPLICATA. *Diet Forza10* impiega

solo ingredienti puliti e di elevata qualità come pesce pescato in mare e carni di animali allevati in spazi aperti, garantendo così fonti proteiche non inquinate da quei residui farmacologici identificati come la causa principale dei più comuni disturbi legati all'alimentazione.

La formula con ginseng e ananas, da sempre garanzia di salute, moltiplica oggi la sua efficacia con l'azione sinergica della papaia e del melograno e con la nuova tecnologia Microcapsules System.

Le microcapsule sono piccolissime sfere, miscelate al resto degli ingredienti e formate da una matrice lipidico-minerale, che racchiudono e proteggono i preziosi principi naturali dai fenomeni di degradazione, garantendo la loro stabilità nel tempo e il loro assorbimento graduale lungo il tratto intestinale.



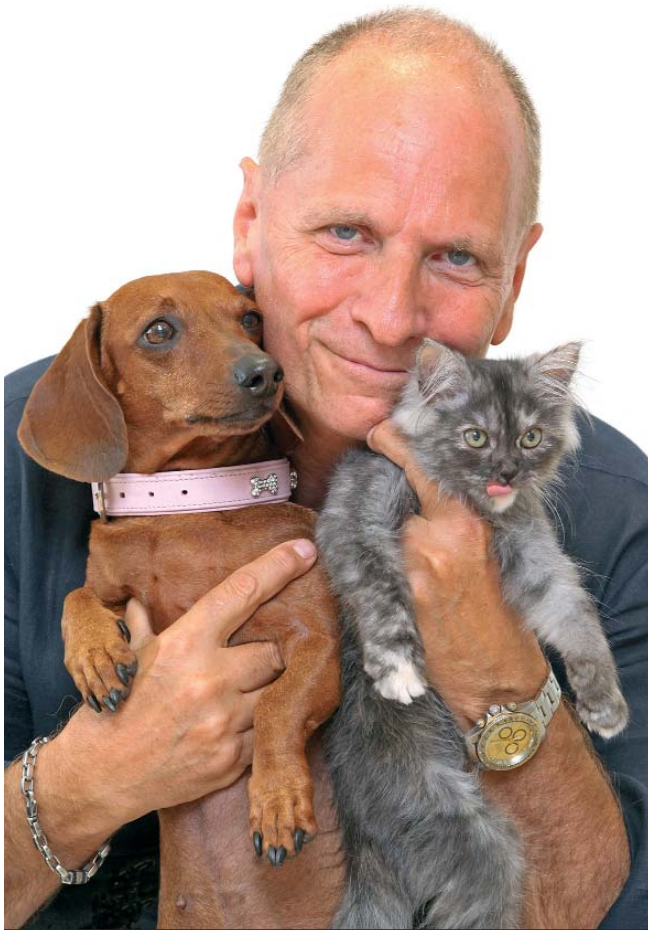
SANYPET SPA
tel. 0429785401, fax 0429767006
numero verde veterinario 800-993398
numero verde commerciale 800-189531
www.forza10.com, forza10@forza10.com



I PRINCIPI NATURALI. Il ginseng è considerato la più nota sostanza energizzante e risulta utile in tutti gli stati di stress. La papaia è un frutto antiossidante, naturalmente ricco di vitamina C, magnesio, calcio e potassio: potenzia i meccanismi fisiologici di difesa dell'organismo. L'ananas è ricco naturalmente di vitamina A e di preziose sostanze benefiche, ben conosciute da tutti i veterinari. Il melograno del Caucaso apporta in modo naturale polifenoli che contrastano l'ossidazione dei lipidi e l'azione dannosa dei radicali liberi, inoltre possiede naturali acidi grassi essenziali oleico e linoleico, indispensabili per l'organismo.

PROTEGGONO, RILASCIANO, MIGLIORANO. Le microcapsule esplicano una serie di azioni: proteggono i principi naturali sensibili dagli attacchi degli agenti esterni (luce, calore, ossidazione e umidità) e dalle reazioni metaboliche che avvengono durante la digestione. Rilasciano lentamente i principi naturali lungo il tratto intestinale, aumentando così la loro efficacia e durata d'azione. Migliorano, inoltre, l'appetibilità dei principi naturali contenuti nelle microsfele.

NIENTE RESIDUI FARMACOLOGICI. Nella linea *Diet Forza10*, l'accurata scelta delle materie prime garantisce la produzione di alimenti sani e di alta qualità, supportati da un sistema di controllo meticoloso in tutte le fasi del processo produttivo.



SERGIO CANELLO FONDATORE DI SANYPET E RESPONSABILE REPARTO RICERCA E SVILUPPO
SERGIO CANELLO, SANYPET FOUNDER AND MANAGER OF THE R&D DEPARTMENT

Particolare attenzione viene riposta nella scelta delle fonti proteiche utilizzate come cervo, agnello e pesce, derivanti da allevamenti all'aperto o da pesca d'alto mare, evitando così la presenza di quei residui farmacologici che si trovano nelle carni provenienti dall'allevamento intensivo, causa principale di intolleranze alimentari.

Tutti gli alimenti della linea *Diet Forza10*, rigorosamente mono-proteici e ipoallergenici, sono il frutto di formule studiate e sviluppate dal Reparto Ricerca e Sviluppo SANYPet e garantiscono sia un ottimo profilo nutrizionale, sia la riduzione dei disturbi legati alle intolleranze alimentari nel cane e nel gatto.

I prodotti della linea *Diet Forza10* sono sia secchi (gusto Pesce, Merluzzo, Cervo, Agnello), sia umidi in lattina (gusto Tonno, Pesce Bianco, Cervo, Cavallo) e in pratiche bustine da 100 g (100% Trota di Mare, 100% Salmone). (M.C.) ●

CATS & DOGS

Microcapsules

The evolution of pet food is micro-encapsulation, to guarantee total protection of natural principles

SANYPet introduces the new microcapsule technology, which protects natural nutraceutical principles (pineapple, pawpaw, pomegranate and ginseng) inside their lipid matrix. This guarantees the principles' long-term stability and their gradual absorption in the intestinal tract (*slow release*), with an effective and long-lasting action.

The innovation is introduced in *Diet Forza10* line, hypo-allergenic and single-protein, which aims at the well-being of cats and dogs sensitive to chemical and pharmacological remains contained in several food products.

MULTIPLIED EFFECTIVENESS. *Diet Forza10* uses only clean and high-quality ingredients such as fish fished in open sea and meat from animals farmed in open spaces: the source of proteins is not polluted by pharmacological remains, which are the main cause of nutrition-related ailments.

The formula with ginseng and pineapple multiplies its effectiveness thanks to the combined action of pawpaw and pomegranate with the new Microcapsule System technology.

Microcapsules are small capsules mixed with other ingredients: their lipid-mineral matrix contains and protects the precious natural principles from degradation, guaranteeing long-term stability and gradual absorption in the intestine.

NATURAL PRINCIPLES. Ginseng is the most famous energizing substance and it is very useful in case of stress. Pawpaw is the antioxidating fruit, naturally rich in vitamin C, magnesium, calcium and potassium: it enhances the organism's physiological defence mechanisms. Pineapple is naturally rich in vitamin A and in precious beneficial substances, well-known by all veterinarians. Pomegranate from Caucasus naturally provides polyphenols, which fight lipid oxidation and the noxious action of free radicals. Moreover, it contains natural essential fatty acids (oleic and linoleic acids), which are essential for the organism.

PROTECT, RELEASE, IMPROVE. Microcapsules protect natural principles from external agents (light, heat, oxidation and dampness) and from metabolic reactions caused by digestion. They slowly release natural principles in the intestinal tract, increasing their effectiveness and duration. Finally, they improve the attractiveness of natural principles contained.

NO PHARMACOLOGICAL REMAIN. The careful selection of raw ingredients for *Diet Forza10* line guarantees healthy and high-quality food, supported by accurate controls during the whole production.

Special attention is paid to the choice of protein sources used: venison, lamb or fish come from outdoor farms or open sea, avoiding pharmacological remains contained in meat from intensive farming, which is the main cause of food intolerance.

All *Diet Forza10* products are single-protein and hypo-allergenic products. They are the result of formulas developed by SANYPet's R&D department. They guarantee an excellent nutritional profile and the reduction of ailments connected with food intolerances in cats and dogs.

Diet Forza10 products are dry (Fish, Cod, Venison, Lamb) and moist (Tuna, White Fish, Venison, Horse) in cans or in handy 100g pouches (100% Sea Trout, 100% Salmon).



Aspetto del microgranulo prima del passaggio nel tratto gastro-enterico.

Microcapsule before entering the gastro-intestinal tract.

I microgranuli vengono degradati a contatto con le lipasi enteriche e pancreatiche e liberano le sostanze naturali.

Enteric and pancreatic lipase degrade microcapsules, which release natural substances.

Dissoluzione e assorbimento graduale delle sostanze naturali nel tratto intestinale (*slow release*).

Gradual dissolution and absorption of natural substances in the intestinal tract (slow release).

Ambiente e micio ringraziano

Una scelta ecosostenibile per ridurre l'impatto ambientale e tutelare, contemporaneamente, la salute del nostro amico e la salubrità dell'ambiente domestico

Può sembrare strano. Un gatto "pesa", in rifiuti prodotti, circa 220 chili l'anno, che moltiplicati per il numero di esemplari che vivono in casa (in Italia più di un milione e mezzo) diventa... un'enormità di rifiuti: centinaia di migliaia di tonnellate composte quasi esclusivamente dal residuo delle lettieri minerali. Una follia, se si pensa che il peso in rifiuti prodotto da un uomo, tra differenziato e indifferenziato, è di 536 chili.

"L'uso delle lettieri minerali" commenta Gaetano Venturelli, direttore generale di Chemi-Vit "non lascia alternativa al sacco del rifiuto indifferenziato, che finisce o direttamente in discarica o nei forni di incenerimento. In questo secondo caso il costo di smaltimento, sia economico che ambientale raddoppia: le lettieri di origine minerale, infatti, non bruciano completamente e le scorie residue devono comunque essere smaltite in discarica. Inoltre, le tonnellate di lettiera minerale prodotte annualmente provocano una serie di danni ambientali legati non solo allo smaltimento, ma

anche ai processi di estrazione. Ecco perché ci siamo indirizzati verso la produzione di lettieri di origine totalmente vegetale".

GreenToilet rappresenta una scelta ecosostenibile, importante per ridurre l'impatto ambientale e tutelare la salute del gatto e la salubrità dell'ambiente domestico: non più cattivi odori, polvere e danni a tappeti e pavimenti.

ECCEZIONALE ASSORBENZA E NIENTE ODORI. *Cliffi GreenToilet* è una lettiera granulare, composta da fibre vegetali vergini di alta qualità che vengono sottoposte a una particolare lavorazione di pulitura della parte silicea che porta a nudo le fibre.

Questa operazione conferisce alla lettiera un eccezionale potere assorbente (400% del suo peso) e una straordinaria capacità antiodore che si sviluppa attraverso un processo biocompatibile in grado di bloccare la formazione di ammoniaca e quindi le esalazioni di gas maleodoranti.

A contatto con i liquidi, *GreenToilet* forma degli agglomerati asportabili che grazie all'agglomerazione reversibile, possono essere smaltibili nel WC in piccole quantità.

La lettiera dura a lungo ed è atossica,

completamente biodegradabile, compostabile, smaltibile nei rifiuti organici e priva di polveri fini volatili, normalmente presenti nelle lettieri minerali.

Inoltre, è ecologica perché non genera rifiuti da smaltire in discarica o negli inceneritori e non contiene additivi chimici dannosi per l'uomo, gli animali e l'ambiente.

È leggera, agevole da trasportare e la sua morbidezza risulta particolarmente gradevole per le zampe degli animali, senza contare che non riga i pavimenti e non danneggia i tappeti.

AMICA DELLA NATURA. In sintesi, *GreenToilet* è biodegradabile al 100% e compostabile: la sua lunga durata (40/60 giorni) e la sua caratteristica di essere antiodore, la rendono gradita ai clienti e può essere trattata come rifiuto organico, quindi è anche amica della natura.

L'utilizzo è semplice e pratico: è una lettiera agglomerante, quindi basta coprire il fondo della vaschetta con circa 7 cm di *GreenToilet*, o comunque con una quantità tale da riempire la vaschetta per i 2/3 della sua altezza.

È opportuno rimuovere quotidianamente gli agglomerati e gli escrementi solidi che possono essere smaltiti

nei rifiuti organici o direttamente nel WC, reintegrando con lettiera pulita la quantità asportata.

Solo all'occorrenza va fatta la sostituzione completa, ed è questo il segreto della sua lunga durata. (A.C.) ●



CHEMI-VIT SRL
tel. 0522887959, fax 0522888200
www.chemivit.com, info@chemivit.com



CATS

Good for the cat and for the environment

An eco-friendly choice to reduce the impact on the environment and ensure good cat health and home hygiene

It may seem strange. A cat "weighs", in terms of waste, around 220kg every year. If you multiply that for the number of cats living in our households (in Italy more than one million and a half) you see a mountain of waste: hundreds of thousands of tons deriving basically from the mineral cat litters. This is crazy, especially if you consider that a man produces around 536kg waste.

"The use of mineral cat litters – says Gaetano Venturelli, general manager of Chemi-Vit – does not leave any alternative: it must be disposed of in the garbage dump or in the incinerator. In the latter case, the disposal costs the double both in economic and environment terms: as a matter of fact mineral litters do not burn completely and the dross must anyway be disposed of in the garbage dump. Further, the tons of mineral cat litter produced every year damage the environment not only as a consequence of the disposal but also of the mining process. That's why we decided to produce totally vegetable litter."

GreenToilet is an eco-friendly choice, important to reduce the impact on the environment and ensure cat health and home hygiene: no more bad smell, dust and damaged carpets and floors.

EXCELLENT ABSORBENCY, NO ODOURS. *Cliffi GreenToilet* is a granulated cat litter made of high quality, virgin vegetable fibres that undergo a special cleaning process that enhances the absorbent level (400% of its weight) and ensures extraordinary odour control. This quality is reached through a biocompatible process that blocks the development of ammonia and consequently of bad smell. When in contact with liquids, *GreenToilet* clumps. Given its reversible quality, it can be flushed in small amounts.

The litter lasts for long and is non toxic, completely biodegradable, compostable, disposable with organic waste and free from dust, which is naturally contained in mineral cat litter.

It is environment-friendly because it does not generate waste that needs to be disposed of in the garbage dumps or incinerators and is free from chemical additives that could harm man, pet and the environment.

It is light, easy to transport and comfortably soft for the cat paws; it does not damage the floor or carpet.

ECO-FRIENDLY. In short, *GreenToilet* is 100% biodegradable and compostable: its durability (40/60 days) and the ability to control odours make it a good choice for the customers and, given it can be disposed of as organic waste, it is also eco-friendly.

It is a clumping litter: a layer of around 7 cm of *GreenToilet* must be poured in the litter box or the correct amount to fill the box by 2/3.

Remove the clumps and solid waste every day; they can be disposed as organic waste or flushed. Add some new litter to cover the amount disposed. Only once in a while replace the whole content of the litter box.

Meglio un mix

Cosa c'è di meglio di una miscela di alimento umido e secco?

Una scelta possibile grazie a una linea di prodotti che si completano l'un l'altro

Il comportamento naturale del gatto è quello di mangiare piccole porzioni durante tutta la giornata e il vantaggio offerto dall'alimento secco è che può essere lasciato anche per diversi giorni all'aria senza problemi.

Non solo: quando il gatto assume cibo secco ne ha, come benefici maggiori, un buon uso dei muscoli della mascella e la buona salute dei denti.

Il beneficio principale dell'alimentazione umida, invece, è la sicurezza, per il proprietario, che l'animale assuma abbastanza liquidi attraverso il cibo.

MP2

MP2 SNC
tel. 055 8969332, cell. 3933571932
info@emmepidue.it

Bozita Feline Funktion è una linea di alimenti sia umidi, sia secchi, che si completano l'un l'altro per garantire la salute del nostro animale con un'alta percentuale di carne fresca svedese che fornisce vitamine naturali e un equilibrato contenuto di minerali rendendo il cibo più saporito e digeribile e facilitando l'assimilazione

delle sostanze nutritive.

Inoltre, scegliendo la stessa varietà di prodotto secco e umido, si ha la garanzia della presenza degli stessi ingredienti nella formulazione, tra i quali la rosa canina, la fibra di cellulosa, la fibra di barbabietola da zucchero e, naturalmente, l'avena trattata: tutti componenti accuratamente selezionati per assicurare l'efficacia nutrizionale, migliorare il sistema immunitario e favorire la salute del gatto.

TUTTO DALLA SVEZIA. La Svezia è famosa per la natura incontaminata, i prodotti di alta qualità, i rigidi controlli di produzione e gli elevati standard di protezione degli animali: tutte caratteristiche che si ritrovano in *Bozita Feline Funktion*, un alimento naturale e semplice realizzato solo con ingredienti di origine scandinava e arricchito con Macrogard un beta glucano naturale estratto dal lievito di birra, che aiuta e rafforza il sistema immuni-



tario stimolando i globuli bianchi a una migliore protezione contro organismi estranei e nocivi che si annidano nel corpo degli animali. Il prodotto, inoltre, contiene anche vitamina B e zinco per rendere la pelle sana e il pelo lucido.

Bozita Feline Funktion umido è disponibile in Tetra Recart, una confezione apri-chiudi a base di cartone completamente riciclabile e smaltibile nella raccolta differenziata, etichettata FSC (Forest Stewardship Council) per collaborare a proteggere l'ambiente.

La linea è disponibile nei formati da 400 g e da 2 kg per il secco oltre che nelle confezioni da 190 g per l'umido e comprende:

- *Bozita Feline Kitten*, per cuccioli e femmine in gestazione o allattamento;
- *Bozita Feline Outdoor & Active*, per gatti con alto fabbisogno energetico abituati all'esterno e attivi;
- *Bozita Feline Indoor & Sterilised*, per mici sterilizzati, anziani o sedentari in sovrappeso;
- *Bozita Feline Sensitive Diet & Stomach*, per gatti con problemi di sensibilità alimentare o in sovrappeso;
- *Bozita Feline Sensitive Hair & Skin*, per animali con problemi di sensibilità della pelle e del mantello;
- *Bozita Feline Large*, per soggetti di taglia grande. (C.G.) ●

CATS

Mixed is better

What is better than a mix of moist and dry food? It is possible thanks to the range of products completing each other

Cats naturally eat low quantities of food throughout the day. Dry food can be exposed to the air for some days without consequences.

Moreover: when cats eat dry food, they exercise the muscle of the jaws and support teeth health.

The main advantage of moist diet is the guarantee that cats ingest enough liquids through food.

Bozita Feline Funktion is the line of moist and dry food that complete each other to guarantee the health of pets. They contain elevated quantities of Swedish fresh meat, which provides natural vitamins, and balanced quantities of minerals, which support the absorption of nutritional substances, for tasty and digestible food.

By choosing the same type of moist and dry food, owners can make sure that they contain the same ingredients: wild-rose; cellulose fibre; beetroot fibre and treated oat. All ingredients have been selected to guarantee nutritional effectiveness, to improve the immune system and to support the cat's health.

ALL FROM SWEDEN. Sweden is famous for uncontaminated nature, high-quality products, strict production controls and elevated animal-protection standards. These same features are part of *Bozita Feline Funktion*, the natural food made of Swedish ingredients and supplemented with Macrogard, the natural beta-glucan from brewer's yeast. The substance helps and strengthens the immune system by stimulating white blood cells, for improved protection against foreign and noxious organisms hiding in pets. The product also contains vitamin B and zinc for healthy skin and shiny coat. *Bozita Feline Funktion* moist is available in Tetra Recart bags: the resealable bag is made of cardboard, which can be completely recycled and features FSC label (Forest Stewardship Council) to help protect the environment.

The range is available in 400g and 2kg bags in the dry version, besides 190g pouches for the moist version. The range includes:

- *Bozita Feline Kitten*, for kittens and pregnant cats or during lactation;
- *Bozita Feline Outdoor & Active*, for active cats with elevated nutritional intake, used to outdoor life;
- *Bozita Feline Indoor & Sterilised*, for neutered, old or sedentary overweight cats;
- *Bozita Feline Sensitive Diet & Stomach*, for cats suffering from food sensitivity or for overweight cats;
- *Bozita Feline Sensitive Hair & Skin*, for cats with skin and coat sensitivity;
- *Bozita Feline Large*, for large cats.



E la coda dov'è?

Aneddoti e leggende circondano la fama del gatto di Man.
Ma la verità è che...

di Laura Burani



GATTO SUPREME CHAMPION DEIMOS GUTEN TAG, NATO IL 3/8/2003, PROPRIETARIA OUTI VALLENIUS (FINLANDIA)

All'epoca del diluvio universale Mosè chiamò a raccolta tutti gli animali e, a coppie, li fece salire sull'arca per poter conservare la vita sulla terra.

La fila era lunghissima: tutti gli animali si accalcavano e spingevano per riuscire a entrare in tempo e, naturalmente, i più grossi e forti erano in testa, seguiti da tutti gli altri.

Il gatto, si sa, è animale timido e diffidente, non ama la ressa e la vicinanza con altri animali, perciò anche in quella occasione si tenne in disparte aspettando il momento propizio per salire, ma... la fila pareva non finire mai.

Soltanto quando tutti furono saliti Mosè e i suoi figli iniziarono a chiudere l'enorme portone dell'arca, il gatto decise di salire e si lanciò di corsa: fece un gran balzo ed entrò nell'arca, ma purtroppo il portone, chiudendosi, gli mozzò la coda.

Vennero le piogge, l'arca si sollevò e iniziò a navigare. Nel frattempo il gatto, che aveva perso la coda, cercava di nascondersi per la vergogna, ma lo spazio all'interno dell'arca era ridotto al minimo.

Non resistendo più alla vergogna della mutilazione, quando l'arca passò vicino a un'isola si tuffò in mare e la raggiunse a nuoto: era l'isola di Man e, da allora, venne chiamato gatto dell'isola di Man.

LA STORIA VERA. Ora facciamo un po' di storia: nel mare d'Irlanda c'è una piccola isola, appunto l'isola di Man, sulla quale intorno al XVIII secolo una colonia di gatti, per una mutazione genetica, perse la coda e sviluppò una maggiore altezza delle zampe posteriori rispetto a quelle anteriori, tanto da conferire alla razza un aspetto singolare e un'andatura che assomiglia a quella di un coniglietto. Vivendo su di un'isola molto piccola, gli spazi sono obbligatoriamente limitati e la consanguineità era inevitabile, quindi le caratteristiche del gene responsabile della mutazione che comportava la perdita della coda e del maggior sviluppo delle zampe posteriori ebbero modo di fissarsi definitivamente.

Gli allevatori hanno scoperto che, se i genitori sono entrambi portatori del gene mutante, i cuccioli omozigoti non sopravvivono, perciò incrociano gatti Man senza coda con gatti Man con la coda al fine di conservare le caratteristiche della razza senza rischiare.

Nelle cucciolate, dunque, nascono cuccioli con la coda e altri senza. Per distinguere gli uni dagli altri vengono identificati così:

- *Longy* in presenza di coda;
- *Stumpy* con un corto moncone di coda che non deve superare i 3 cm;
- *Rumpy Riser* l'osso sacro si allunga di una o due vertebre, dando comunque l'impressione visiva dell'assenza totale di coda
- *Rumpy* con totale assenza di coda e una fossetta alla base della colonna vertebrale.

UN TIPO ABILE E AFFETTUOSO. Inglese e irlandese, per salvaguardare la tipicità, crearono già nel 1901 un Club dedicato ai gatti senza la coda e, per distinguerli, diedero alla razza il nome con il quale è oggi conosciuto, manx o gatto dell'isola di Man, mentre precedentemente era conosciuto anche come *kayt manninagh*, o *stubby* in lingua locale.

Il manx è un dotatissimo cacciatore, furbescamente abile nella guerra ai topi, ed è quindi preferito da chi abita in campagna.

Si comporta un po' come un cagnolino: quando sente rumori sospetti avvisa con un miagolio tutto particolare, e in casa ama gli agi, va d'accordo con gli altri animali che vivono con lui ed è molto affettuoso con i membri della famiglia.

COSA NE DICE LO STANDARD. Taglia media. Corpo solido e compatto con petto largo. Dorso compatto e corto, ma proporzionato al corpo, che termina con una groppa rotonda. I fianchi sono profondi.

Zampe muscolose, le anteriori sono larghe tanto da mostrare il petto, mentre le posteriori sono più alte e conferiscono un'inclinazione del corpo rispetto alle spalle. I piedi sono rotondi.

Testa relativamente larga e rotonda con aspetto paffuto e guance sviluppate. Naso di lunghezza medio-lunga, senza stop e non rincagnata. Orecchie di taglia media, aperte alla base che diventano leggermente a punta, piazzate abbastanza alte sul cranio. Occhi grandi e rotondi, i colori più diffusi sono l'arancio, il verde smeraldo e l'azzurro a seconda del colore del mantello.

Il mantello, nelle varietà Man a pelo corto, deve essere corto, soffice e spesso, con buona tessitura e doppio pelo, mentre nelle varietà a pelo lungo denominate *Cymric*, si ha pelo di media lunghezza, doppio pelo, sottopelo soffice e spesso, setoso al tocco e pieno in tutto il corpo. Tutti i colori sono permessi incluse le varietà con bianco. ●



SAIMA. PET

I T A L I A s.r.l. Unipersonale

IMPORT - EXPORT

ACQUARIOLOGIA • CINOLOGIA • ORNITOLOGIA

S.C.L. Cervone Prol.
Via Clanio - 81030 Orta di Atella (CE)
Telefax: 081 0127878
e-mail: saimapet@libero.it

Distribuzione all'ingrosso di prodotti per Acquariologia, Cinofilia e Ornitologia a proprio marchio (linea Airos) e delle più prestigiose aziende Italiane ed estere.

Esclusivista della Regione Campania

Adragna alimenti Zootechnici - Effeci Service

"L'INGROSSO CHE CURA IL DETTAGLIO"

Arrivano i cuccioli

Oggi sono teneri piccoletti, domani saranno adulti sani e in splendida forma grazie a uno specifico programma per la crescita studiato da un pool di nutrizionisti

Durante l'intensa fase di crescita e apprendimento, il cucciolo ha bisogno di un'alimentazione mirata, di adeguati livelli di energia metabolizzabile, di nutrienti necessari allo sviluppo armonioso della struttura e dello scheletro, di

potenziare le prime difese immunitarie formate con il latte materno.

Gli alimenti *Prolife Puppy* possono essere somministrati a partire da un mese di vita e sono ideali per accompagnare il cucciolo fino alla fase adulta, che richiede tempi diversi a seconda della taglia. Per questo, i nutrizionisti *Prolife* hanno studiato quattro formulazioni specifiche per taglia, che hanno come primo ingrediente selezionata carne fresca di pollo da porzioni di macellazione e poi riso,

cereale nobile per eccellenza. La carne fresca di pollo apporta grande appetibilità, è leggera e digeribile grazie all'elevato valore biologico delle sue proteine ed è particolarmente adatta a supportare la limitata capacità digestiva del cucciolo.

SINERGIE COMBinate. Tutte le formulazioni contengono l'innovativa integrazione naturale *Vitality System Nucleotides* che sviluppa preziose sinergie grazie all'azione combinata di: *NuPro®* (nucleotidi) per migliorare la struttura dell'intestino e rafforzare le difese; *Bio-Mos®* per la funzionalità del colon, *Sel-Plex®* fonte superiore di selenio organico per proteggere l'integrità dei tessuti e aumentare la resistenza alle infezioni; *Bioplex®* fonte superiore di zinco organico che influenza positivamente la formazione delle ossa e del sangue; prebiotici *FOS* (frutto-oligosaccaridi) per la proliferazione della microflora batterica dell'intestino; omega 3 e 6, zinco e biotina che supportano il sano sviluppo di pelle e manto; vitamina E antiossidante per il sistema immunitario; glucosamina e solfato di condroitina per il corretto sviluppo delle articolazioni.

PER OGNI CUCCIOLO. La gamma *Prolife Puppy* è articolata in:

- *Prolife Puppy Mini* (1-10 kg) per il cucciolo da 1 a 10 mesi formulato per rispettare le particolari esigenze nutrizionali e fisiologiche dei cuccioli di piccola taglia. Il cucciolo in questa fase aumenta di 20 volte il peso dalla nascita. Il sistema digestivo risulta essere ancora immaturo oltre ad avere una generale tendenza al sovrappeso e un sistema immunitario estremamente fragile. La

particolare conformazione della bocca e del palato richiede inoltre una specifica crocchetta che favorisca la masticazione del bolo e la deglutizione, molto importanti nel passaggio dai denti da latte ai denti definitivi;

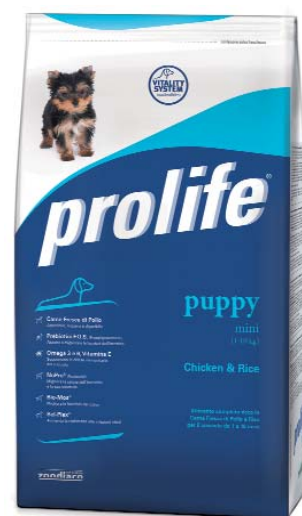
- *Prolife Puppy Medium* (11-25 kg) per il cucciolo da 1 a 12 mesi formulato per rispettare le particolari esigenze nutrizionali e fisiologiche dei cuccioli di taglia media. In questa delicata fase, il cucciolo aumenta di 50 volte il peso dalla nascita e richiede un controllato apporto dei vari nutrienti per uno sviluppo equilibrato. Il sistema digestivo è inoltre molto sensibile e ha le difese immunitarie ancora carenti da supportare con una giusta integrazione alimentare;

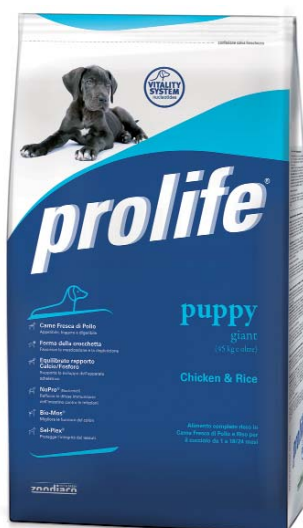
- *Prolife Puppy Large* (26-44 kg) per il cucciolo da 1 a 16 mesi formulato per rispettare le particolari esigenze nutrizionali e fisiologiche dei cuccioli di taglia grande. In questa delicata fase, che può durare fino a 16 mesi, lo sviluppo scheletrico deve avvenire in maniera armonica e proporzionata per supportare la

massa corporea che si andrà a formare. Il sistema digestivo, ancora molto sensibile, e le difese immunitarie deboli e tutte da costruire, richiedono un adeguato e controllato apporto dei vari nutrienti;

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





● **Prolife Puppy Giant** (45 kg e oltre) per il cucciolo da 1 a 18/24 mesi formulato per rispettare le specifiche esigenze nutrizionali e fisiologiche del cucciolo di taglia gigante. Durante la lunga e delicata fase dello sviluppo, che può durare fino a 18/24 mesi, il cucciolo aumenta notevolmente la propria massa corporea ed è fondamentale l'apporto di nutrienti, come glucosamina e solfato di condroitina, che favoriscano l'apparato scheletrico e le articolazio-

ni. La particolare conformazione del palato del cucciolo richiede inoltre una crocchetta specifica che favorisca la masticazione e la deglutizione, fondamentali per la corretta digestione;

● i nutrizionisti **Prolife** inoltre, hanno formulato un alimento **Puppy Sensitive All Breeds**, con carne fresca di agnello come primo ingrediente e riso, specifico per il cucciolo che presenta ipersensibilità digestive, articolari o cutanee che potrebbero causare malassorbimento, rallentare o, addirittura, ostacolare il delicato processo di crescita e sviluppo.



La formulazione, con Vitality System Nucleotides, è adatta a cuccioli di tutte le taglie per cui sono state elaborate specifiche razioni giornaliere raccomandate.

Tutti gli alimenti sono disponibili in confezioni richiudibili salva freschezza da 800 g (escluso **Puppy Large** e **Puppy Giant**) e 3 kg. Disponibili anche in formato 12 kg.



DOGS

A new puppy is coming

Now it is a cute puppy, tomorrow it will be a healthy and fit adult thanks to a specific growth program developed by a team of nutritionists

During the growing and learning stage the puppy needs a specific nutrition with good levels of energy, the nutrients demanded to develop a strong skeleton and immune system.

Prolife Puppy is excellent for puppies aged from one month till the adult stage, which requires different times according to the breed size. For this reason, **Prolife** nutritionists have developed four breed-specific formulas: they all have selected fresh chicken meat as first ingredient and rice, a noble cereal. Fresh chicken meat is highly palatable, light and easily digestible thanks to the high biologic value of its proteins; it is particularly good to support the still limited digestive capacity of growing puppies.

COMBINED SYNERGIES. All formulas contain the innovative natural supplement **Vitality System Nucleotides** that develops precious synergies via the combined action of **NuPro®** (nucleotides) that support the intestinal tract and strengthen the immune system; **Bio-Mos®** that supports the colon; **Sel-Plex®**, a superior source of organic selenium that protects the tissues and improves the resistance against infections; **Bioplex®**, a superior source of organic zinc that influences positively the development of bones and blood; **FOS** prebiotics (fructo-oligosaccharides) that support the gut bacterial micro flora; omega 3 and 6, zinc and biotin that help the skin and coat develop correctly; antioxidant vitamin E for the immune system; glucosamine and chondroitin-sulphate for the joints.

ONE FOR EACH. **Prolife Puppy** includes several specific dry varieties.

- **Prolife Puppy Mini** (1-10kg) is designed to meet the nutritional and physiologic demands of small size puppies aged 1 to 10 months. In that stage the puppy grows by 20 times its weight at birth. The digestive tract is still not mature and the puppy tends to put on weight; the immune system is fragile. The special mouth and palate shapes require a specific kibble that supports chewing and swallowing, which are very important in the transition from primary to permanent teeth.

- **Prolife Puppy Medium** (11-25kg) is designed to meet the nutritional and physiologic demands of medium size puppies aged 1 to 12 months. In that stage the puppy grows by 50 times its weight at birth and needs a controlled and balanced amount of nutrients. The digestive tract is very sensitive and the immune system needs nutritional support.

- **Prolife Puppy Large** (26-44kg) is designed to meet the nutritional and physiologic demands of large size puppies aged 1 to 16 months. In that delicate stage the skeleton needs to develop harmoniously to carry the large body mass. The young digestive system and still weak immune system require a controlled and balanced amount of nutrients.

- **Prolife Puppy Giant** (45kg and more) is designed to meet the nutritional and physiologic demands of giant size puppies aged 1 to 18/24 months. In that long and delicate stage the puppy's weight grows massively and specific nutrients are needed like glucosamine and chondroitin-sulphate that support the skeletal development and the joints. The special palate shape demands a specific kibble that stimulates chewing and swallowing, which are fundamental for good digestion;

- **Puppy Sensitive All Breeds** is the formula with fresh lamb meat and rice, specific for puppies that suffer from digestive, joint and skin sensitiveness that could cause a bad nutrients intake, slow down or even impede growth and development. The formula includes Vitality System Nucleotides and suits the needs of puppies of all sizes.

All the packs are reclosable and come in two sizes: 800g (excluding **Puppy Large** and **Puppy Giant**) and 3kg. Also 12kg bags available.

ALSO MOIST, ALL NATURAL. **Prolife** for puppies includes also 2 moist varieties: **All Breeds**, **Unique protein** and **Unique carbohydrate**. They are 100% natural and free from added preservatives, colours and flavours.

- **Puppy Chicken & Rice/Unique protein and Unique carbohydrate** made with 75% fresh chicken meat and rice, includes **NuPro®**, **Bio-Mos®** and **Sel-Plex®**; it is the wet solution for puppies of all breeds. 200g and 400g packs.

- **Puppy Sensitive Lamb & Rice/Unique protein and Unique carbohydrate** made with 75% fresh lamb meat and rice, includes **NuPro®**, **Bio-Mos®** and **Sel-Plex®**; it is the wet solution for hypersensitive puppies. 200g and 400g packs.

ANCHE UMIDO TUTTO NATURALE. La gamma **Prolife** dedicata alla salute e al benessere del cucciolo comprende anche 2 formulazioni umide **All Breeds**, **Monoproteiche** e **Monocarboidrato** 100% naturali e senza conservanti, coloranti e aromatizzanti aggiunti.

● **Puppy Chicken & Rice/Alimento Monoproteico e Monocarboidrato** con il 75% di selezionata carne fresca di pollo e riso, con **NuPro®**, **Bio-Mos®** e **Sel-Plex®** è la soluzione wet ideale per cuccioli di tutte le taglie. In confezioni da 200 e 400 g.

● **Puppy Sensitive Lamb & Rice/Alimento Monoproteico e Monocarboidrato** con il 75% di selezionata carne fresca di agnello e riso, con **NuPro®**, **Bio-Mos®** e **Sel-Plex®**. L'alimento, studiato per soggetti totalmente intolleranti è una corretta soluzione nutrizionale wet per il cucciolo ipersensibile. In confezioni da 200 e 400 g.

La gamma **Prolife** è riservata ai negozi specializzati. (A.L.) ●

Il diamante mandarino



MASCHIO ADULTO NELLA LIVREA ANCESTRALE

Viene dalla lontana Australia questo simpatico, piccolo volatile
che ama la vita in colonie anche numerose

di Gianni Ravazzi

Il diamante mandarino è un simpatico, allegro e vivacissimo uccelletto originario di un vasto areale costiero dell'Australia orientale e meridionale e di alcune isole della Sonda: in una di queste, Timor, è presente una sottospecie endemica, ma è anche presente in altre come Flores, Alor, Wetar e Sumba.

È stato introdotto in varie parti dell'Indonesia e della Tasmania, dove si è naturalizzato e dove ormai è considerato una specie indigena.

CLASSIFICAZIONE SCIENTIFICA. Il diamante mandarino, noto anche "diamantino", è da molti anche chiamato erroneamente "bengalino": il bengalino, infatti, ha in comune con il diamantino solo il becco arancio corallo, ma è una specie del tutto diversa, il suo nome è *Amandava amandava* ed è originario dell'India.

Il diamantino ha una classificazione scientifica in evoluzione: in discussione il suo genere di appartenenza: classificato come *Poephila guttata* (Vieillot, 1817) e prima ancora come *Lonchura*, oggi si tende a classificarlo nel genere *Taeniopygia* e, quindi, a chiamarlo *Taeniopygia guttata* (Reichenbach, 1862).

Appartiene all'ordine dei Passeriformi (*Passeriformes*), alla famiglia degli Estrildidi (*Estrildidae*) e, secondo alcuni, anche a una sottofamiglia specifica, quella delle Loncurine (*Lonchurinae*).

La *Taeniopygia guttata* è classificata in due distinte sottospecie che, anche in natura, hanno alcune variazioni di intensità di colore del piumaggio, ovvero:

- *Taeniopygia g. guttata*, endemica di Timor e di alcune isole della Sonda, caratterizzata da una taglia leggermente minore rispetto all'altra sottospecie e dal petto e i lati del collo completamente bianchi e privi delle striature grigio-nere che invece sono presenti nell'altra sottospecie;

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 qualità di sempre.

I RODITORI



I VOLATILI



TARTARUGHE e PESCI

RICHIEDI
IL CATALOGO
COMPLETO
AL TUO
DISTRIBUTORE

● *Taeniopygia g. castanotis*, diffusa in Australia, caratterizzata da una taglia leggermente maggiore e dalle tipiche zebraure grigio-nere sui lati del collo e da un segno nero sul sottogola, fino alla parte alta del petto. Da questa sottospecie derivano praticamente tutte le varietà di colore dei diamanti mandarino allevati in ambiente controllato. Oggi se ne contano circa una cinquantina di codificate e presenti nelle mostre ornitologiche...

IL SUO RITRATTO. La specie presenta un evidentissimo dimorfismo sessuale: il maschio è dotato di un disegno molto marcato che, nella femmina, è del tutto assente. Inoltre, il maschio adulto presenta sempre il becco rosso corallo, mentre quello della femmina è arancio intenso.

Esaminando la sottospecie più diffusa, quella australiana (*T. g. castanotis*), vediamo che si tratta di un uccelletto piuttosto tozzo e robusto, con forte becco largo alla base e con coda dai margini squadrati. Le ali sono corte e ben ripiegate sul dorso e le zampe sottili ma robuste.

Nei soggetti adulti, maschio e femmina hanno taglia del tutto simile che si aggira attorno ai 10-11 cm di lunghezza e ai 13-14 g di peso.

Il maschio adulto ha il dorso, la testa e le copritrici alari di colore grigio scuro con picchiettature più scure sopra il capo: ha una caratteristica macchia sulla guancia di colore bruno arancio molto intenso e da sotto l'occhio scende una lacrima nera che costeggia la macchia guancia e va verso il basso.

Il becco, rosso intenso, è contornato nella parte superiore da una sottile linea nera che si restringe e va a unirsi alla lacrima oculare racchiudendo una zona di colore bianco. L'occhio è scuro e tondeggiente.

Il sottogola presenta una zebraura grigio-nera che termina con una banda pettorale nera. I fianchi sono di color bruno rossastro intenso e hanno dei punti rotondi bianchi come il ventre e il sottocoda.

La parte superiore della coda è un susseguirsi di quadri alterni bianchi e neri contornati dalle timoniere nere. Le zampe sono rosso carnicino e le unghie color avorio.

La sottospecie *T. g. guttata* ha una taglia variabile tra gli 8 e i 9 cm e un peso che si colloca tra i 10 e gli 11 g. Manca della zebraura grigio-nera ai lati del collo e del segno nero sul sottogola.

La femmina adulta ha le parti superiori del corpo degli stessi colori del maschio, ma manca delle macchie guanciali bruno arancio: in questa zona il grigio del dorso e della testa è più diluito. Un altro carattere di distinzione dal maschio è il colore del becco, molto più tendente all'arancio.

Come nel maschio è presente la lacrima sotto l'occhio e la zona bianca compresa tra becco e lacrima. Non ha nessuna zebraura né sul collo né sul sottogola che, invece, sono grigio chiaro uniformi, come anche i fianchi che non hanno la banda color mattonne con la puntinatura bianca.

Non è presente neppure la barra pettorale nera e i bordi del sottogola e dei fianchi sfumano verso il ventre bianco crema che nel sottocoda tende all'avorio intenso.

La parte superiore della coda è simile in entrambi i sessi e le zampe nella femmina sono di colore simile a quelle del maschio, ma leggermente più sbiadite.

I soggetti immaturi di ambo i sessi si presentano con un piumaggio omogeneo grigio-camoscio nelle parti superiori e bianchiccio in quelle inferiori.

Il becco è bruno e inizia a colorarsi dall'attaccatura quando la livrea dei novelli muta da quella giovanile a quella adulta, per cui nel momento in cui cominciano a spuntare le colorazioni tipiche dei due sessi i giovani hanno il becco arancione con punta scura.

L'età adulta, con la relativa livrea completa, è raggiunta attorno ai 5-6 mesi di vita.

COLORI DA CAMPIONE. Le varietà di colore codificate che ammontano a circa una cinquantina sono in continua evoluzione. Tante le mutazioni di colore che gli allevatori hanno fissato negli anni e che oggi sono codificate: in queste pagine ne vedremo alcune partendo dalle due base, e cioè:

● **Grigio** - forma genetica "dominante"; è la livrea ancestrale del diamante mandarino che in ambiente controllato è stata codificata come grigia con i segni distintivi (lacrima, coda, barra pettorale) neri, mentre il ventre risulta color crema quasi bianco e il dorso è privo di sfumature brune;

● **Bruno** - mutazione genetica "legata al sesso" che trasforma la colorazione base da grigia a bruna mantenendo lo stesso disegno del tipo ancestrale dove però il nero non si manifesta appieno. È da considerarsi la seconda mutazione consolidata già a partire dal 1927.

MUTAZIONI DA CONOSCERE. Partendo da queste due mutazioni se ne possono elencare diverse altre che qui, per comodità, verranno descritte facendo riferimento al colore base grigio. Mutazioni che possono anche assommarsi e dare origine a soggetti "plurimutati", ossia che assommano anche più mutazioni insieme:

● **GUANCIA NERA** - mutazione genetica "recessiva" per cui nei maschi la colorazione delle guance anziché essere color arancio è nero, così come per i fianchi che sono neri con pallini bianchi; nelle femmine compare un segno grigio nero sulle guance, più pallido e di dimensioni ridotte rispetto a quello del maschio;

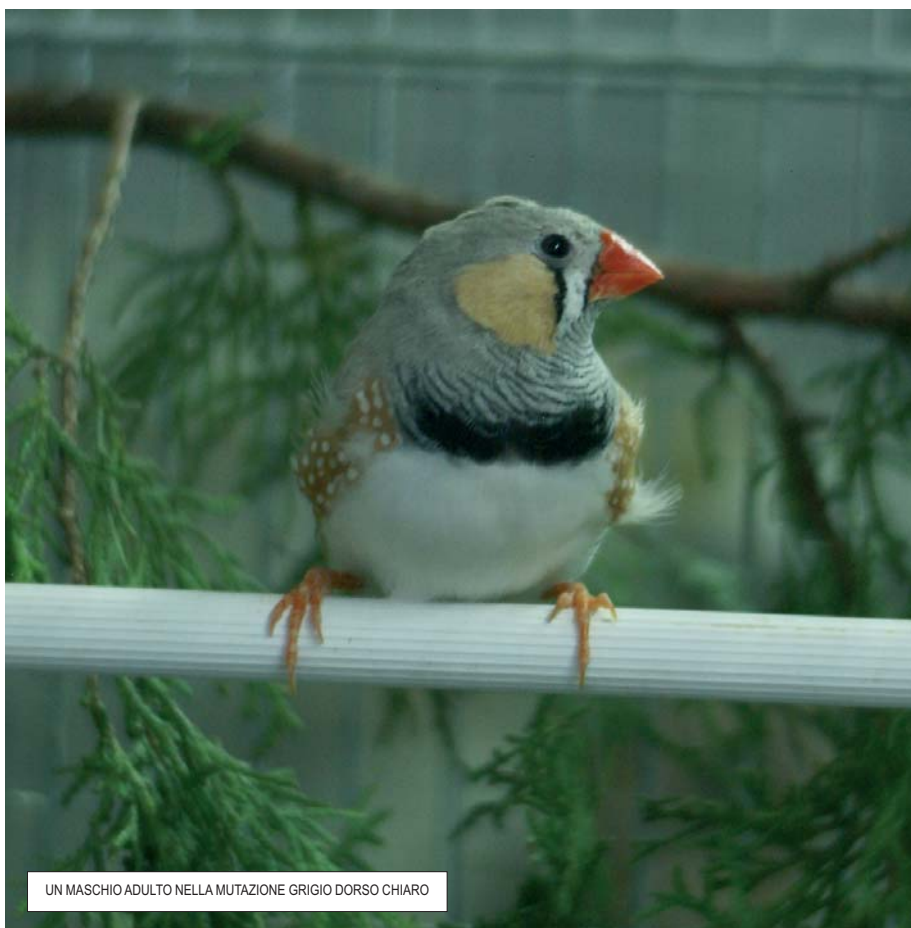
● **PETTO NERO** - mutazione genetica "recessiva" che fa sì che nei maschi la banda nera del petto salga fino all'attaccatura inferiore del becco;

● **FACCIA NERA** - mutazione genetica "dominante" che provoca nei maschi la comparsa di un piumaggio nero omogeneo nella zona tra il becco e la macchia arancio sulle guance e su tutto il petto, con il ventre screziato di nero. Nelle femmine, invece, l'unica differenza dall'ancestrale è il colore tra la lacrima dell'occhio e del becco che anziché essere bianca è grigia;

● **DORSO CHIARO** - mutazione genetica "legata al sesso" che evidenzia differenze di colore in entrambi i sessi che però mantengono invariati i disegni tipici. Il capo e la nuca sono di colore grigio perla, mentre il dorso e le ali sono di colore crema scuro uniforme;

● **MASCHERATO OCCHI ROSSI** - mutazione genetica "legata al sesso" in cui il piumaggio del corpo del maschio diventa color crema, mentre tutti gli altri segni rimangono immutati. Nella femmina il colore ancestrale si scolorisce in maniera abbastanza evidente. I piccoli nascono con gli occhi rossi che diventano neri con il raggiungimento della maturità;

● **MASCHERATO OCCHI NERI** - mutazione genetica "legata al sesso" per cui i soggetti sono del tutto simili alla mutazione precedente, ma con la coda grigio perla anziché nera;



UN MASCHIO ADULTO NELLA MUTAZIONE GRIGIO DORSO CHIARO

- **PETTO BIANCO (PINGUINO)** - mutazione genetica "recessiva" che determina nei maschi la scomparsa dei segni neri e in contemporanea la colorazione grigia di capo, nuca, dorso e ali, con le penne delle ali che presentano l'orlo depigmentato. Il disegno della coda è a quadri alterni regolari bianchi e grigi. Le femmine si presentano di fatto bianche nelle parti inferiori e grigio chiaro in quelle superiori, non presentano il disegno della guancia e dei fianchi;
- **PETTO ARANCIO** - mutazione genetica "recessiva" per cui nei maschi tutte le zone a colorazione nera diventano arancioni;
- **DILUITO** - mutazione genetica "dominante" che trasforma il grigio del piumaggio ancestrale in grigio argento; con i disegni distintivi grigio-chiari. Nei maschi, il segno arancio della guancia diventa bianco crema e l'arancio dei fianchi crema-bruno chiaro con pallini bianchi;
- **INO** - mutazione genetica "recessiva" per cui il piumaggio del corpo pare bianco e gli altri segni distintivi scoloriti;
- **PEZZATO** - mutazione genetica

"recessivo" in cui restando evidenti i disegni tipici della varie colorazioni di partenza, che devono essere interrotti da pezzature di colore bianco, simmetricamente disposte, a coprire circa il 50% dell'intero piumaggio;

- **FEO (ISABELLA)** - mutazione genetica "recessiva" che elimina tutti i disegni distintivi dal piumaggio, che diventa color crema uniforme, salvo il fatto che il maschio conserva la guancia arancio a l'arancio puntinato sul fianco;
- **BIANCO** - mutazione genetica "recessiva" in cui il piumaggio è totalmente bianco e il maschio e la femmina si distinguono solo dal colore del becco.

Esistono poi ancora altre mutazioni che possono comportare la comparsa di un ciuffo sulla testa ("ciuffato"), oppure la decolorazione del becco e relativa decolorazione delle zampe ("becco giallo") e altre ancora.

ALIMENTAZIONE E ABITUDINI. In natura i diamantini si cibano di semi immaturi, semi secchi, bacche, germogli, frutta matura e, quando necessitano di maggiore apporto proteico, anche di piccoli insetti e larve.

In ambiente controllato sono prevalentemente granivori e sono golosi di panico e di miglio bianco, che mangiano sia quando la spiga è immatura, sia quando è secca.

Grazie al grosso becco, però, sono in grado di nutrirsi anche di semi più duri, purché di dimensioni ragionevoli. Frutta, verdura e pastoncini all'uovo integrano benissimo la dieta.

Sono uccelletti molto sociali e gregari, che in natura vivono in bande molto numerose e chiassose che sottolineano ogni spostamento con un cicaleccio continuo. Sono caratterizzati da un volo piuttosto veloce con rapidi cambi di direzione, ma non hanno grandissima resistenza per cui preferiscono fare brevi spostamenti con soste continue.

Anche in ambiente controllato vivono volentieri in colonie anche numerose senza darsi troppo fastidio.

UN NIDO COLMO D'AMORE. Il periodo riproduttivo ha inizio quando le coppie cominciano a costruire il nido: il maschio predispone una sorta di intelaiatura fatta con steli di erbe e rametti a formare una palla del diametro di circa 12-15 cm con un foro d'entrata nella parte alta, mentre la femmina provvede a dotare il nido di una comoda imbottitura fatta di lanugine, fili d'erba sottilissimi, foglie e ogni altra fibra vegetale che possa creare uno strato morbido, ma compatto.

Il nido viene generalmente collocato in un luogo tranquillo e riparato ad almeno 2-3 m da terra: possono andare bene un albero cavo, la biforcazione di due rami, il folto di un cespuglio, la tana abbandonata di qualche animale, una cavità tra le rocce o in un muro di un edificio.

La femmina depone da 3 a 8 uova al ritmo di una al giorno, cominciando la cova dopo la deposizione del penultimo.

Le uova si schiudono dopo 14-15 giorni: durante il periodo della cova il maschio passa molto tempo a sorvegliare il nido scacciando altri maschi intrusi e, di notte, maschio e femmina dormono nel nido insieme.

I piccoli appena nati hanno un particolare disegno interno e papille in rilievo che, essendo specifiche della specie, spingono i genitori a imbeccare i figli.

Nelle cure parentali i diamantini sono estremamente solerti, tanto che ai nidiacei cominciano a spuntare le prime penne attorno alla settimana di vita, mentre tra le due e le tre settimane dalla schiusa cominciano ad avventurarsi fuori dal nido e, qualche giorno dopo, a involarsi: passeranno ancora la notte nel nido per altre due settimane circa dopo l'involto, quando si allontaneranno volontariamente oppure scacciati dai genitori pronti per una nuova nidata. ●

Mosche nel mirino

Quando il fastidioso dittero
rappresenta ben più
di un semplice fastidio

di Cristiano Papeschi e Linda Sartini

Un vecchio modo di dire associava nella stessa frase un povero e piccolo insetto, la mosca, all'aggettivo "fastidioso": a nessuno sarà sfuggito quanto questo sia reale, soprattutto in estate, con il caldo, quando si cerca di riposare, magari in giardino o sul terrazzo, o si tenta di consumare un pasto sotto all'ombrellone.

Oltre a rappresentare una fonte di disturbo, questo dittero alato rappresenta un vettore per molti patogeni, soprattutto virus e batteri, per la sua innata predisposizione a banchettare su materiale organico insano, come feci e carcasse animali, e poi posarsi sui cibi o direttamente sul corpo di esseri viventi, umani e non.

Molti non sanno che alcune mosche, oltre a veicolare agenti patogeni, possono essere causa di malattia loro stesse: in questo caso si parlerà di miasi.



ADULTO DI *CALLIPHORA VOMITORIA*

LE MIASI. Con il termine miasi (dal greco *myia* "mosca") si intende indicare le parassitosi dei tessuti viventi di mammiferi provocate da larve di insetti, appartenenti al genere *diptera*, che si sviluppano proprio all'interno di questi tessuti fino a raggiungere la maturità nutrendosi dell'ospite e poi sfarfallare come insetti adulti.

Esistono molte miasi specie-specifiche degli animali domestici, e tra queste ricordiamo l'ipodermosi bovina, causata dalle larve della mosca *Hypoderma bovis* che si localizza nel sottocute dei bovini, la gasterofiliasi equina, provocata da larve di *Gasterophilus spp.* che parassita l'intestino del cavallo, e l'estriasi ovina, il cui dittero responsabile è *Oestrus ovis*, la cui larva penetra a livello delle cavità nasali della pecora provocando danni anche abbastanza gravi agli animali colpiti.

I BIGATTINI. Accanto a queste, estremamente specifiche e di scarso interesse nel nostro caso poiché rappresentano un problema solo per gli allevatori di specie zootecniche, esiste una miasi molto più comune

negli animali da compagnia, e nei Paesi del Terzo Mondo anche tra gli esseri umani, che può colpire indiscriminatamente tutte le specie, provocata da quelli che volgarmente vengono chiamati "bigattini".

Non tutti i ditteri, quindi non tutte le mosche, sono in grado di provocare miasi, sono soprattutto i cosiddetti "mosconi", ditteri appartenenti alla famiglia *Calliphoridae*, le cui femmine hanno la malsana abitudine di deporre le uova sulla cute degli animali o all'interno della pelliccia soprattutto in prossimità di piaghe, ferite o infezioni.

Tra le specie che più di frequente si rendono responsabili di miasi negli animali domestici, vi sono *Lucilia sericata*, *Calliphora vomitoria* e *Cochliomyia hominivorax*, ma anche altre appartenenti ai generi *Phormia*, *Chrysomya* e *Cordylobia*.

DOPO LA DEPOSIZIONE. I ditteri responsabili di miasi sono insetti cosiddetti "olometaboli", quelli cioè che hanno un ciclo biologico completo il cui iter di sviluppo dell'insetto è più o meno lo stesso per tutte le specie.

Le uova vengono deposte dalla femmina in un numero pari a molte decine in prossimità della fonte di cibo, e quindi nelle vicinanze della lesione, in modo che una volta schiuse le larve abbiano immediatamente a disposizione il nutrimento senza dover compiere lunghe migrazioni che le esporrebbero al rischio di morte per disidratazione, alla possibilità di cadere al di fuori dell'animale o di essere predate.

Questi corpuscoli sono in genere piccoli, bianchi o giallastri e lunghi poco meno di 1 mm da cui schiuderà una larva di primo stadio, lunga circa 1 mm, con la forma di cono allungato costituito da numerosi cerchi concentrici e dotata alla sommità di un paio di uncini utili per scavare all'interno dei tessuti viventi.

Una volta penetrate nella lesione queste giovani larve inizieranno a divorare la materia organica grazie all'azione degli uncini buccali il cui compito distruttivo viene facilitato dalla secrezione di enzimi atti a digerire i tessuti grazie alla loro azione litica su proteine, grassi e collagene.

La larva, assorbendo il materiale nutritivo, scava sempre più in profondità nei tessuti aumentando di volume e mutando in larva di secondo stadio prima e di terzo stadio poi fino a raggiungere la lunghezza di oltre 1 cm.

Terminato l'ultimo pasto, la larva si trasformerà in pupa per poi cadere dall'ospite e sviluppare al suo interno la mosca adulta che sfarfallerà successivamente.

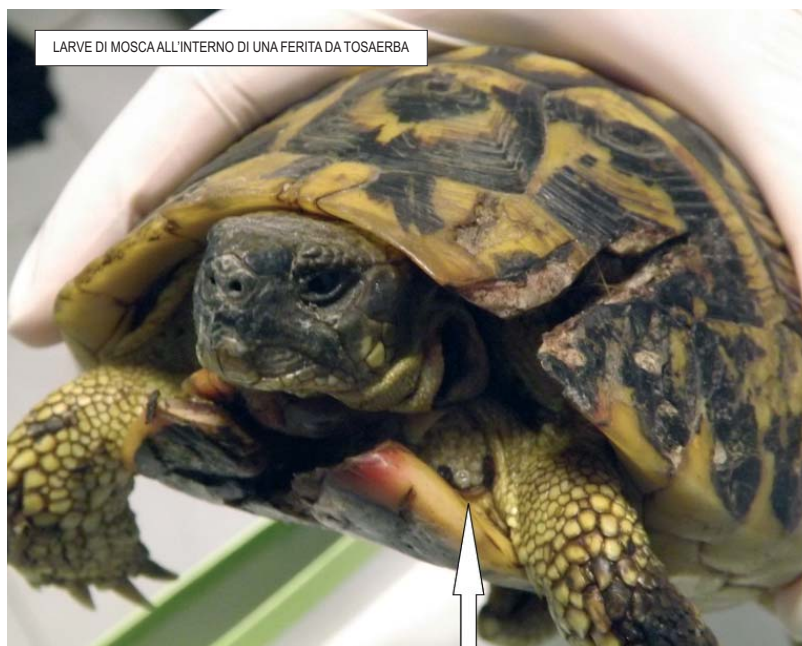
L'intero ciclo biologico, dalla deposizione dell'uovo fino allo stadio di adulto, richiede da due a tre settimane in funzione della specie e delle condizioni ambientali.

ANIMALI A RISCHIO. In genere, gli animali sani e in buone condizioni di salute, con il mantello ben curato e la cute integra, difficilmente vengono colpiti da miasi che invece interessano maggiormente i soggetti defedati o quelli affetti da infezioni cutanee, piaghe infette o ferite soprattutto se localizzate in aree corporee che l'animale difficilmente raggiunge con la lingua.

Nessun animale viene risparmiato... per esempio in estate i cani sono spesso vittima di queste parassitosi magari a seguito dell'ingresso di un forasacco, di una piodermite, di incontinenza o dell'infiammazione delle ghiandole perianali.

Il coniglio da compagnia viene spesso parassitato in concomitanza di piaghe umide del collo o del perineo o a seguito di infiammazione delle tasche genitali.

Frequente è anche il reperto di lesioni da larve di mosca nelle tartarughe di terra, come conseguenza di ferite traumatiche dovute al tosaerba od alle lotte per l'accoppiamento.



LARVE DI MOSCA ALL'INTERNO DI UNA FERITA DA TOSAERBA

COME DIFENDERSI. Potrebbe sembrare scontata l'affermazione che, per difendersi dalle miasi, bisogna prima di tutto mantenere il proprio animale in salute.

Detto questo è necessario sottolineare che la prima forma di prevenzione proviene dall'utilizzo di antiparassitari, facendo attenzione ad applicare sull'animale solamente quelli consigliati per la specie: queste molecole repellenti tengono lontano l'insetto adulto che, quindi, non potrà deporre le uova.

Qualora ci si trovasse di fronte a una miasi in fase iniziale, cioè quando siano presenti le sole uova non ancora schiuse, sarà necessario rimuoverle immediatamente utilizzando acqua tiepida e grattando con la lama di un coltello facendo molta attenzione a non arrecare ulteriori danni alla zona interessata.

Nel caso di animali dotati di pelliccia si potrà inoltre procedere alla tosatura della parte, curando di ispezionare attentamente il resto del pelo perché altre uova potrebbero essere presenti altrove e sfuggire a un'osservazione superficiale.

DAL VETERINARIO. Se la lesione fosse già interessata dalla presenza di numerose larve, sarà necessario ricorrere al veterinario che provvederà alla rimozione meccanica del maggior numero possibile di quelle più grandi, effettuando idonei lavaggi con soluzioni disinfettanti ed eventualmente somministrando farmaci ad azione larvicida localmente o, se necessario, per via sistemica. È importante intervenire tempestivamente perché più tempo passa e più i danni saranno profondi, potendo interessare anche strutture importanti come muscoli e tendini, capsule articolari o, addirittura, invadendo torace e addome e danneggiando in maniera irreparabile gli organi interni.

In negozio è anche fondamentale applicare retine o zanzariere alle finestre e utilizzare trappole elettriche per gli insetti volanti, nonché curare l'igiene del ricovero i cui odori fungono spesso da richiamo per i mosconi: lo sporco stesso, soprattutto le urine all'interno della lettiera, predispongono la cute a lesioni e infezioni che potranno poi risultare di estremo interesse per i ditteri parassiti.



LARVE DI MOSCA DI TERZO STADIO

LE MIASI E LE TARTARUGHE. Nei rettili, soprattutto quelli terrestri, il reperto di miasi causate da larve di mosca è un fenomeno piuttosto frequente nel periodo estivo. Il punto di partenza sono sempre le lesioni della cute che possono verificarsi a seguito di lotte tra maschi per la gerarchia, morsi inflitti alle femmine durante l'accoppiamento o fratture della corazza a seguito di schiacciamento o come conseguenza dell'incontro ravvicinato con un decespugliatore. Sempre nelle femmine durante la stagione degli amori si verificano inevitabilmente lesioni alla cloaca causate dallo sperone corneo presente sulla coda del maschio che può infliggere lacerazioni anche profonde alla regione in questione. E' sufficiente una piccola ferita, specie se infetta, per richiamare l'attenzione di numerosi ditteri alati che provvederanno puntualmente a far colonizzare la lesione dalle proprie larve. Sulle aree superficiali non protette dalla corazza l'osservazione della miasi è piuttosto semplice mentre è richiesto un occhio un po' più attento quando le lesioni siano occultate dal carapace. Nelle tartarughe semiacquatiche, come viene logico pensare, il reperto di queste lesioni negli animali in grado di immergersi è praticamente nullo in quanto le larve necessitano di ossigeno per la propria sopravvivenza. ●

Aquarama 2013

Anche quest'anno si è puntualmente svolta a Singapore, tra maggio e giugno, la grande kermesse a cadenza biennale dedicata esclusivamente al mondo degli acquari

di Alessandro Mancini

Aquarama si tiene ogni due anni ininterrottamente dal 1989 a Singapore, la moderna ed efficientissima città-stato asiatica.

La fiera si alterna all'Interzoo e segue di qualche giorno Zoomark International, rispetto al quale è notevolmente più piccola ma, in compenso, più specializzata, rivolgendosi appunto esclusivamente al mercato acquaristico.

Fiore all'occhiello della manifestazione tenutasi nel weekend dal 30 maggio al 2 giugno, e che ha cambiato la sua tradizionale sede essendosi trasferita nel modernissimo *Sands Expo and Convention Center* dell'avveniristico complesso alberghiero *Marina Bay Sands* dove c'è la più alta e spettacolare piscina del mondo, è stato come sempre l'*Aquarama International Fish Competition*, con ben 14 categorie di giudizio (Discus, Dragon fish, Goldfish, Guppies, Tetras, Plecos, Corydoras, Gourami, Cichlids, Mollys, Swordtails, Platies, New Species/New Varieties/New in Trade, Betta), ciascuna valutata da un pool di oltre 60 giudici internazionali di alto livello, provenienti da 17 Paesi.

Particolarmente affollate, con aggiunta di nuove classi di varietà commerciali, le categorie Dragon fish (arowanas), Goldfish (carassi) e Guppy.

Inoltre, alle ormai tre classiche competizioni di vasche (*Marine Tank*, *Planted Tank*, *Freshwater Nano Tank*) se ne è da quest'anno aggiunta una quarta, la *Marine Nano Tank*, in omaggio al sempre più diligente fenomeno della "nano-mania".

IL TRIONFO DEL VIVO. Tante belle vasche, ma soprattutto tanti, tantissimi pesci (oltre a piante e invertebrati, naturalmente), cosa non comune nella maggioranza delle analoghe fiere di settore in cui il vivo viene purtroppo spesso considerato dagli espositori una scocciatura da evitare accuratamente.

Molte le specie rare e inusuali, soprattutto d'acqua dolce, esposte in particolare dagli attivissimi *farmers* thailandesi che stanno ormai acquisendo una posizione predominante nel panorama dei Paesi esportatori di pesci da acquario: buona parte delle novità proveniva dal Myanmar, vero "paradiso" ancora in fase di scoperta per l'acquariofilia e del quale i thailandesi sembrano avere il monopolio, ma numerose erano anche le specie riprodotte ormai regolarmente in allevamento a Bangkok e dintorni, come vari Ciclidi africani, killifish e alcune spettacolari razze sudamericane (*Potamotrygon leopoldi*).

Un capitolo a parte merita il Dragon fish, da noi più noto come Arowana (*Scleropages spp.*): pesce sacro e tenuto in gran cura dagli asiatici, che lo considerano un portafortuna e "uno di famiglia", da noi è invece al più una curiosità che non giustifica comunque i prezzi da capogiro che spunta in Oriente, per non parlare degli ingenti investimenti sulle tecnologie di allevamento e riproduzione artificiali cui si è assistito negli ultimi anni. Oggi questo pesce viene riprodotto artificialmente da numerosi allevamenti autorizzati (è protetto dalla Cites e richiede quindi una certificazione di nascita in cattività, con tanto di microchip, per essere commercializzato), e ad Aquarama erano esposti esemplari di tutte le età (da avannotti col sacco vitellino ad adulti di oltre un metro) e colori, inclusi alcuni raccapriccianti Colored Dragon fish viola, rosa e gialli ottenuti probabilmente con tecniche di colorazione artificiale.

LED IN TUTTE LE SALSE. Meno entusiasmante l'aspetto tecnico-commerciale, che non ha visto novità degne di nota se non gli ormai onnipresenti led, offerti in tutte le salse, ma sempre piuttosto cari, trattandosi ovviamente di plafoniere



ALLEVATORI ED ESPORTATORI SINGAPORIANI ERANO RIUNITI IN UN PADIGLIONE COLLETTIVO

LE ULTIME CINQUE EDIZIONI DI AQUARAMA

DATI/EDIZIONI	2005	2007	2009	2011	2013
Superficie espositiva (metri quadri)	10.000	10.600	9.050	8.500	8.300
Espositori	230	198	158	126	129
Paesi rappresentati (espositori)	25	27	22	23	21
Visitatori professionali	5.050	4.761	4.300	3.765	4.100
Paesi di provenienza (visitatori professionali)	65	68	80	66	72

valide esteticamente oltreiché funzionalmente, al contrario degli orripilanti fai da te che impazzano sul web.

Più ancora dei sistemi di illuminotecnica tradizionali (neon T8 e T5, lampade energy saving e PL, lampade a vapori metallici), infatti, la tecnologia led si presta al "fatto in casa" con acquisto delle diverse componenti presso qualsiasi elettricista.

A parte l'assoluta mancanza di garanzie di sicurezza di queste realizzazioni casalinghe, il risultato quasi sempre è molto scadente dal punto di vista estetico, e in genere piuttosto limitato da quello funzionale: ovvio quindi che i produttori puntino invece a proporre impianti gradevoli e soprattutto multifunzioni, semplici da installare e ancor più da gestire, sfruttando appieno l'eccezionale versatilità di questa nuova tecnologia.

Si sono visti così dei sistemi in grado non solo di cambiare a piacere temperatura di colore e spettro di emissione della luce emessa, ma anche di farlo con opportuno dimmeraggio tipo alba/tramonto, rispettando al secondo i tempi impostati dall'acquariofilo, e di fare tutto ciò direttamente da un pc portatile o da un telefonino di ultima generazione, anche a distanza.



SCORCIO DELL'APPREZZATA FISH COMPETITION

SEGNALI DI RIPRESA. La crisi, va detto, è sentita anche in quei mercati, pur essendo l'economia di Singapore e dell'Asia in genere ben più florida della nostra: India, Cina, Taiwan e Indonesia (per citare alcuni dei Paesi-leader dell'ormai ex "Terzo Mondo") non bastano, evidentemente, a compensare l'inevitabile calo della partecipazione occidentale, europea e americana, in termini soprattutto di giro di affari oltre che di presenza materiale negli stand.

Indubbiamente, le edizioni più duramente colpite dalla crisi planetaria sono state le due precedenti del 2009 e del 2011 (si veda, in proposito, il riquadro pubblicato in alto), con un brusco e drammatico calo in tutti i settori vitali della fiera.

Si guardava perciò all'edizione 2013 con giustificato timore, ma per fortuna (complice, probabilmente, anche la crescita di Pet Asia, la manifestazione collaterale dedicata più in generale agli animali da compagnia), il trend negativo sembra essersi arrestato e gli organizzatori possono tirare un sospiro di sollievo, guardando al futuro con rinnovata fiducia.

Anche se magari poco significativo dal punto di vista strettamente commerciale, il dato sull'affluenza del pubblico non professionale (la fiera è tradizionalmente aperta a tutti dal pomeriggio del sabato a tutta la domenica) ha registrato un incoraggiante aumento del 20%, tornando a superare quota 10.000: certo, siamo ancora lontani dal record di 21.000 visitatori paganti del 2005 e le lunghe file per acquistare un biglietto viste in passato sono ancora un ricordo, ma l'impressione è che la strada per un rilancio della fiera sia stata finalmente imboccata.

UNO SGUARDO AL FUTURO. Aquarama è nata come "la fiera dei pesci", e come tale dovrebbe confermarsi nelle edizioni future, rafforzando in tal senso la propria immagine.

Giunta alla 13^a edizione, è ormai ben chiaro che non potrà mai competere con le più grandi e qualificate kermesse mondiali del



PICCOLA MA QUALIFICATA LA PARTECIPAZIONE ALLA FRESHWATER NANO PLANT COMPETITION

Pet che vedono al loro interno il settore acquaristico tra i protagonisti, prima fra tutte l'Interzoo di Norimberga.

Sua peculiarità è il "vivo", e proprio qui dovrebbe ulteriormente specializzarsi: piuttosto che ai fascinosi, ma futili (per chi lavora su pesci e piante), led colorati o ai graziosi, ma inflazionatissimi nano reef, più spazio ai produttori e agli esportatori di pesci, piante e invertebrati, ma anche ai maxi-schiumatoidi da serra, alle macchine per la chiusura termica o meccanica dei sacchetti, alle tecnologie di imballaggio e trasporto dei pesci, alle compagnie aeree che si propongano non solo con tariffe competitive, ma anche con servizi e assistenza qualificati, alla mangimistica per allevatori, alla cura delle malattie dei pesci...

Solo così avremo finalmente un appuntamento imperdibile per chiunque non si limiti a vendere acquari vuoti. ●

L'affascinante rodeo

Il pesce ideale per chi desidera un ospite inconsueto, gregario, di piccola taglia e con una livrea spettacolare

di Luciano Di Tizio

Da tempo proponiamo, sulle pagine di *Vimax Magazine*, anche pesci da laghetto un po' inconsueti, in una serie di articoli dedicati a quanti, tra gli appassionati, non si accontentano di pesci rossi e koi, ma ambiscono arricchire con specie diverse la fauna ittica del loro stagno in giardino, proprio come si fa abitualmente in acquariofilia.

Il rodeo amaro è, in questo senso, una scelta ideale grazie alla taglia modesta, come vedremo, e a un comportamento a dir poco particolare, tutt'altro che difficile da osservare anche in un bacino all'aperto di piccole dimensioni.

Un pesce che possiamo insomma proporre tranquillamente ai clienti anche grazie al fatto che è presente con discreta regolarità nei listini dei grossisti, almeno di quelli meglio forniti per il settore laghetto.

DOVE IN NATURA. Vediamo intanto di conoscerlo meglio: il rodeo amaro è diffuso in natura con due popolazioni disgiunte nell'area centro europea e in Asia: l'areale, nel vecchio continente, va dalla Francia settentrionale e orientale al Reno, dalla Neva al Mar Nero e al Mar Caspio, ma non è presente nelle isole britanniche né in Scandinavia.

A ovest e a sud i Pirenei e le Alpi hanno rappresentato a lungo il limite alla diffusione meridionale, ma la situazione è cambiata negli ultimi anni del secolo scorso: nel 1990, infatti, due maschi e quattro femmine in livrea riproduttiva vennero catturati per la prima volta in Italia, nel fiume Menago in provincia di Verona, frutto probabilmente di un'involontaria introduzione.



GRUPPO DI GIOVANI RODEO AMARO NATI NEL LAGHETTO E FOTOGRAFATI IN ACQUARIO, DOVE SONO STATI ACCRESCIUTI

LA FEMMINA HA UNA COLORAZIONE PIÙ TENUE
E IL VENTRE MAGGIORMENTE ARROTONDATO



Negli anni successivi le segnalazioni si sono moltiplicate e, oggi, la presenza del rodeo nelle acque veneto-lombarde e in altri siti della pianura padana è un dato acclarato. Non si tratta dunque di una specie "esotica", ma ciò nulla toglie al suo fascino.

UNA LIVREA PER OGNI OCCASIONE. Il rodeo è un pesce gregario di piccola taglia, non oltre i 10 cm, con corpo alto per via della parte dorsale gibbosa; pinne dorsale e anale ben sviluppate. Le scaglie, relativamente grandi, formano un evidente disegno a rete.

La colorazione è grigio-verdastra o grigio scuro sul dorso con fianchi gradualmente più chiari e con ventre bianco-rosato; la pinna anale è rossastra, mentre è presente una caratteristica fascia iridescente grigio bluastra sul peduncolo caudale. Un aspetto insomma del tutto particolare e interessante che diventa addirittura spettacolare in epoca riproduttiva, tra aprile e maggio: nei maschi compare infatti una livrea azzurro verde sul dorso e rossa nella parte inferiore del capo e del corpo, e anche le femmine accentuano in questa fase la colorazione, abitualmente un po' più dimessa, ma sono comunque facilmente riconoscibili per via di un lungo ovodepositore estroflesso che compare in questa fase.

SCHEDA TASSONOMICA. La denominazione scientifica del rodeo è *Rhodeus sericeus* (Pallas, 1776); la sottospecie europea, quella oggi presente anche in Italia, è *Rhodeus sericeus amarus* Bloch, 1782. Alcuni autori riportano la denominazione *Rhodeus amarus* (Bloch, 1782), con l'elevazione a specie della sottospecie, ma questa scelta non è da tutti condivisa. Appartiene alla famiglia *Cyprinidae* ed è una delle circa 7 specie di questa famiglia che risultano, in anni recenti o recentissimi, introdotte in Italia.

FANTASIA NELLA RIPRODUZIONE. Il rodeo frequenta corsi d'acqua a modesta corrente con fondo fangoso e con ricca vegetazione sommersa: gli è indispensabile la presenza di grossi bivalvi del genere *Unio* e *Anodonta*, a causa di una tecnica riproduttiva davvero insolita.

Il rodeo depone infatti le sue uova all'interno della cavità branchiale dei bivalvi, nella quale la femmina introduce abilmente le uova infilando l'ovodepositore negli opercoli respiratori.

Il maschio, a sua volta, le feconda emettendo lo sperma nelle vicinanze del mollusco che lo inala attraverso il proprio sifone. Lo sviluppo embrionale avviene all'interno della conchiglia dove le larve si trattengono per circa 4 settimane per poi venire espulse, durante i movimenti respiratori del mollusco, ormai già in grado di badare a se stesse.

NEL LAGHETTO. In base a quel che si è detto non è difficile consigliare le giuste condizioni per l'allevamento nello stagno in giardino.

I rodeo, da pesci gregari quali sono, devono essere tenuti in gruppi da non meno di 6-8 esemplari e, assieme a loro, vanno allevati alcuni bivalvi, anche questi facilmente reperibili in commercio presso grossisti e importatori.

Per il fondo è consigliabile uno strato di sabbia con una discreta presenza di piante, ma anche con vasti spazi liberi.

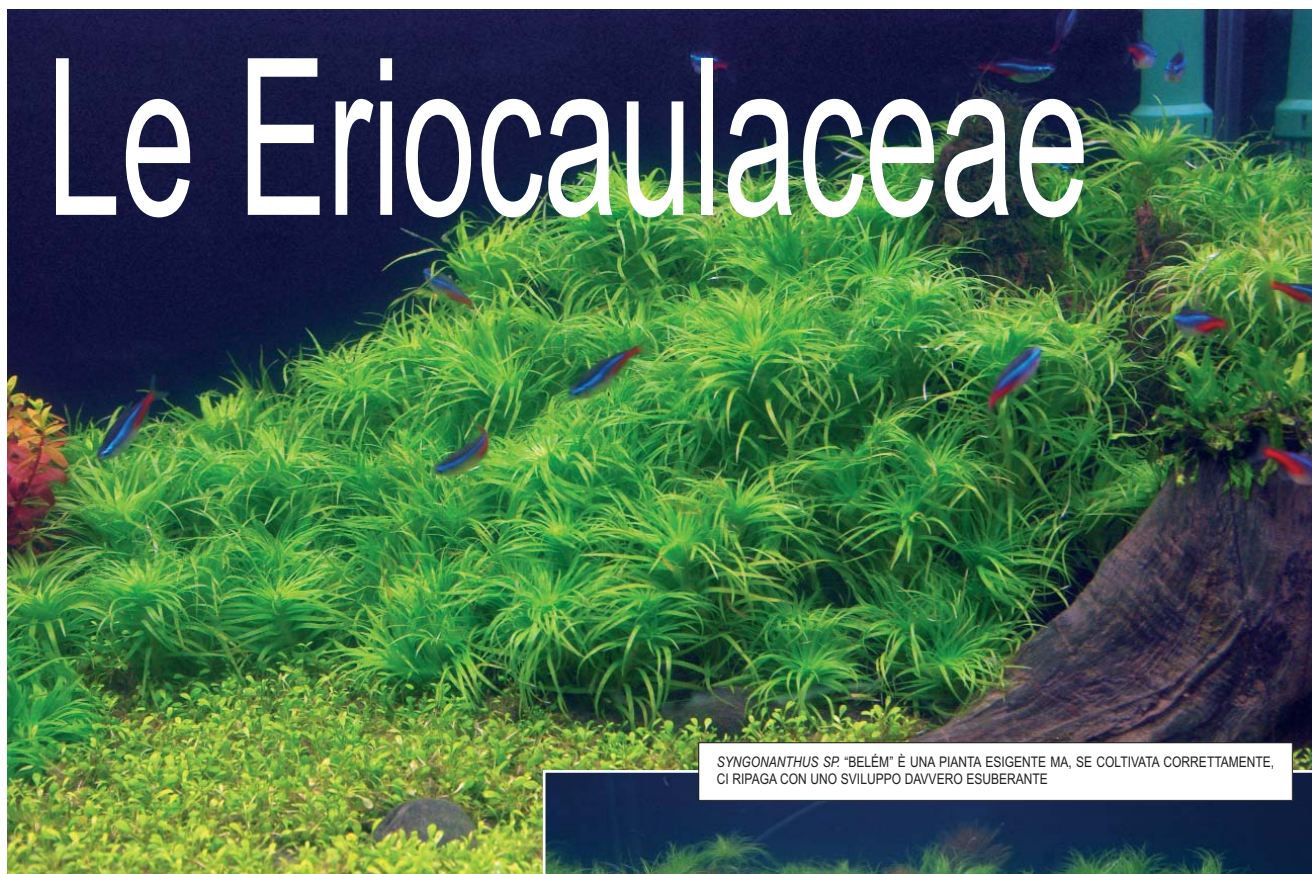
In natura il rodeo preda piccoli invertebrati, ma in cattività accetta un po' di tutto, compresi i consueti mangimi per pesci d'acqua temperata.

È dunque un pesce bello, interessante e che non richiede un particolare impegno nell'allevamento né nella riproduzione visto che, se correttamente alloggiato, fa tutto da solo. Serve altro per indurci a proporlo anche nel nostro listino? ●



UN MASCHIO CHE COMINCIA AD ASSUMERE LA SPLENDIDA LIVREA RIPRODUTTIVA

Le Eriocaulaceae



SYNGONANTHUS SP. "BELÉM" È UNA PIANTA ESIGENTE MA, SE COLTIVATA CORRETTAMENTE, CI RIPAGA CON UNO SVILUPPO DAVVERO ESUBERANTE



Sono tra le nuove protagoniste del verde: appartengono a una famiglia finora quasi sconosciuta, ma che in futuro potrebbe acquistare sempre maggiore importanza

di Alessandro Mancini

La famiglia delle *Eriocaulaceae* è pressoché sconosciuta al grande pubblico e ancora poco nota anche agli acquariofili, nonostante annoveri 13 generi e ben 1.200 specie, di cui almeno un terzo classificate nel solo genere *Eriocaulon*, uno dei più vasti dell'intero regno vegetale.

Sono piante erbacee, distribuite in maggioranza nelle regioni tropicali e subtropicali: alcune si possono classificare tra le elofite o piante palustri, rinvenendosi quasi esclusivamente nei biotopi acquatici (tra queste l'unica specie europea, *E. aquaticum*, reperibile nelle zone umide dell'Irlanda e delle isole Ebridi) dove possono crescere, secondo necessità, sommerse o parzialmente emerse.

Sul mercato acquariofilo sono finora sporadicamente comparse poche specie del genere *Eriocaulon* (*E. setaceum* asiatica, *E. melanocephalum* americana e *E. bifistulosum* africana), una del genere *Tonina* (*T. fluviatilis*) e almeno un paio non ancora classificate con certezza appartenenti al genere *Syngonanthus*.

Spesso queste piante vengono familiarmente chiamate "star plants" (piante-stella), per la caratteristica disposizione delle foglie: ciò può farle confondere con la cugina *Eusteralis stellata* (che oggi si dovrebbe chiamare più correttamente *Pogostemon stellatus*), dell'affine famiglia delle *Lamiaceae*, una delle piante da acquario più belle ma anche più difficili, che del resto non a caso al suo esordio in acquariofilia (fine anni '70) fu proposta erroneamente in commercio proprio sotto il nome di *Eriocaulon* dai vivai e dagli esportatori di Singapore.

LA PRIMA SUL MERCATO. La specie di *Eriocaulaceae* coltivata da più tempo in acquario è probabilmente *Eriocaulon setaceum*, originaria del Sud-Est asiatico e del nord dell'Australia, dove cresce lungo i bordi sia di torrenti che di stagni e laghi.

Questa pianta fu lanciata sul mercato acquaristico dalla ditta Oriental Aquarium di Singapore negli anni '80, e da lì viene ancora oggi importata, prevalentemente in vasetto idroponico.

Richiede un substrato piuttosto acido (ottenuto per esempio mescolando del gravelit con torba in granuli) e profondo (7-8 cm), acqua tenera (durezza carbonatica inferiore a 4 °dKH e durezza totale non oltre 5 °dGH) e pH acido (entro 6,5).

Se le condizioni non sono ottimali, foglie e fusto divengono quasi trasparenti e la pianta muore in pochi giorni.

Un buon filtro biologico, efficiente e capiente (minimo 20% del volume complessivo della vasca), sembra essere fondamentale per avere successo nella coltivazione di questa specie.

NOVITÀ NON CLASSIFICATA. Ultimamente è reperibile in commercio anche una specie non ancora classificata, commercializzata come *Eriocaulon* sp. "Mato Grosso", originaria del Brasile e coltivata in idroponica da alcune serre europee.

Si tratta anche in questo caso di una pianta molto impegnativa, consigliabile solo ad acquariofili particolarmente esperti nella coltivazione delle piante o comunque riservata alle vasche essenzialmente dedicate alla vegetazione acquatica.

Richiede una temperatura di 22-28 °C, pH piuttosto acido (tra 5 e 6,5) e una luce particolarmente intensa.

DAL BRASILE ALL'EUROPA PASSANDO PER IL GIAPPONE. Il nome del genere *Tonina* deriva da un idioma indio della Guyana. Negli anni '90 fu introdotta negli acquari europei *T. fluviatilis*, una specie descritta nel 1806 e ampiamente diffusa nell'America Centro-Meridionale.

Tipica pianta palustre, raggiunge un'altezza di 40 cm ed è facilmente identificabile per il suo stelo robusto su cui si innestano numerose foglie a rosetta alternate, lanceolate, normalmente di color verde chiaro ma che assumono sfumature rossastre sotto una forte (e sempre gradita) illuminazione.

Richiede in particolare un'acqua molto tenera e acida, con bassa conduttività (non superiore a 150 µS/cm).

In natura la si osserva spesso in "acque nere", caratterizzate da massiccia presenza di acidi umici e fulvici che determinano un'elevata acidità (pH di regola inferiore a 5): in questi ambienti-limite è a volte l'unica pianta presente, talvolta insieme alla più ubiquitaria *Mayaca fluviatilis*.

Commercializzata per qualche tempo come *Tonina* sp. "Belém" (città brasiliana, noto centro di raccolta ed esportazione di pesci e piante amazzonici, situata lungo il corso inferiore del Rio delle Amazzoni), una specie affine (importata originariamente dalla serra giapponese Rayon Vert, ma oggi proposta in coltura idroponica da diverse serre specializzate europee) è stata di recente assegnata a un altro genere, *Syngonanthus*, distinto da *Tonina* per la struttura dell'infiorescenza, pur essendo ancora in attesa di una classificazione scientifica attendibile e definitiva.

In natura è una pianta palustre (elofita) che cresce compatta in cespugli alti non più di una decina di centimetri lungo le rive dei canali e dei fiumi di "blackwater", su substrati acidi periodicamente allagati da acqua con pH intorno a 5 e durezza non misurabile.

Piuttosto esigente, in acquario richiede un'acqua acida e tenera (durezza carbonatica pari o inferiore a 2-3 °dKH, pH 5-6), fondo acido moderatamente fertilizzato (ferro indispensabile), una regolare somministrazione di CO₂ e un'intensa illuminazione.

In condizioni ottimali cresce rapidamente, propagandosi per talee laterali. In acquari grandi, a partire da un centinaio di litri, si può utilizzare per il primo piano o per riempire un arredamento a terrazze, è inoltre una classica pianta per il punto di richiamo purché coltivata in gruppo, ma non eccessivamente fitta.

Si presta bene nei contrasti con specie a sviluppo erboso, come *Glossostigma elatinoides*, *Lilaeopsis brasiliensis*, *Echinodorus tenellus* e *Eleocharis* spp.

Una volta partita, è facile moltiplicarla semplicemente ripiantando gli apici potati ogni 10-15 giorni, lasciandola a un'altezza media di circa 5 cm.

RISERVATE AI POLLICI VERDI. Dopo un inizio incoraggiante, spesso le *Eriocaulaceae* spp. arrestano la crescita e deperiscono.

Per aggirare il problema, è conveniente recidere e ripiantare il più velocemente possibile le numerose talee laterali, che di solito si sviluppano lungo lo stelo nei primi giorni di crescita rigogliosa, quando queste hanno raggiunto i 4-5 cm di lunghezza.

Le talee si mostrano in genere più vitali e soprattutto più adattabili della pianta-madre, che dopo alcuni giorni comincia a deperire partendo dalla parte più bassa dello stelo.

Purtroppo, però, tutte queste piante sono classificabili come difficili: anche gli acquariofili più esperti devono prepararsi ad affrontare degli insuccessi.

Delicate lo sono fin dal momento del trasporto e del trapianto in acquario: il fusto è fragilissimo e si spezza con estrema facilità, occorre quindi maneggiarle con grande attenzione.

Tra la forma emersa e quella sommersa vi sono sostanziali differenze morfologiche: la prima presenta generalmente un fusto più spesso, semieretto o eretto, su cui si innestano i verticilli delle foglie; la forma sommersa differisce per il fusto più esile (strisciante se estratto dall'acqua), con foglie più numerose e nettamente più lunghe e sottili (fenomeno conosciuto come eterofilia), talora quasi aghiformi (soprattutto nel genere *Syngonanthus*), di colore tendente al rossastro in presenza di illuminazione adeguata.

Proprio l'illuminazione si rivela fondamentale per la coltivazione di queste piante, in quanto essa deve essere particolarmente intensa, inoltre è indispensabile un fondo soffice, spesso (7-8 cm almeno) e ben fertilizzato: nel programma di fertilizzazione non va assolutamente trascurato il ferro in forma chelata, vista la tendenza ad andare in clorosi al minimo cenno di carenza. Indispensabile è anche la somministrazione di CO₂.

DEPERIMENTO E... RESURREZIONE. Caratteristica negativa (e frustrante) di un po' tutte le specie è l'improvviso, inspiegabile deperimento osservabile anche in condizioni apparentemente ottimali, come quelle precedentemente descritte.

Fortunatamente, in soccorso dell'acquariofilo arriva in tal caso la relativa facilità con cui è possibile moltiplicare vegetativamente: recidendo l'apice del fusto se ne stimola la ramificazione, mentre anche i rametti laterali (talee) si possono recidere e ripiantare. ●



Si sa veramente poco di una malattia che colpisce i ciclidi africani

di Valerio Zupo

Vi sarà certamente capitato di acquistare dei ciclidi di origine africana per le vasche del negozio specializzato, e ovviamente li avrete scelti con cura negli espositori del grossista, evitando gli esemplari che mostravano macchie, gonfiori o comportamenti anormali.

Eppure, potrà esservi accaduto, in alcuni casi, di vederli deperire rapidamente, con addome rigonfio, sollevamento delle scaglie, nuoto in posizione irregolare e difficoltà a mantenere l'assetto.

OPINIONI CONTRASTANTI. Di cosa si tratta? In questi casi, molti sono pronti a giurare che la causa sia la presenza di un metazoo parassita e solitamente tentano trattamenti con farmaci potenti che, spesso, peggiorano la situazione.

Atri, invece, ritengono che sia colpa dell'acqua o ipotizzano improbabili catture in natura con veleni, che avrebbero distrutto il fegato e la milza dei piccoli ospiti.

In ogni caso, la perdita del contingente prima di poterlo rivendere scoraggia i successivi acquisti.

È possibile che tutte le precedenti ipotesi fossero errate e che quei pesci fossero affetti da quella che si chiama "sindrome dei pesci africani" o che viene a volte chiamata, dagli autori anglosassoni, *Malawi Bloat Syndrome*.

Sindrome da conoscere



IPOTESI DA VERIFICARE. Perché sindrome e non semplicemente "malattia"? In realtà utilizziamo questa terminologia quando non siamo certi dell'oggetto della nostra disquisizione.

In particolare, per quanto riguarda questa "apparente malattia", noi abbiamo definito una certa sintomatologia ma, non avendo ancora individuato un agente patogeno (virus, batterio, fungo, protozoo o metazoo) non possiamo dare indicazioni precise circa le cause, il trattamento, il possibile decorso della patologia.

Di certo alcuni hanno fatto delle ipotesi sulla probabile natura del parassita e hanno quindi tentato delle terapie che, in alcuni casi, si sono persino dimostrate efficaci, nel senso che la storia si è conclusa con una guarigione.

In mancanza di dati scientifici accurati, però, non possiamo certo escludere che la guarigione sia stata casuale e che la "cura", dunque, non abbia contribuito in alcun modo alla conclusione positiva.

UN APPROCCIO SCIENTIFICO. Bisognerebbe di conseguenza tentare un approccio scientifico, per giungere a una più chiara definizione del malanno, dei suoi sintomi caratteristici e delle possibili terapie, dopo l'identificazione certa di un potenziale parassita. Purtroppo, in letteratura scientifica questa malattia



non è mai stata considerata, pur occupando un ruolo importante nelle trattazioni delle riviste di acquariologia e nelle discussioni tra veterinari e acquariofili.

In pratica, la sindrome dei ciclidi africani esiste, in base ai sintomi e alle evidenze pratiche, ma non è mai stata studiata accuratamente.

Come difendersi allora in queste circostanze e come agire per tamponare i danni, volendo rivendere questi pesci che giocano spesso un ruolo rilevante negli interessi degli appassionati di acquari?

SINTOMI IMPORTANTI. Sono stati elencati innumerevoli sintomi per questa malattia, da parte di acquariofili più o meno esperti.

Tuttavia, volendosi attenere a quelli caratteristici, che sembrano costanti in tutte le identificazioni certe, possiamo limitarci ad anoressia, tachipnea, feci di colore chiaro e distensione addominale.

Ognuno di questi, preso individualmente, dovrebbe essere considerato come un sintomo generico di malattia e non può quindi aiutarci nella definizione di una probabile eziologia.

Per esempio, la respirazione accelerata (tachipnea) caratterizza tutte quelle malattie in cui, a causa di un danno diretto alle branchie, oppure a causa di un'alterata fisiologia che interessi particolari distretti tissutali, il pesce si trovi in debito di ossigeno.

Osserveremo quindi respirazione accelerata quando le branchie sono attaccate da batteri e protozoi o metazoi, ma anche quando il pH dell'acqua è troppo basso e produce ipersecrezione mucosa sulle lamelle branchiali, o quando una situazione di generale intossicazione costringe gli organi interni (rene e fegato) a un eccesso di attività che richiede un aumentato afflusso di ossigeno al corpo.

NON SOLO L'APPETITO. Di pari, l'anoressia (inappetenza), può rappresentare un sintomo generale di malessere.

I pesci smettono di alimentarsi quando si trovano in una situazione di stress, quando sono soggetti a infiammazioni gastriche od occlusioni intestinali, quando sono troppo deboli o impauriti. Pertanto anche questo sintomo, da solo, è troppo generico per caratterizzare una qualsiasi malattia. Le feci di colore chiaro sono leggermente più "specifiche", perché indicano un problema a livello intestinale, anche se non lo sono abbastanza da definire una determinata categoria di patologie. Infatti, le feci possono divenire chiare e trasparenti quando i pesci si alimentano poco e, dato il sintomo precedentemente descritto, la loro comparsa è quasi scontata.

D'altra parte le feci chiare possono essere un sintomo di infezione intestinale e dovrebbero dunque costituire un campanello d'allarme che avverte di un problema legato alla parte finale dell'apparato digerente.



Infine, la distensione addominale, che si manifesta con la comparsa di gonfiori e sollevamento delle scaglie (un tempo veniva chiamata genericamente "idropisia", non essendo chiare le cause di tale patologia) indica certo un problema ad un organo interno, che si rigonfia a dismisura facendo comparire il tipico gonfiore dell'addome (il rigonfiamento può essere dovuto a flogosi, ipertrofia, ritenzione idrica o produzione di gas), oppure un blocco intestinale che induce gonfiore nella parte inferiore e posteriore del corpo.

UNA VISIONE GLOBALE. Eppure, esaminati nella loro globalità, questi sintomi risultano abbastanza indicativi.

È evidente un danno a organi interni che produce feci filiformi e gonfiore.

Il fatto che le feci continuino a essere prodotte fa escludere l'ipotesi di un blocco intestinale e deve indurre a studiare la funzionalità dell'intestino.

Il gonfiore addominale, dunque, deve essere dovuto a danni di varia natura che interessano il tubo digerente.

Questi elementi, associati all'inappetenza e alla respirazione accelerata, confermano un danno grave all'apparato digerente, anche se è difficile stabilire se esso sia prodotto da un parassita o da una banale disfunzione.

È UN PARASSITA? Il fatto che la malattia proceda con un andamento epidemico farebbe pensare a un parassita.

Inoltre, si manifesta in pesci allevati in aree diverse e con acque molto diverse, per cui saremmo portati a escludere un'influenza diretta dello stress legato alla vita in ambienti inadeguati, anche se questi possono costituire un'aggravante.

Invece, pare molto interessante l'influenza del cibo, dal momento che molti casi sono stati identificati in soggetti sottoposti a

diete errate, come per esempio ciclidi erbivori alimentati con pellet di origine animale.



UN ESPERIMENTO INTERESSANTE. Uno studio sperimentale effettuato di recente da un acquariofilo americano, sembrerebbe comunque dimostrare il contrario: ha preso in esame un piccolo numero di *Labeo tropheus fuelleborni*, divisi in due gruppi e alimentati con un cibo esclusivamente vegetale o con un mangime a base di *Artemia*, per sei mesi.

Al termine dell'esperimento non sono state dimostrate differenze di rilievo nello stato di salute dei due gruppi. D'altra parte, basandosi anche sulla semplice osservazione che la malattia si manifesta spesso già nelle vasche del negoziante, saremmo portati ad

escludere un'influenza diretta e determinante del cibo, se non come fattore aggiuntivo.

La nostra ipotesi, tutta da dimostrare, è che questi pesci possano trasportare, al momento dell'importazione, dei ceppi di batteri che si sviluppano solo in particolari condizioni, come accade pure nel caso di altri soggetti derivanti da riproduzione in cattività (per esempio pesci pagliaccio negli acquari marini).

In questo caso, organismi che potrebbero essere identificati tra i micobatteri o i batteri aerobi, si sviluppano rapidamente quando le condizioni ambientali cambiano, ad esempio dopo il trasporto.

QUALCHE SUGGERIMENTO UTILE. Non esistono dati scientifici su questo argomento e possiamo quindi basarci solo su ipotesi e sull'esperienza personale, ma da parte nostra, pur non avendo dati matematici a conforto, suggeriamo alcune semplici pratiche che apparentemente hanno risolto casi inizialmente gravi.

Innanzitutto è necessario utilizzare temperature relativamente basse all'arrivo dei pesci: spesso la malattia è esplosa in vasche tenute a temperature elevate, mentre in acquari attorno ai 24-25 gradi i sintomi sopra descritti non sono quasi mai stati osservati. Evidentemente i parassiti (ammesso che esistano) possono riprodursi meglio alle temperature elevate, o i pesci divengono meno cagionevoli alle temperature più basse.

Un'alimentazione sana, adeguata alle esigenze delle specie considerate e contenente poche proteine (sono queste che più spesso inducono la proliferazione di batteri opportunisti) aiuta a mantenere i pesci sani.

RIMEDI DA PROVARE. In caso di comparsa dei primi sintomi si potrà tentare un trattamento da effettuare sia in soluzione, sia nel cibo somministrato, utilizzando associazioni di antibiotici e sulfamidici.

Questo consentirà di recuperare rapidamente le condizioni di salute dei pesci stoccati in negozio, evitando perdite che scoraggerebbero poi dall'approvvigionare nuovamente queste magnifiche specie africane.

Saremo felici comunque di ospitare, in futuro, contributi da parte di negozianti che abbiano sperimentato questi problemi, e le loro eventuali soluzioni, in modo da accrescere la casistica disponibile e raccogliere il maggior numero possibile di dati, che ci conducano a una soluzione finale del problema.

In mancanza di ricerche scientifiche sull'argomento, la cooperazione di tutti diviene essenziale per ottenere i dati necessari alla soluzione del problema. ●

Siamo animali da agenzia e sappiamo quello che vogliamo!

Tommy, 4 anni
CREATIVO

"Abbiamo fiuto
per le idee graffianti
e indipendenti."



Cleo, 3 anni
P.R. e GESTIONE EVENTI

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

Paco, 35 anni
WEB DEVELOPER

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



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

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**

Agente ben introdotto nei petshop regione Liguria **ricerca mandati**.
Info: cell. 3472737076, collmar@inwind.it

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@gbll.com - amministrazionegbll@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: amboscisti, esperti e motivati, ben introdotti nel settore pet e toelettature. Info: inviare cv a info@ariesrl.eu
Aries srl professional cosmetics for dogs and cats is looking for distributors abroad.
Send applications to: info@ariesrl.eu

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

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

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

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

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

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 acquariofilia 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@empepidue.it, cell. 3933571932

KOME 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 (Orbi-loc 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

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

Azienda artigianale italiana, made in Italy, presente nel territorio da oltre 20 anni, produttrice di abbigliamento, trasportini e cuccie per cani, **cerca agenti plurimandatari** già presenti nel settore del pet per zone ancora libere. È previsto un interessante trattamento provvigionale.
Info: cell. 348.6392579, borgo.ruggero@gmail.com

Domus Pet srl, concessionaria dei marchi Trovet, Podium, Hello Kitty e Disney, **cerca agenti** per le regioni: Lazio, Umbria, Toscana e Abruzzo.
Info: tel. 0645501940 - 0645501941, info@domuspet.net

Inamorada, prestigioso marchio di abbigliamento e accessori di alta gamma, per il potenziamento della propria rete commerciale, **ricerca agenti** per le zone libere sul territorio nazionale. Si richiede consolidato pacchetto clienti, si offrono ottimi incentivi. Info: cell. 3930511297, info@inamorada.com

Valpet srl, azienda leader nella produzione di alimenti superpremium per cani, gatti e piccoli animali d'affezione, ricerca **informatori veterinari** possibilmente plurimandatarari, per le province di: Milano, Roma, Bologna, Firenze e Napoli. Titolo preferenziale sarà la conoscenza delle cliniche e ambulatori veterinari più importanti nelle province di riferimento. Info: inviare cv a servizio.clienti@valpet.it

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 Pinero (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: cell. 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, cristicar11@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

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

Vendesi toelettatura sita in Verona Est, aperta nel 2000, con un alto numero di clienti. Si offre affiancamento semestrale. Info: cell. 3497208314

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, aera-tori, filtri interni ed esterni, distributori automatici, materiali filtranti, prodotti tecnici, pompe, mangimi e accessori per laghetti. Tutto perfettamente integro nelle loro confe-zioni. 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 presti-giose; guinzagli, collari e pettorine in nylon o con strass in pelle (Cinopelca); pitonati, lisci, borchiatì delle marche Camon, Ferribiella, Linky, Trixie ecc. di tutte le misure. Borse, zainetti per il trasporto, museruole, mutandine, spazzole, pettini e rastrelli, pro-dotti 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 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, dispenser 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 condi-zioni, dotato di 3 vasche di diverse dimensioni, complete di doccino acqua calda, doc-cino disinfettante, aspiraliquidi e phon soffiatore. Compreso nel prezzo un distributore di quanti, 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 vendi-ta 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'inci-sione. Perfettamente funzionante. Le medagliette e i pezzi di ricambio sono acquista-bili presso la ditta italiana distributrice. Disponibile a inviare foto;
- tavolo Record per toelettatura in acciaio inox, semi nuovo, elettrico, con piano gire-vole, 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

Causa pensionamento, **cedesi** a prezzo modico, storico petshop nell'interland di Firenze. Info: tel. 0554217710, cell. 3397715617

Vendo negozio di toelettatura con annesso piccolo spazio per la vendita di alimenti e accessori per un totale di circa 50 mq. Una vetrina su strada. Completamente ristrut-turato. Arredamento in legno ben tenuto e sala toelettatura con attrezzature di soli tre anni, dotato di due finestre, aria condizionata e riscaldamento. Bagno privato e canti-na. Toelettatura ben avviata con pacchetto clienti. Zona prima periferia Milano Sud. Info: cell. 3939533249

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 truthfulness of the adverts.

gli appuntamenti

NOT TO BE MISSED

pet expo

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

8-10 NOVEMBRE 2013 KOPET 2013

Korea
Info: tel. +82/316978261, fax +82/31697/8266, www.kopet.com, kopet@kopet.com

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@chgjie.com

20-23 NOVEMBRE 2013 ZOOSPHERE 2013

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

17-19 GENNAIO 2014 IIPTF

Laxmi Lawns, Pune India
Info: Tel: +91/120/2427282, www.iiprf.com, info@iiprf.com/info@lbassociates.com

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

1-3 APRILE 2014 ZOOVETEXPO 2014

International Exhibition Center, 15 Brovarskiy Avenue, Kyiv, Ukraine
Info: www.zoovetexpo.com

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

29 MAGGIO - 1 GIUGNO 2014 INTERZOO 2014

Nürnberg, Germany
Info: tel. +49(0)91186060, fax +49(0)91186068228, www.interzoo.com

expo cani / dog shows

8 SETTEMBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Trieste - Info: ENCI
tel. +39/0270020346, fax +39/0270020323, www.enci.it, expo@enci.it

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

10 NOVEMBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Latina - Info: ENCI

16-17 NOVEMBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Genova - Info: ENCI

23-24 NOVEMBRE 2013 ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Cremona - Info: ENCI

30 NOVEMBRE 2013 - 1 DICEMBRE ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Verona - Info: ENCI

14 DICEMBRE ESPOSIZIONE INT.LE CANINA Erba (CO) - 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

9-10 NOVEMBRE 2013 EXPO FELINA Roma - Info: ANFI

23-24 NOVEMBRE 2013 EXPO FELINA Trento - Info: ANFI

7-8 DICEMBRE 2013 EXPO FELINA Mantova - Info: ANFI

21-22 DICEMBRE 2013 EXPO FELINA Belluno - 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 Linate 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

1-3 NOVEMBRE 2013 CAMP. REG.LE ORNITOLOGICO Salerno - Info: FOI

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

9-10 NOVEMBRE 2013 CAMP. INT.LE ORNITOLOGICO Cesena Fiere - Info: FOI

9-11 NOVEMBRE 2013 CAMP. REG. ORNITOLOGICO Monguzzo (CO) - Info: FOI

15-17 NOVEMBRE 2013 CAMP. REG. ORNITOLOGICO Marano Principato (CS)
Info: FOI

22-24 NOVEMBRE 2013 CAMP. INT.LE ORNITOLOGICO Reggio Emilia - Info: FOI

30 NOVEMBRE - 1 DICEMBRE 2013 CAMP. REG. ORNITOLOGICO Bassano del
Grappa (VI) - 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. ● ● ● ● 051796030 - 051790120
Via Matteotti, 37 fax 051796203
40064 Ozzano dell'Emilia (BO)
www.acquariodibologna.it - info@acquariodibologna.it

Acquario di Bologna S.r.l. ● ● ● ● 0266011497
Via Telemaco Signorini, 9 fax 0266011498
20092 Cinisello Balsamo (MI)
www.acquariodibologna.it - info@acquariodibologna.it

Acquariolandia Italia ● tel. e fax 024598320
Via F. Rismondo, 119
20153 Milano
acquariolandia@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 - aquariumlаторre@libero.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 Corrizato P. & C. ● ● ● ● 0423724073
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48 fax 0423742252
31033 Castelfranco V.to (TV)
www.calcioimare.com, www.aqualine.it
info@calcioimare.com

Carmar S.a.s. ● ● ● ● 0815743501-0815743459
Via Aldo Moro, 28 fax 0815743496
80046 San Giorgio a Cremano (NA)
www.carmarsas.it - info@carmarsas.it

Carmar New S.r.l. ● ● ● ● 0817529205
Via Repubbliche Marinare 126/128 fax 0817529262
80147 Napoli
www.carmarnew.it - carmar.pr@tin.it

CE.A.B. di Ferrari Pierluigi ● 0302667121
Via Pietro Rescatti, 20 fax 0302168469
25124 Folzano (BS)
www.ceabacuari.it - info@ceabacuari.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

Comas S.r.l. ● ● ● tel. 0331880350
C.so Martiri Patriotti, 70 fax 0331878497
20022 Castano Primo (MI)
www.reefsnow.com - info@reefsnow.com

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

Dennerle GmbH ● ● ● ● ● +49/63317241703
Kroepferstraße, 17 fax +49/63317241203
66957 Vinningen (Germania)
www.dennerle.de - b.kaufmann@dennerle.de

Eheim GmbH & CO. KG ● ● ● ● ● +49/7153/700201
Plochingen 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.iemmiermannobl.com - iemmi.ermann@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.A.C. 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.raggiadisole.it - www.mckerk.it - info@raggiadisole.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 fax 0516661333
40018 San Pietro in Casale (BO)
www.sera.it - info.seraitalia@sera.biz

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

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



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

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

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

Tucano Internazionale S.r.l. ● ● ● 0312289793
Via Asiago, 25
22100 Como
www.tucanoint.it - info@tucanoint.it

Valpet S.r.l. ● 0395321255
Via Cartiera, 1
23883 Brivio (LC)
www.valpet.it
servizio.clienti@valpet.it

Valverde Aquarium S.r.l. ● 037188127
Via dei Ronchi, 15
26813 Graffignana (LO)
valverde.aquarium@libero.it

Vitakraft Italia S.p.a. ● ● ● 075965601
Via Piana, 4
06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

Vitrea S.r.l. ● 059565688
Prov. Limidi-Ravarino, 62
41010 Limidi (MO)
www.vitrea.it - info@vitrea.it

Zanolli Mario ● ● 045973472
Via Mattarana, 11/A
37141 Verona
www.mariozanolli.it - info@mariozanolli.it

Zolux S.a.s. ● ● ● +33/5/46746969
141, Cours Paul Doumer
17100 Saintes (France)
www.zolux.com - info@zolux.com

Zolux Italia ● ● ● 051759428
Via Balzani, 14
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
28066 Galliate (NO)
www.nutrexa.com - info@nutrexa.com

Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l. ● 092423013
Via Porta Palermo, 131
91011 Alcamo (TP)
www.adragna.it - info@adragna.it

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

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

Agras Delic S.p.a. ● 010588586
Via San Vincenzo, 4
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
16123 Genova
www.almonature.eu - info@almo.it

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

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

Animali.it ● 0293591343
Via Po, 16/A
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
25015 Desenzano Del Garda (BS)
www.arovit.it - info@arovit.it

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

Baldecchi S.n.c. ● 0559705281
Zona PIP Frazione Penna
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
06061 Castiglione del Lago (PG)
www.baufioc.com - info@baufioc.com

Bayer S.p.a. ● ● 0239781
V.le Certosa, 130
20156 Milano
www.vetclub.it - www.petclub.it

Beaphar Italia S.r.l. ● 054464418
Via Fossombrone, 66
48124 Ravenna
www.beaphar.com - info@beaphar.com

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

Bolton Alimentare S.p.a. ● 031779111
Via L. Einaudi, 18/22
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
62010 Pollenza (MC)
www.bruma.it - bruma@bruma.it

Camon S.p.a. ● ● ● 0456608511
Via Lucio Cosentino, 1
37041 Albaredo d'Adige (VR)
www.camon.it - camon@camon.it

Candioli S.p.a. ● 0113490232
Via Manzoni, 2
10092 Beinasco (TO)
www.candioli.it - info@candioli.it

Canicom S.r.l. ● 0583462363
Via di Sottopoggio, 32
55060 Guamo (LU)
www.canicomitalia.com - info@canicomitalia.com

Cargill S.r.l. ● 02890441
Via Girardo Patecchio, 4
20141 Milano
www.cargill.com

Cerere S.p.a. ● 017367271
Via del Molino, 42
12057 Neive (CN)
www.cerere.com - cerere@cerere.com

Ceva Vetem S.p.a. ● 03965591
Via Colleoni, 15
20041 Agrate Brianza (MI)
www.cevavetem.it - marketing.italy@ceva.com

Chemi-Vit S.r.l. ● ● 0522887959
Via Don Milani, 5/C
42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com

Chifa S.r.l. ● 0331932014
Via Verdi, 84
21021 Angera (VA)
www.chifa.it - chifasrl@tiscali.it

C.I.A.C.R.I. S.a.s. ● 0815260121
Via della Libertà, 473
80010 Villaricca (NA)
www.ciacri.it - ciacri@ciacri.it - ciacri@virgilio.it

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

Ciuffogatto S.r.l. Unipersonale ● ● 0114513929
Piazza Castello, 99 piano 5
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
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
21040 Castronno (VA)
www.crocitrading.com - info@crocitrading.it

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

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

Diusa Pet S.r.l. ● 0382947500
S.P. per Lardirago, 8
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
36043 Camisano Vicentino (VI)
www.dogline.it - dogline@dogline.it

Dog Performance ● 0321923244
strada dei Boschi, sn
28040 Marano Ticino (NO)
www.dogperformance.com - info@dogperformance.com

Dorado S.r.l. ● 042659140
Via Romea, 10
30010 Monsele di Cona (VE)
www.baubon.it - infoservice@baubon.it

DRN S.r.l. ● ● 0373938345
Via Bellisario, 23/25
26020 Palazzo Pignano (CR)
www.drnsrl.it - marketing@drnsrl.it

Duecci S.r.l. ● 3489006997
Via Saccani, 2
42023 Cadelbosco di Sopra (RE)
www.dueccisrl.com - info@dueccisrl.com

Due Erre & C. S.n.c. ● 0516466149
Via Pradazzo, 1/D
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
42100 Reggio Emilia (RE)
www.n1bio.com - info@n1bio.com

Effeci Service S.r.l. ● 0382957122
Via E. Fermi, 5
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.farina.com - info@farmina.it

Fashionglobetrotter ● 3383528728
Via di Barbiano, 2/4 fax 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

Ferriella S.p.a. ● ● 0152558103
Strada Trossi, 33 fax 0152558083
13871 Verrone (BI)
www.ferriella.it - info@ferriella.it

Ferrzootecnica ● ● 059313426
Via Belgio, 16 fax 059454077
41122 Modena (MO)
www.ferrzootecnica.it - info@ferrzootecnica.it

F.I.E.M. S.n.c. ● 031976672
Via G. Galilei, 3 fax 031899163
22070 Guanzate (CO)
www.fiem.it - info@fiem.it

Flair Pet S.r.l. ● 0424383101
Via Valle S. Felicità, 5/B fax 0424390792
36060 Romano d'Ezzelino (VI)
www.flairpet.com - info@flairpet.com

Flexi-Bogdahn Int. GmbH & Co. KG ● ● +49/4532/40440
Carl Benz Weg, 13 +49/4532/40446
22941 Bargteheide (Germania) fax +49/4532/40442
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

Ghedda Mangimi S.r.l. ● 038632677
Via Comuna Santuario, 1 fax 038632664
46035 Ostiglia (MN)
www.ghedda.it - ghedda@ghedda.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 042659030
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 ● 0163600188
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

Karlle Heimtierbedarf GmbH ● ● ● +49/2957/770
Graf Zeppelin Straße 13 fax +49/2957/77399
33181 Bad Wuennenberg, Haaren (Germany)
www.karlle.de - info@karlle.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. ● 0586434000
Via L. Da Vinci, 21 fax 0586434210
57123 Livorno
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.lifepecare.it - info@lifepecare.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 dell'Industria, 7/1 fax 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

Canina

I prodotti Canina sono distribuiti
in esclusiva per l'Italia da

DRN

DRN srl V. Bellisario, 23/25 Palazzo Pignano
Tel +39 0373 938345 - Fax +39 0373 982427
e-mail marketing@drnsrl.it - sito web: www.drnsrl.it

Nestlé Purina Petcare S.p.a. ● ● 0281811
V.le G. Richard, 5 800-525505
20143 Milano fax 0281817133
www.purina.it

Nova Foods S.r.l. ● 0445941494
Via Pecori Giralardi, 59/A fax 0445941522
36070 Castelfranco (VI)
www.novafafoods.com - info@novafafoods.it

N.P. Industries S.r.l. ● ● 0432699322
Via Valcellina, 37 fax 0427488000
33097 Spilimbergo (PN)
www.professionalpets.it - info@professionalpets.it

Nuova Cuoiro ● 0817744833
Via Lufrano, 69 fax 0817735989
80040 Volia (NA)
www.eurocuoiro.it - info@eurocuoiro.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.lilioshop.it - info@onsitepet.it

Original Legno Italia S.a.s. ● 0924514511
di Maltese & C. fax 0924515292
ZI 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.caschi@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.raggiadisole.it - www.mckerk.it
info@raggiadisole.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.solvaycat.com - lettieri.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 Castegnaro (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 fax 0458780374
37036 San Martino Buon Albergo (VR)
www.tolsa.com - info@tolsa.com

Trilly Tutti Brillì ● 0131826819
Strada Virgo Potens, 4/5 fax 0131826819
15057 Tortona (AL)
www.trillytuttribrilli.it - info@trillytuttribrilli.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 Moretini, 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.zoal.it - zoal@tin.it

Uccelli Birds

Allevamento Max ● 0423485691
Via Cacciatore, 2/A fax 0423756928
31037 Loria (TV)
www.pappagalli.com - info@pappagalli.com - maxomi@tin.it

All Pet S.r.l. ● 0296450470
Via Trieste, 603 fax 0296450464
21042 Caronno Pertusella (VA)
www.allpet.it - info@allpet.it

Avi Fauna ● 070564836
Via Italia, 135 fax 070564023
09134 Piri (CA)
www.avifaunasnc.it - muacor@tiscali.it

Boccacci S.r.l. ● ● 0620433565
Via Casilina, 1670 fax 0620433512
00133 Roma
www.boccaccisrl.it - info@boccaccisrl.it

Borgovet S.r.l. ● 031650344
Via Roma, 48 fax 031651419
22046 Merone (CO)
www.borgovet.it - info@borgovet.it

Calcio Mare S.n.c. di Corrizato P. & C. ● ● 0423724073
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48 fax 0423742252
31033 Castelfranco V.to (TV)
www.calciofare.com - www.aqualine.it
info@calciofare.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.croci trading.com - info@croci trading.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 fax 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 Clanica, 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 fax 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 fax 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 Corrizato P. & C. ● 0423724073
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48 fax 0423742252
31033 Castelfranco V.to (TV)
www.calcioimare.com - www.aqualine.it
info@calcioimare.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 fax 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 Clanica, 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

U.D. Distribuzioni S.n.c. ● tel. e fax 0331844132
Via Cappellini, 1
21049 Tradate (VA)
www.uddistribuzioni.com - info@uddistribuzioni.com

Valpet S.r.l. ● ● 0395321255
Via Cartiera, 1 fax 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 fax 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

settembre 2013 - anno III

Direttore editoriale
Cristina Mandaglio

Direttore responsabile
Patrizia Ribuali

Coordinatore editoriale
Cristina Mandaglio

Revisore scientifico settore veterinario
Cristiano Papeschi

Hanno collaborato a questo numero:
Marina Moretti, Alex Ploeg, Lorenzo Luchetta,
Cristiano Papeschi, Linda Sartini, Paolo Sparaciar, Lorena Quarta, Laura Burani, Gianni Ravazzi, Alessandro Mancini, Luciano Di Tizio, Valerio Zupo, Myriam Teirlynck, 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
Mariaguglia Peduzzi



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@write.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, tolettatori, veterinari, allevatori e rappresentanti. Viene inoltre inviata gratuitamente in Italia e in tutto il mondo a produttori, grossisti, importatori, esportatori, associazioni e stampa specializzata del settore pet.

This magazine is distributed by Vimax srl to all Italian pet shops, seed shops, groomers, vets, breeders and agents. It is also sent to all Italian and foreign manufacturers, wholesalers, importers, exporters, associations and specialized press working in the pet field.

Sebbene la rivista venga inviata con abbonamento gratuito, si rende noto che i dati in nostro possesso sono impiegati nel pieno rispetto del D.Lgs 196/2003. L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla 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)



Raggio di Sole Mangimi S.p.a. ● ● ● 0523980100
Via Cappuccini, 7 fax 0523980300
29017 Fiorenzuola D'Arda (PC)
www.raggiolisole.it - www.mckerk.it - info@raggiolisole.it

Rinaldo Franco S.p.a. ● ● ● 0248376157
Via Kuliscioff, 26/28 fax 0241291840
20152 Milano
www.recordit.com - record@recordit.com

Trixie Italia S.r.l. ● ● ● 0444835329
Via E. Fermi, 14/16 fax 0444833352
36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it

Tucano Internazionale S.r.l. ● ● ● 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 Malcantone, 6 fax 0499350388
35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

AVVERTIAMO I LETTORI CHE GLI INDIRIZZI DI QUESTA RUBRICA VENGONO PUBBLICATI A PAGAMENTO
E CHE LO SPAZIO È RISERVATO ESCLUSIVAMENTE A PRODUTTORI, IMPORTATORI,
ESPORTATORI E ORGANIZZAZIONI COMMERCIALI CHE OPERANO IN QUALITÀ DI GROSSISTI

gli inserzionisti

ADVERTISERS

cover 1 N.P. INDUSTRIES

cover 2 BAYER

cover 3 MONGE

cover contro 3 MONGE

cover 4 PET VILLAGE

GLOBAL PET EXPO p. 89

HEINIGER p. 11

IV SAN BERNARD p. 82-83 e p. 85

KUDA TROPICAL FISH p. 123

LA TICINESE p. 59

MACROPET p. 9

MENNUTIGROUP p. 3

MONDIAL PET DISTRIBUTION p. 1

MPS 2 p. 13

MSD ANIMAL HEALTH p. 39

NOVA FOODS p. 37

RECORD SHOW p. 29

SAIMA PET ITALIA p. 101

TOLSA p. 2

VIMAX SERVICE p. 119

ZOLUX p. 91

ZOODIACO p. 23

FORZA10/SANYPET p. 31

MONGE
1963
2013 50

www.monge.it



Monge Natural Superpremium Quality

è l'alimentazione completa, sana e bilanciata pensata per i cani e i gatti che desiderano solo il meglio.

Un'infinità di gusti e ricette, ricche di elementi preziosi per il benessere dei nostri amici animali.

Tutte le formulazioni proposte contengono solo ingredienti di prima qualità, senza coloranti e conservanti.

MONGE
Pet Nutrition

Il Pet Food Italiano nel mondo dal 1963



monge!!



**Patè monoproteici
in lattine 400g. e vaschette 150g.
12 items**

...monoproteico!!



**Patè monoproteici con frutta
in lattine 400g. e vaschette 300g.
9 items**

MONGE
Pet Nutrition

Il Pet Food Italiano nel mondo dal 1963

beaphar®

No Stress Spot On

Calma e stimola la buona condotta



PREZZO SUGGERITO
AL PUBBLICO
14,90 €



Beaphar No Stress Spot On può essere utilizzato in caso di:
eccessivo abbaiare • stati di ansia • viaggi • temporali • fuochi d'artificio
comportamenti distruttivi • comportamenti auto mutilanti



pet village

Distribuito da **Pet Village srl**
info line **0544 64418** - www.petvillage.it