

Zampötta®

LA RIVISTA LEADER PER I NEGOZIANTI DI PRODOTTI PER ANIMALI



All Natural Daily Dental Treats
WHIMZEES™

VIMAX
Pet Trade Service

VARIETÀ DI GAMMA (XS → XL)

SPAZZOLINI & STIX



RICCIO & ALLIGATORE



OSSO DI RISO, LINEA VEGETARIANA

(salsicce, orecchie e strip)



COLORI DISPONIBILI

SPAZZOLINO / RICCIO / STIX
OSSO A CROCE / ALLIGATORE

ESTRATTO DI ERBA MEDICA

Vitamina K, C e sei vitamine del gruppo B, beta-carotene - il nostro colorante verde completamente naturale.

PAPRIKA

Vitamine A e C, una ricca fonte di antiossidanti. Il nostro colorante arancio è completamente naturale

ESTRATTO DI MALTO

Esalta il sapore naturale - il nostro colorante marrone completamente naturale.



LE CHIAVI



1 UNO SNACK DEFINITO NEL SUO GENERE

Prodotto con Ingredienti Naturali senza glutine. Ecco perchè WHIMZEES può essere definito uno snack per tutti i cani anche quelli più sensibili

INGREDIENTI



FECOLA
DI PATATA



GLICERINA

2 FUNZIONALITÀ E DIVERTIMENTO

SCANALATURE

Aiutano a far penetrare lo snack negli spazi più stretti dei denti.

CAVITÀ

Le forme e le cavità facilitano la presa e la masticazione.

3 TRIPLA AZIONE SCIENTIFICAMENTE



ALITO
FRESCO



COMBATTE
IL TARTARO



RIDUCE
LA PLACCA

L'alto contenuto di fibre garantisce uno snack sano. I denti vengono così lucidati e la masticazione riduce la placca ed il tartaro.

FONTE: Dati raccolti da una ricerca quantitative e qualitative presso l'University of

VI DI SUCCESSO:



FRANO
TINE



100%
VEGETALI



RICETTE
SEMPLICI



NEL RIMUOVERE LA PLACCA RISPETTO
AI PRINCIPALI CONCORRENTI*

UNO UNICO E NATURALE

frano, senza OGM, con basse calorie e 100% vegetali.
ito uno snack dentale naturale ed ipoallergenico ideale

IA



CELLULOSA
IN POLVERE



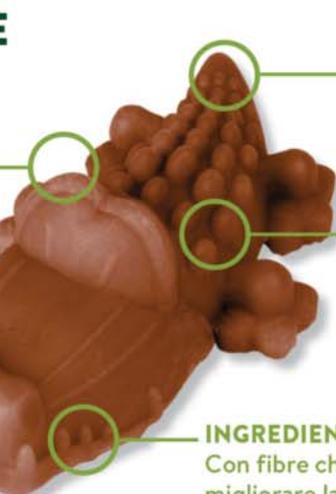
LECITINA



LIEVITO



ESTRATTO
DI MALTO



INGREDIENTI NATURALI

Coloranti naturali che apportano
benefici nutrizionali diversi.

ESCLUSIVE PROTUBERANZE

Garantiscono un buon afflusso
sanguigno alle gengive oltre a
prevenire l'alito cattivo causato
dall'insorgere di placca e tartaro.

INGREDIENTI SANI

Con fibre che concorrono a lucidare i denti e
migliorare la masticazione.

NTE DIMOSTRATA

E LA
CA



PROLUNGATA
MASTICAZIONE



IGIENE
QUOTIDIANA

più resistente alla masticazione.
e prolungata nel tempo riduce la

Wageningen



FORMATI DI VENDITA:



PRODOTTO
SFUSO



PRODOTTO
IN BUSTA



PRODOTTO
CONFEZIONATO



MIX BOX



MIX VALUE BOX



CAMBIO D'ABITO *per Mister Stuzzzy*

Paté con **VERI PEZZI**,
con *ingredienti naturali*

Elevato contenuto in **carni** (circa **65%**)

Ingredienti di origine animale sempre per
primi nella lista

SENZA coloranti né conservanti **AGGIUNTI**

Cottura al vapore 



www.stuzzycatanddog.com

PROTEGGERLI TI VIENE NATURALE. ANCHE A NOI.



Protectionline

La linea Camon® all'Olio di Neem, un aiuto naturale contro insetti e parassiti.

Per la salute del tuo amico a quattro zampe, Camon ha creato una linea di prodotti dall'efficacia e sicurezza testate. Una gamma completa, a base di Olio di Neem: l'estratto naturale più sgradito a insetti e parassiti. Scopri tutti i prodotti su camon.it

CAMON
We love pets



Calendula Officinalis
ANTINFIAMMATORIO NATURALE

Taraxacum Officinale
DEPURATIVO E DISINTOSSICANTE

Daucus Carota
ANTIOSSIDANTE NATURALE

Matricaria Chamomilla
EFFETTO RILASSANTE



WILD NATURE 100% NATURALE

Scopri tutta la gamma di alimenti completi e snack formulati esclusivamente con i migliori ingredienti naturali per un nuovo concetto di nutrizione. Senza Cereali e No Ogm



SINCE 1960 DEVELOPMENT AND RESEARCH FOR
PET FOOD, MEDICATED FEEDING STUFF AND PRE-MIXTURES
+39.0522.553616 - www.pinetazootecnici.com

editoriale



Cristina Mandaglio
Direttore Editoriale / Editor in chief

Fare rete. Una rivista un po' più "sharing"

Giorni fa mi è capitato di leggere alcuni interessanti articoli sulla *Sharing Economy*, termine anglofono molto di moda, che sembra dover condizionare il futuro delle imprese in Italia e in Europa.

Sharing Economy si può tradurre, letteralmente, con "economia della condivisione" ed è un'espressione che vuole promuovere un nuovo modello economico basato sulle "piattaforme collaborative", una nuova visione che attraverso lo scambio, la collaborazione e il prestito propone forme di consumo più consapevoli.

Mi ha dato l'occasione per riflettere sul tema della condivisione e sull'importanza del fare rete.

Siamo tutti consapevoli del fatto che la situazione attuale richieda risposte nuove. È necessario ripensare le dinamiche sociali ed economiche stimolando ulteriormente la capacità di collaborare da parte di tutte le organizzazioni pubbliche e private.

Perché può essere utile questo modello? Gli economisti e i sociologi sono concordi. Per aggiornarsi su tematiche relativamente nuove, per ampliare i propri orizzonti, per scoprire programmi e progetti su cui riflettere e da cui prendere spunto, per conoscere ed eventualmente riproporre iniziative che hanno già avuto successo in altre realtà.

E mi sono detta: "Ma non è proprio quello che facciamo noi con *Zampotta*? Non stiamo forse creando una rivista fondata su un modello collaborativo? Cercando di mettere in rete iniziative e progetti per fare in modo che i valori personali delle singole iniziative possano essere condivisi in un circolo virtuoso in cui tutti abbiano qualcosa da guadagnare?"

È proprio in questa direzione che si sta muovendo *Zampotta*. Siamo convinti che la costruzione di meccanismi di collaborazione rappresenti una risorsa sempre più preziosa perché le partnership con esperti, eventi e istituzioni che trattano argomenti specifici di loro stretta competenza in maniera approfondita, possano dare ai lettori contenuti attuali per innovarsi, migliorare e creare valore.

Non possiamo che essere onorati del fatto che tante importanti collaborazioni abbiano chiesto di essere partner di *Zampotta*.

E perché hanno scelto proprio noi? Sicuramente per il ruolo che *Zampotta* riveste all'interno del mercato, la sua autorevolezza, il fatto di essere bilingue e quindi presente anche all'estero, la sua capillarità di diffusione in tutto il mondo, i tanti anni di impegno e presenza nell'ambito del pet, i rapporti umani e di stima reciproca che si sono creati tra organizzatori, responsabili e le tante figure professionali del settore.

Ci riferiamo a *Pets International*, la più importata rivista a livello internazionale del mondo del pet, che attraverso la nostra rubrica "Highlights" affronta svariati temi e fornisce informazioni sul mercato, sugli ultimi trend e profili delle aziende. Al contributo autorevole di Stefano Toria, che in questo numero spiega il nuovo Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati, che introduce per imprese e negozi alcune novità particolarmente importanti nell'era di Internet.

È in questa direzione che vanno gli approfondimenti sugli eventi particolarmente rilevanti per il nostro settore: questo mese parliamo del *GlobalPETS Forum 2018*, l'evento pet B2B che - a proposito di "condivisione" - ha dato l'opportunità di fare "networking" mettendo direttamente a contatto i vari partner commerciali internazionali.

Altra collaborazione importante è quella con il premio *Pet Award*, progetto che abbiamo condiviso fin da subito e di cui siamo orgogliosi per il successo raggiunto, in quanto pone l'accento su una prerogativa indiscutibile per chi vuole emergere nel pet, cioè la qualità del prodotto.

E per quanto riguarda l'estero questo mese la rivista rende nota la nuova partnership con *AquaTerra Show*, che ha scelto *Zampotta* come media partner, dando così il via a una collaborazione internazionale in Ucraina quale ulteriore riconoscimento del ruolo di magazine di riferimento per operatori professionali del pet anche al di là dei confini italiani.

Per la nostra rivista questo è il modo di offrirvi un prodotto sempre attuale e di qualità. A garanzia del nostro impegno.

sommario

zampotta
anno II
marzo 2018



rubriche

- 3 editoriale
- 6 astrobau
- 8 notizie brevi
- 32 inf@web
- 38 highlights
- 44 marketing & comunicazione
- 52 advertising diretto
- 58 il negozio del mese
- 64 norme sotto la lente
- 72 la voce di...
- 74 pet app
- 78 etologia felina
- 96 bacheca
- 98 appuntamenti
- 100 contatti
- 104 inserzionisti

copertina

- 10 Efficienza, servizio e valore (*Pet Village*)

cani&gatti

- 34 Un'azienda che crea cultura (*Also*)
- 42 Soluzione mirata (*Monge*)
- 48 Cani protetti, casa pulita (*On Site*)
- 50 Salute intestinale, chiave del benessere (*DRN*)
- 56 Spuntini raffinati per palati difficili (*Vitakraft*)
- 62 Piccoli e sensibili? Ecco come nutrirli (*Zodiaco*)
- 66 Per chi cerca qualcosa di speciale (*Alpi Service*)
- 68 Profumo di pulito (*Camon*)
- 70 Il cocker spaniel americano (*Italsystem*)
- 75 Rimbalza, galleggia ed è... tutto suo (*Bama*)
- 76 Ozonoterapia e utilizzi di C. Papeschi e L. Sartini
- 80 Tornare a camminare? Si può (*BodyPet*)
- 82 Per non perdere la bussola di L. Quarta
- 84 La carta d'identità... felina di L. Burani

fiere&marketing

- 16 Quando partecipazione diventa successo (*Interzoo*)
- 18 Zoomark International in Russia (*Zoomark in Russia*)
- 22 Premiati dai consumatori a 2 e a 4 zampe (*Pet Award*)
- 24 Crowd branding, una rivoluzione del branding (*GlobalPETS Forum*)
- 26 L'importanza dell'esperienza di acquisto (*GlobalPETS Forum*)
- 28 Aquaterra Show (*Aquaterra Show*)
- 30 PATS Sandow: e dieci! (*PATS Sandow*)

acquari&co.

- 86 La "cugina" (semi)sconosciuta di A. Mancini
- 87 Da mettere al top (*Eheim*)
- 88 La sapevate che... Curiosità sul pesce rosso di L. Di Tizio
- 90 Contrasti di V. Zupo

altri animali

- 92 10 errori da commettere con il coniglio di C. Papeschi e L. Sartini

uccelli

- 94 Il pappagallo del Senegal di G. Ravazzi

Evolution by ingredients

NATURAL INSTINCT



**ZERO
CEREALS**

HOLISTIC NUTRITION HIGH FRESH MEAT

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs and cats

Primordial

by Mister Pet

GRAIN FREE



astrobau



di Federica Farini
in collaborazione con RadioBau & Co.



QUALI SARANNO I SEGNI PRESI DI MIRA DA COLPI DI FULMINE E IMPROVVISI PERDITE DI TESTA?

Capricorno. Così belli da mettervi sotto vetro come delle statuine da carillon, voi animali Capricorno nel mese di marzo vi impegnerete a essere i protagonisti della scena, in casa come fuori. Marte, Saturno e Plutone vi guideranno senza sosta e con coraggio, lo stesso che impiegherete per distinguervi in gesta eroiche: chi sosteneva che foste pigri? Lenti? Poco attenti? Si dovrà ricredere.



Ariete. Quante notizie sberlucchanti per voi nel mese di marzo, pelosi Ariete. Con Marte focoso, Mercurio e anche Venere nel vostro segno, sarà impossibile non inseguirvi con lo sguardo. E chi vi inseguirà di certo non vi prenderà! Sarete già alle prese con le tecniche di seduzione per accalappiare una nuova zampetta pelosa. Senza sosta e senza tregua, così il mese si dilegua!



Gemelli. Marte opposto in Sagittario non sarà di certo magnanimo con voi, batuffoli nati sotto il segno dei Gemelli: ma che importa se qualche pianeta fa le bizze, il vostro fisico (bestiale) reggerà a meraviglia per scorrazzate e scorribande soprattutto al parco. Aria di primavera che vi trasformerà in struzzi da corsa, lemuri da contorsioni e giraffe alte più delle montagne. In effetti state solo sognando, ma vi ingegnerete per ottenere questi super-poteri per assaltare con successo almeno il frigorifero di casa.



CHI SARÀ PIÙ REFRATTARIO A REGOLE E COMPITI, SOPRATTUTTO IN CASA?

Cancro. Voglia di lavorare saltami addosso? Per voi quadrupedi Cancro, anche no nel mese di marzo, poiché scongiurerete qualsiasi compito o sforzo, anche minimo. Giusto lo scatto per saltare fuori dalla cuccia o dalla cesta e raggiungere la ciotola di cibo! Non aspettatevi miracoli con Marte, Saturno e Plutone contro e con Mercurio e Venere belligeranti dall'Ariete. Forse è meglio non farvi muovere per nulla, a meno che non siate voi a chiederlo.



Vergine. Quanti sbuffi per voi, quattrozampe Vergine, nel mese di marzo! Marte nel Sagittario in combutta con Venere, Nettuno e Mercurio nei Pesci non lasceranno spazio all'immaginazione: tutto quello che accadrà sarà parte di una realtà un po' scomoda, trascinati a malavoglia al parco e spostati per le pulizie di casa in appartamento: insomma, la solfa sarà solo una, lo sballottamento sempre in movimento. Per riposare ci sarà tempo!



Bilancia. In marzo ciò che più avrà conquistato il vostro cuore, pet Bilancia, sarà certamente il cuscino della vostra cuccia, e perché no? Anche quello del letto di mamma e papà. Ma come darvi torto, con Mercurio opposto, Venere nevrotica e Saturno con Plutone scioperanti... non è facile alzarsi dal piano orizzontale per riposarsi a mo' di "mocio Vileda". Resterete sempre molto simpatici da vedere!



QUALI SEGNI ZODIACALI FORMATO ANIMALE AVRANNO APPETITO INCONTENIBILE E ARIA GENUINA?

Pesci. Qual buon vento vi sospingerà, energici animali Pesci, nel mese di marzo? Il Vento di Mercurio, Giove e Nettuno, insieme ai tornadi di cambiamento di Venere: volete un'altra casa per scroccare una buona colazione? Per poi passare al piano inferiore a chiedere uno spuntino e infine tornare sul divano di mamma e papà? Potete farlo, un giro in amicizia non si nega a nessuno!



Leone. Nel mese di marzo, pelosi Leone, non aspetterete altro che stare appiccicati ai vostri genitori a due zampe. La ragione? Ma ovviamente quella di avere una ricompensa abbondante! Mercurio, Venere e Urano in Ariete vi fomentano alla foga. La pazienza non sarà il vostro forte, ma l'affetto sì e il formato extra large riempirà la famiglia umana di buoni propositi per assecondarvi. L'ottimismo sarà il segreto del vostro successo.



Acquario. Siete decisi a non far dormire nessuno che vi stia affianco, il mese di marzo sarà un vero e proprio test a ostacoli per i vostri familiari, pet Acquario: con Marte in Sagittario, Mercurio e Venere in Ariete, ci sarà da saltare come cavallette affamate per potervi stare dietro. Di certo mamma e papà non perderanno la forma fisica: salti e tuffi carpiati per prepararli alla prova costume?



QUALI PET RICEVERANNO UN REGALO INASPETTATO?

Scorpio. Un mese da film: il vostro! Strusciamiento sarà la vostra parola d'ordine, quadrupedi Scorpio, per il mese di marzo. I pianeti alquanto scoppiettanti, tra Mercurio e Marte tra Ariete e Pesci, vi regaleranno sorprese inaspettate: ma più che in ambito domestico, a fare le fusa con occhi a cuoricino saranno i vostri padroncini. Tutti pazzi per voi o per Amore? Buona la seconda.



Sagittario. Marte, Mercurio e Venere come astanti moschettieri uniti per difendere voi batuffoli Sagittario si divertiranno nel mese di marzo a proporvi una caccia al tesoro: mamma e papà vi hanno per caso nascosto la cuccia? Dove sono finiti i vostri giocchini? Non stupitevi se durante la ricerca troverete altro a voi destinato... e si sa: ai pelosi Sagittario garbano moltissimo le sorprese.



Toro. Marte in Capricorno agiterà le vostre giornate, quadrupedi Toro, proponendovi un programma di tutto rispetto per partecipare a una gara di triathlon. Se mamma e papà non lo avevano preventivato, marzo sarà un mese ideale per incominciare nuove attività con voi. Il rischio sarà il vostro mestiere... uniti si vince con estrema facilità!

DaDo®

because we care.

NEW



GRAIN FREE



DADO GRAIN FREE

Nuove ricette senza cereali per cani e gatti adulti, DADO GRAIN FREE CANE con pesce e limone e DADO GRAIN FREE GATTO con pollo e quinoa, ingredienti selezionati per soddisfare i palati più difficili e favorire il benessere nel tempo.



8 KG

Tutta la gamma DADO Cane Mini, per cani di piccola taglia (fino a 10Kg). Ora disponibile anche in formato da 8 kg.

MINI 1-10 kg



Valpet

Valpet srl - via Marconi 4/2 - 40057 Granarolo dell'Emilia (BO)
Web site: www.valpet.it E mail: servizio.clienti@valpet.it

notizie brevi

Torna in TV su Rai 2 la serie Cani Eroi

Dopo il grande successo della prima edizione è tornata su Rai2 la serie dedicata ai cani-eroi, 10 puntate in onda il sabato alle 10.30 fino al 31 marzo, che racconta le storie vere di cani e dei loro conduttori che giorno dopo giorno dimostrano la propria forza e coraggio nelle molteplici situazioni di salvataggio. Il progetto *Cani Eroi* nasce nel 2010 grazie a *Trainer* e si pone l'obiettivo di celebrare il lavoro dei cani e dei conduttori delle unità cinofile.

Trainer è da anni infatti impegnato nel campo della cinofilia con finalità sociali con collaborazioni con le più importanti istituzioni nazionali e locali e il coinvolgimento di più di 2.000 unità cinofile. Sono numerose le azioni compiute dai cani-eroi al fianco di queste associazioni in diverse attività: soccorso durante i terremoti, salvataggio in acqua, ricerca di persone disperse e tante altre ancora. Spesso le loro gesta restano nell'anonimato, per questo il progetto *Cani Eroi* vuole essere un'occasione per regalare a tutti gli amici a quattro zampe e ai loro conduttori un momento di celebrità e di visibilità presso il grande pubblico. **Info: www.trainer.eu**



La terza vita di Jasmine

Li chiamano cani "invisibili" e i canili italiani ne sono pieni. Non si agitano, non abbaiano la loro disperazione da dietro le sbarre. Se ne stanno in disparte, chiusi in un loro mondo e sono destinati a finire i loro giorni dietro le porte di un canile. *La terza vita di Jasmine* di Lorena Quarta (Edizioni Excalibur) è la storia di uno di questi cani ma, per fortuna, con un risvolto diverso, perché Jasmine ha trovato sulla sua strada persone che sono riuscite a entrare nel suo mondo e con tanta pazienza a farla uscire dal suo isolamento. Ma non ha dimenticato le vite precedenti e così ha deciso di met-

tere nero su bianco tutta la propria lunga esistenza. La prima vita trascorsa in un grande campo in mezzo a un nutrito branco di suoi simili, la seconda nel canile di Monza e infine la terza, cominciata il 3 gennaio di tre anni fa come amatissimo cane di famiglia che l'ha portata a essere un cane perfettamente integrato nella vita cittadina. Il ricavato dalle vendite del libro sarà devoluto all'ENPA Onlus di Monza e Brianza.

Info: www.magazinepress.it, info@excaliburmilano.it

A scuola di pet shop

L'iniziativa può essere presa a esempio. *Ukkia Pet Shop* ha avviato un progetto per introdurre i giovani nel mondo del lavoro, per far capire loro l'importanza di distinguersi ed essere imprenditori di sé stessi. Sono stati attivati due stage rivolti agli alunni della scuola superiore Luigi Castiglioni di Limbiate con indirizzo agrario, durante i quali i ragazzi imparano a conoscere i diversi prodotti e a rapportarsi con i clienti puntando a un rapporto di fiducia reciproca e attenzione ai bisogni specifici di ciascuno. Oltre ad apprendere le basi per la gestione di un'attività, viene dato ampio spazio all'importanza degli eventi e alla comunicazione anche tramite i social network. "Alcuni potrebbero pensare che lavorare in un pet shop sia un impiego semplice e monotono" dice Massimo Persichino, proprietario di *Ukkia Pet Shop* "ma non appena si entra in questa realtà si scoprono mille sfaccettature dello stesso lavoro che lo rendono stimolante, creativo e innovativo".

Info: www.ukkiapetshop.com



Zero cani in canile

È stato presentato in Campidoglio a Roma il progetto *Zero Cani in Canile*, curato dai volontari della Lega Nazionale per la Difesa del Cane di Vieste (FG) che ha portato la città pugliese a debellare il randagismo e a non avere più bisogno di canili. "Così gli animali, da peso, sono diventati una risorsa importante sia dal punto di vista sociale che economico", ha spiegato l'assessore alla Sostenibilità Ambientale del Comune di Roma, Pinuccia Montanari. "Con gli animali infatti, i volontari svolgono attività con anziani, disabili e scuole, mentre sotto l'aspetto economico Vieste è diventata una delle mete preferite per chi va in vacanza con animali poiché sono accettati in ristoranti, bar, strutture turistiche, lidi, chiese ed escursioni". Il progetto, per la sua versatilità, è adattabile a tutte le realtà e prevede una conversione dei canili in oasi che puntano sempre più, per le loro entrate economiche, a offrire servizi ai privati (asili per cani, dog sitting ecc.) e sempre meno sulle risorse economiche pubbliche.

Info: assessorato.ambiente@comune.roma.it



La corretta igiene del cane con Viridea e Record

Viridea, in collaborazione con *Record*, propone fino al 17 giugno un corso gratuito sul tema dell'igiene del cane. Gli incontri, della durata di tre ore, saranno tenuti da Luciana Boi, Pierluca Ramoni o Elisabetta Grison, maestri toelettatori pluripremiati e riconosciuti a livello internazionale. Gli esperti condivideranno regole e consigli sull'igiene del cane a casa, un aspetto fondamentale per garantirgli pulizia e salute. I temi affrontati spazieranno dalla frequenza raccomandata dei lavaggi al rispetto delle diverse tessiture di pelo, dalla pulizia intima alla cura delle unghie e dei denti. I maestri toelettatori risponderanno inoltre ad alcuni dei dubbi più comuni:



come pulire le orecchie al nostro animale? Quante volte pettarlo? È corretto asciugarlo dopo il bagno? Come fare con i nodi? Gli appuntamenti, con ingresso libero e aperto a tutti, si terranno nei punti vendita *Viridea* di Settimo Torinese, Collegno (TO), Montebello della Battaglia (PV), Cusago (MI), Rodano (MI), San Martino Siccomario (PV), Rho (MI) e Torri Di Quartesolo (VI). **Info: www.recordit.com, www.viridea.it**



MASIDEF
MEMBER OF THE WURTH GROUP

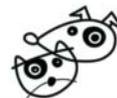
storedesign

IL PROGETTO CHE DIVENTA REALTÀ. DIAMO FORMA A NUOVE SOLUZIONI ESPOSITIVE.

Masidef è da 60 anni specializzata nel settore dell'arredamento dei punti vendita tradizionali e di quelli a libero servizio ed è in grado di fornire al petshop strutture altamente funzionali, studiate su misura per offrire soluzioni ideali per qualsiasi superficie. Lo staff di progettisti analizza le esigenze, le problematiche, il tipo di clientela e di territorio e studia il layout più adatto, offrendo quindi l'allestimento del punto vendita completo anche di merchandising.



Visita il nostro sito:
www.masidef.com



pet village

Scegliamo il meglio per il tuo Pet.

PET VILLAGE SRL
tel. 054464418, fax 0544684190
www.petvillage.it, info@petvillage.it



EFFICIENZA, SERVIZIO E VALORE

Qualità e attenzione per il negozio specializzato e il suo cliente,
con un'ampia gamma di brand importati in Italia come distributore esclusivo

Fiducia ed energia, rispetto, cura e attenzione, sono i valori di riferimento di Pet Village, azienda giovane e dinamica, nata nel 2000 a Ravenna per prendersi cura degli animali domestici e rispondere alle esigenze loro e delle famiglie che li adottano.

Grazie alla passione e all'esperienza dei soci fondatori e di uno staff quasi tutto al femminile, Pet Village rappresenta una garanzia di qualità per i punti vendita specializzati, per i loro clienti e soprattutto per gli animali domestici di tutte le taglie ed età, con soluzioni per l'igiene e la pulizia, antiparassitari e altri prodotti veterinari, giochi e accessori, snack e alimenti, che garantiscono il benessere di cani, gatti e dei loro padroni.

L'azienda ravennate non si distingue solo per la qualità dei prodotti che propone al mercato, ma anche per l'innovazione tecnologica e per il *customer care*, che trovano un'ottima rappresentazione nella tracciabilità perfetta di ogni prodotto, prova dell'attenzione e della cura riservate ad ogni dettaglio dell'attività.



Vito Bolognese, amministratore/managing director; Isabella Ricci, amministratrice/managing director; Alessandro Costantini, direttore commerciale/sales and marketing director

Un'azienda, tanti brand di successo

Pet Village è proprietaria di *Inodorina*, la linea distribuita in Italia e all'estero dedicata all'igiene e alla cura degli animali domestici e delle loro abitazioni. Oltre a shampoo, balsamo, spazzole, pettini, lettieri, detergenti, deodoranti e profumatori per la casa, *Inodorina* propone una gamma di salviette umidificate, molto apprezzate per la comodità e per le tante tipologie disponibili, pensate per rispettare con delicatezza la sensibilità olfattiva di cani e gatti.

A *Inodorina*, Pet Village affianca numerosi altri brand, di cui è distributore ufficiale, selezionati in base a rigorosi standard di qualità. A cominciare dall'olandese *Beaphar*, che da 75 anni è sinonimo di protezione e affidabilità per gli amici a quattro zampe, grazie alla gamma di prodotti farmaceutici e parafarmaceutici di alta qualità.

Il 2018 è l'anno di un altro marchio in arrivo dall'Olanda: *Whimzees*, una gamma di snack dentali realizzati con materie prime naturali e 100% vegetali, senza grano, glutine o OGM e a basso contenuto di calorie.

Kong è invece il marchio di riferimento per il gioco, con proposte di tipo interattivo, di conforto e a contrasto della sindrome da abbandono.



A questi brand se ne aggiungono numerosi altri: dai guinzagli australiani *Ezydog*, garanzia di ottimi livelli di comfort e sicurezza per il cane, alle lettiere ecologiche e vegetali *Cat's Best*, al pet food di *Forthglade*, con ingredienti 100% naturali, che conservano le proprietà nutrizionali grazie alla cottura a basse temperature.

Inodorina protagonista in Germania

Con un intero stand dedicato a *Inodorina*, la linea che l'azienda dedica all'igiene di cani, gatti e della casa, Pet Village sarà presente, con le sue referenze di punta nell'inconfondibile *power pink*, alla prossima edizione di Interzoo, in programma a Norimberga dall'8 all'11 maggio.



Brand in espansione sullo scenario nazionale e internazionale, con vendite in Spagna, Portogallo, Grecia, Malta, Croazia, Serbia, Romania, Polonia, Repubblica Ceca, Slovenia e, fuori

Europa, Malesia e Arabia Saudita, *Inodorina* si caratterizza per la perfetta combinazione tra funzionalità e gradevolezza. Alla garanzia di igiene e pulizia per gli amici a quattro zampe e per le superfici di casa, *Inodorina* unisce una varietà di profumazioni classiche e di tendenza, in grado di rispondere ai gusti dei proprietari più esigenti, sempre nel rispetto del benessere di cani e gatti: dalla lavanda alla mirra orientale, dal gelsomino al talco, dalla camomilla alla versione con clorexidina.

Tra i prodotti di maggior successo, le salviette umidificate *Inodorina* lasciano il pelo lucido e profumato, hanno proprietà idratanti, lenitive, emollienti e protettive e sono disponibili in diversi formati, rivelandosi di fatto un vero toccasana per mantenere pulito anche l'animale domestico più vivace.

Inodorina è inoltre shampoo, shampoo secco e balsamo: una selezione completa di articoli per la toelettatura del pet, disponibili per ogni tipo di pelo. Ad arricchire l'offerta dedicata alla toelettatura si aggiungono deodoranti e pro-



EFFECTIVENESS, CUSTOMER SERVICE AND VALUES

Quality and attention for specialised shops and their customers, with a broad range of exclusively imported brands

Established in Ravenna in 2000 to care for pets and meet their, and their owners', needs, Pet Village is a young business based on values such as trust, energy, respect, care and attention.

With the founders' passion and expertise, as well as that of a nearly all female staff, Pet Village is a guarantee of quality for specialized retailers, their customers, and most of all pets of any age, with hygiene and cleaning solutions, parasiticides and vet products, toys and accessories, snacks and foods able to preserve wellbeing of dogs and cats, as well as their owners'.

Besides the high quality of its products, the company also stands out for its technological innovation and its customer care, and complete traceability of each product, to prove their care and attention to details.

One business, lots of successful brands

Pet Village owns *Inodorina*, a line for the care and hygiene of pets and their homes, distributed in Italy and abroad. Besides shampoos, conditioners, brushes, combs, litters, detergents, deodorants and home scents, *Inodorina* also includes a range of wet wipes, convenient to use and available in an array of varieties, and designed to be gentle and respectful of pets' delicate sense of smell.

Besides *Inodorina*, Pet Village is official distributor of many other brands, carefully selected to meet strict quality standards. Let's start with *Beaphar*, Dutch company renowned for the past 75 years for its reliability in protecting our four legged friends with its quality pharmaceutical and parapharmaceutical products.

2018 will see the arrival of another brand from the Netherlands: *Whimzees*, a range of dental snacks made with natural raw ingredients of 100% vegetal origin, grain, gluten and GMO free and low calories.

Kong è a brand of interactive and comfort toys, as well as toys to help counteract neglect syndrome.

But these are not the only brands: *Ezydog* leashes from Australia, extremely comfortable and safe, *Cat's Best* litters vegetable made and organic, *Forthglade* pet foods, with 100% natural ingredients, whose nutritional properties are preserved thanks to low temperature cooking.

Inodorina a star in Germany

Pet Village will be present at the upcoming Interzoo in Nuremberg this coming 8th to 11th May with a whole stand dedicated to *Inodorina*, and its leading products in the unmistakable *power pink* packaging. The brand is expanding both nationally and internationally, with sales in Spain, Portugal, Greece, Malta, Croatia, Serbia, Romania, Poland, Czech Republic, Slovenia, and, outside Europe, Malaysia and Saudi Arabia.

Inodorina combines hygiene and cleanliness for pets and homes to a variety of traditional and trendy scents, able to please even the most exacting owners, at the same time preserving wellbeing of dogs and cats: from lavender to oriental myrrh, jasmine, talcum, camomile and even a variety with chlorhexidine.

Inodorina wet wipes are very popular and leave fur shiny and pleasantly scented, they have moisturizing, lenitive, emollient and protective properties and are available in various sizes: a welcome helping hand in keeping clean even the liveliest of dogs.

Inodorina is also shampoos, dry shampoos and conditioners: a complete selection of grooming products for any coat. Deodorants, scents, paw conditioners, brushes, combs, slick brushes, nail clippers and lots more complement the range.

The *Home* line includes effective home detergents available liquid or spray. There are also home fragrances and washable and reusable silicone hair removal brushes.

Lots of novelties coming soon, they will be launched at this coming Interzoo.

fumi, balsami per le zampe, spazzole, pettini e cardatori, tagliaunghie e tanto altro, per garantire igiene e benessere a 360 gradi. Di grande efficacia i detergenti per la casa della linea *Home*, adatti a ogni superficie e disponibili in formato liquido e spray. Completano l'offerta profumatori per ambienti e spazzole in silicone, lavabili e riutilizzabili, perfette per rimuovere il pelo che si deposita sui mobili. Numerose le novità in arrivo, il cui lancio è previsto in esclusiva in occasione della prossima edizione di Interzoo.

Protezione naturale e tradizionale

Beaphar è da sempre e in tutto il mondo impegnata a favorire la crescita culturale e l'autonomia del commercio specializzato, con le sue linee di immediata comprensione e alta marginalità. La politica dell'azienda è sempre rivolta al trade, per fornire agli operatori del settore pet soluzioni professionali ed efficaci, utilizzando formulazioni facilmente spiegabili ai consumatori da parte dei negozianti.

In Italia, dove la distribuzione è affidata in esclusiva a Pet Village, sono molto richieste le linee *Beaphar* per la protezione dai parassiti esterni e dagli insetti, sia nelle versioni tradizionali sia nelle più recenti di origine naturale, ma anche i prodotti per l'igiene orale, le soluzioni specifiche per i cuccioli e quelle per contrastare stress e agitazione.

La linea *Protezione Naturale* è composta da prodotti 100% naturali che proteggono cani, gatti e l'habitat domestico da pulci, zecche e dalle punture di insetti come zanzare e flebotomi. Shampoo, spot-on, collari e salviette igieniche coniugano massima efficacia contro i parassiti e massimo benessere dell'animale, grazie alle proprietà repellenti ed emollienti del piretro naturale e dell'olio di neem.

La linea *Dimeticon* sfrutta le proprietà del dimeticone, un olio sintetico idrorepellente che immobilizza zecche e pulci rendendole inoffensive, senza entrare in contatto diretto con l'organismo dell'animale. Particolarmente indicata sui cuccioli (oltre i 3 mesi di età) e per contrastare infestazioni in atto, la linea *Dimeticon* non contiene farmaci e combina all'efficacia antiparassitaria la funzione emolliente per la pelle e il pelo, grazie all'azione lenitiva e idratante dell'aloè vera.

Beaphar propone inoltre la linea *No Stress*: collari e spot-on ad applicazione cutanea che, sfruttando le benefiche proprietà delle piante officinali, aiutano ad alleviare tensione e nervosismo nei pet. Ideali per gestire al meglio situazioni ansiogene come viaggi o visite dal veterinario, ai prodotti *No Stress* è sufficiente un'ora per tranquillizzare gli animali in modo del tutto naturale.

Sempre più diffusa anche la linea *Dental Care* che propone dentifrici, spazzolini, collutori e spray per la migliore igiene orale del cane.

beaphar



Kong Retail Club

Anche nel 2018 Pet Village prosegue con il progetto dedicato ai punti vendita specializzati italiani proposto da Kong, con soluzioni e proposte personalizzate volte ad aumentare il successo di un marchio che non teme rivali in fatto di soddisfazione per cani, gatti e per i loro padroni.

Unica azienda con la possibilità di proporre il catalogo europeo completo dei giocattoli, Pet Village fornisce ai pet shop display professionali ed esclusivi con l'obiettivo di offrire ai partner commerciali supporti per le vendite e il marketing di eccellente qualità, che miglioreranno e ampliaranno la gamma ven-

KONG® aiuta in... supports...

Masticazione
Chewing

Controllo Del Peso
Weight Control

Dentizione
Teething

Addestramento Al Trasportino
Pet carrier Training

Ansia Da Separazione
Separation Anxiety

Scavando e Abbaiano
Digging and Barking

Combattere La Noia
Relief from Boredom

KONGcompany.com/kongsolutions/





duta di prodotti Kong e accresceranno l'interesse e la conoscenza dei consumatori.

Insieme a Kong, Pet Village sta sviluppando un programma di supporto personalizzato, il *Kong Retailer Club* con offerte promozionali esclusive, progettazione di planogrammi su misura, comunicazioni pre-lancio di nuovi prodotti, immagini e video, insieme a un servizio telefonico ed email dedicato.



Stimolanti e divertenti

Sulla scena dal 1976, il marchio Kong propone giochi realizzati con materiali di qualità, che garantiscono la sicurezza e il divertimento degli amici a quattro zampe. La speciale gomma di cui sono composti li rende adatti alla masticazione e allo stesso tempo molto resistenti, per una lunga tenuta anche in caso di animali esuberanti e dal morso vigoroso.

Divertenti e stimolanti, i prodotti Kong sono studiati per rispondere al meglio alle esigenze di ogni cane: dal tipo lenitivo per le gengive e per i dolori da dentizione dei cuccioli, a quello adatto al morso più debole dei quattrozampe più anziani, dall'ultra resistente per le razze grandi e dal morso potente a quello pensato per le specie più minute e delicate.

Consigliati dai veterinari come supporto all'addestramento e per favorire corrette abitudini di masticazione, i prodotti Kong sono l'ideale per far condividere ai proprietari e ai loro amici cani momenti di gioco e addestramento sia in casa che all'aperto.

I rimbalzi imprevedibili stimolano il gioco e il divertimento e l'erogatore di cibo interno è perfetto per premiare e motivare i cani, oltre a essere un ottimo rimedio per gli animali che soffrono la solitudine.

Natural and traditional protection

Beaphar policy is to provide pet operators with professional and effective solutions, whose formulae can be easily explained to consumers by shop keepers.

The most popular *Beaphar* lines in Italy are those to protect pets from external parasites and insects, both traditional and the most recent natural ones, but also oral care products, specific products for puppies and anti-stress ones.

The *Natural Protection* line includes 100% natural products to protect dogs, cats and homes from fleas, ticks and insect bites. Shampoos, spot-on, collars and wipes combine effectiveness against parasites and wellbeing for pets thanks to the natural properties of pyrethrum and neem oil.

The *Dimeticon* line uses dimethicone properties, a synthetic and water repellent oil able to immobilise ticks and fleas making them harmless, without coming into direct contact with the pet's body. Especially suitable for puppies over three months old, and to counter existing infestation, the *Dimeticon* line doesn't contain pharmaceuticals and combines effective parasiticide properties with emollient properties for skin and coat thanks provided by Aloe Vera. *Beaphar* has also a *No Stress* line: collars and spot-on able to relieve tension and jitters thanks to the beneficial properties of botanicals. *No Stress* products are ideal to manage anxiety problems such as travelling or a trip to the vet's, and an hour is enough to calm pets in a natural way.

The increasingly popular *Dental Care* line includes toothpastes, toothbrushes, mouthwashes and sprays to improve your dog's oral hygiene.

Kong Retail Club

In 2018 Pet Village carries on the project in support of specialised retailers offered by Kong, with custom solutions aimed at increasing popularity of an unrivalled brand in terms of dogs, cats and owners satisfaction.

Pet Village is the sole distributor in Europe, and is able to provide Kong's full catalogue and provide pet shops with exclusive professional displays in order to support retailers with their sales and marketing. Pet Village is developing a tailored support program in collaboration with Kong, the *Kong Retailer Club*, with exclusive promotional offers, custom planogram design, pre-launch communication, images and videos, as well as a dedicated phone and email service.

Entertaining and amusing

Kong has made quality toys since 1976, entertaining pets in safety. Made with a special chewable rubber, durable and long lasting, Kong toys are designed to meet dogs' needs: lenitive ones to soothe gum and dentition pain in puppies, for older dogs with weaker bites, extra-strong for large dogs, and specific ones for small breed. Recommended by vets as a training aid, and to ensure correct chewing habits, Kong products are ideal to help owners bond with their dogs, both indoors and outdoors.

Unpredictable bounces entertain and amuse, and the inside food dispenser is an excellent motivation and treat, as well as a great solution for dogs feeling lonely.

Whimzees, not the usual dental snack

Whimzees is another novelty from the Netherlands for 2018. A range of dental snacks exclusive to the specialised channel and supported by lots of communication and marketing materials for the store: a counter display to trigger customers' curiosity and a ground display 5 + 1 free, to encourage impulse buy.

All snacks are made with premium ingredients following high standards; raw ingredients are natural and 100% of vegetable origin, grain, gluten and GMO free as well as low calories.

The amusing shapes - hedgehogs, alligators, brushes, sticks, rice bones, sausages, ears and strips - are designed to increase benefits and provide long term amusement. Grooves ensure that the snack reaches even the tightest spots between teeth, shapes and recesses make biting and chewing easier, whilst bumps contribute to healthy blood flow and prevent bad breath caused by plaque and calculus.

The high fibre content ensure the snack is long lasting and has three beneficial effects: up to 43% less bad breath, up to 31% less plaque, up to 62% less calculus.

Natural ingredients and colourings

Whimzees can be considered a natural and hypoallergenic snack suitable for any dogs, even sensitive ones, because its six main ingredients are completely natural: potato starch, digestible and gluten free; glycerine, to increase palatability and retain moisture; powdered cellulose, a pure form of dietary fibres which helps keeping dog's teeth clean and to regulate intestinal motility; lecithin, a natural emulsifier of vegetable origin; malt extract, a gluten free ingredient which supports metabolism and improves muscle tone and bone health; yeast, a source of group B vitamins, minerals and aminoacids, for healthy fur and improved digestion. Colourings are completely natural too: alfalfa extract, with vitamin K, C, six group B vitamins, and beta-carotene (a completely natural green colouring); paprika extract: provides vitamin A and C, rich source of antioxidants (a completely natural red colouring) and malt extract, enhances natural flavours (a completely natural brown colouring).



Whimzees, non il solito snack dentale

Un'altra grande novità del 2018 arriva dall'Olanda. Si tratta di *Whimzees*, una gamma di snack dentali in esclusiva per il canale specializzato sostenuta da una forte attività di comunicazione e da materiali di marketing disponibili per il negozio: un display da banco, per suscitare la curiosità del cliente e incoraggiare alla prova e un display da terra 5 + 1 free, per incentivare l'acquisto d'impulso.

Gli snack sono prodotti con gli ingredienti più pregiati e lavorati nel rispetto dei più elevati standard; le materie prime sono naturali e 100% vegetali, senza grano né glutine, senza OGM, ricette semplici con basso contenuto di calorie.

Le forme divertenti - ricci, alligatori, spazzolini, stick, ossi di riso, salsicce, orecchie e strip - sono studiate per aumentarne i benefici, garantendo funzionalità e offrendo anche un duraturo divertimento. Le scanalature aiutano infatti a far penetrare gli snack negli spazi più ristretti dei denti, le forme e le cavità facilitano la presa e la masticazione, le esclusive protuberanze garantiscono un buon afflusso sanguigno alle gengive e prevengono l'alito cattivo causato dall'insorgere di placca e tartaro.

L'alto contenuto di fibre garantisce uno snack più resistente alla masticazione per una tripla azione benefica: riduzione fino al 43% dell'alito cattivo, riduzione della placca fino al 31%, riduzione del tartaro fino al 62%.



Ingredienti e coloranti tutti naturali

Whimzees può essere definito uno snack dentale naturale e ipoallergenico ideale per tutti i cani, anche quelli più sensibili, perché formulato con sei principali ingredienti completamente naturali: fecola di patate, altamente digeribile e senza glutine; glicerina, che aumenta l'appetibilità e aiuta a trattenere l'umidità; cellulosa in polvere, una forma pura di fibra alimentare che aiuta a mantenere i denti del cane puliti e a regolarizzare la motilità del tratto intestinale; lecitina, emulsionante completamente naturale di origine vegetale; estratto di malto, ingrediente senza glutine che aiuta il metabolismo, migliora il tono muscolare e favorisce la solidità delle ossa; lievito, fonte di vitamine del gruppo B, minerali e amminoacidi per un pelo più sano e una migliore digestione.

Completamente naturali sono anche i coloranti utilizzati: estratto di erba medica, con vitamine K, C e sei vitamine del gruppo B, beta-carotene (colorante verde completamente naturale); estratto di paprika che apporta vitamina A e C, ricca fonte di antiossidanti (colorante rosso completamente naturale); estratto di malto che esalta il sapore naturale (colorante marrone completamente naturale). (M.C.)





Interzoo 2018

35° Salone Internazionale per Prodotti Zootecnici

Norimberga, Germania: 8–11.5.2018

Nuova cadenza infrasettimanale! Da martedì a venerdì



Il maggiore assortimento del globo di prodotti per animali domestici e da compagnia

I trend del momento e un vastissimo ventaglio merceologico: insieme ad altri 40.000 visitatori professionali, al salone leader mondiale del settore pet riceverete una panoramica a 360 gradi su prodotti e servizi innovativi: esattamente quello di cui avete bisogno per integrare il Vostro assortimento in maniera redditizia.



Varietà che appassiona ed entusiasma:

- 1.800 espositori internazionali
- una panoramica di mercato unica
- nuovi prodotti e trend attuali
- preziosi contatti d'affari
- mille idee per arricchire l'assortimento
- 115.000 m² di superficie espositiva

Attendiamo con piacere la Vostra visita!

Per maggiori informazioni:
T +49 9 11 86 06 - 49 69 oppure interzoo.com

Accesso riservato ai soli visitatori professionali provvisti di legittimazione

Seguiteci su

 twitter.com/Interzoo_fair

 linkedin.com/groups/Interzoo-7450852

 youtube.com/user/InterzooFair

Ente organizzatore



Ente promotore



Realizzazione

NÜRNBERG MESSE



QUANDO PARTECIPAZIONE DIVENTA SUCCESSO

Intervista a Hans-Jochen Büngener, presidente del Comitato fieristico di Interzoo, in vista della prossima edizione del salone di Norimberga

Fervono i preparativi per il prossimo *Interzoo*, l'appuntamento più atteso dell'anno per i professionisti del pet, che si svolgerà dall'8 all'11 maggio 2018 a Norimberga. Circa 1.800 espositori e oltre 40.000 visitatori professionali attesi confermano *Interzoo* quale principale fiera internazionale del settore. Lo stato attuale delle iscrizioni dà all'ente organizzatore, la Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe GmbH – WZF (Comunità economica tedesca degli operatori specializzati nel settore zoologico), buoni motivi per confidare anche quest'anno in un'ulteriore crescita. Tuttavia, come ci spiega in questa intervista Hans-Jochen Büngener, presidente del Comitato fieristico, la sola prenotazione dello stand non è sufficiente a garantire il successo della presenza in fiera di un espositore.

Zampotta: Perché *Interzoo* è la piattaforma ideale per le aziende del comparto pet?

Hans-Jochen Büngener: "Rispondo con una domanda. Dove altro è possibile stabilire, in contemporanea, contatti con un numero così esteso di professionisti del settore? Grazie ai suoi circa 40.000 visitatori professionali, il 70% dei quali da oltre 100 Paesi al di fuori della Germania, *Interzoo* è il maggiore salone internazionale del pet. Al termine dell'edizione 2016 nove espositori su dieci avevano valutato la propria partecipazione in modo estremamente positivo, sicuramente anche per la qualità del pubblico, composto per il 95% da decision maker o operatori coinvolti nelle decisioni inerenti gli acquisti e gli approvvigionamenti".



Hans-Jochen Büngener, presidente del Comitato fieristico Interzoo
Hans-Jochen Büngener, president of the Interzoo Committee



Z: Perché per i visitatori vale la pena di venire a *Interzoo*?

H.B.: "*Interzoo* offre una panoramica completa e diretta sugli ultimi prodotti e servizi del settore pet. Più di 1.800 espositori da oltre 60 Paesi determinano i trend a livello mondiale per gli anni successivi. Inoltre l'accesso al Salone è riservato ai soli operatori del settore, dunque gli espositori di *Interzoo* sono preparati a ricevere professionisti e propongono presentazioni ad alto livello".

Z: Qual è la ragione che induce a visitare *Interzoo*?

H.B.: "I visitatori appartenenti ai settori animali da compagnia e garden, nonché ad altre imprese commerciali, vengono al Salone per informarsi, per curare i contatti d'affari e per allacciarne di nuovi. Il pubblico di *Interzoo* desidera vedere novità, toccarle con mano e provarle. È alla ricerca di proposte interessanti e ispirazioni. Dell'offerta presente a *Interzoo* 2016 si sono dichiarati soddisfatti, o molto soddisfatti, praticamente tutti gli operatori (95%).

Gli espositori approfittano del fatto che la fiera riduca la "dispersione" e favorisca il colloquio diretto con i clienti. A proposito, sul sito www.interzoo.com gli espositori possono reperire informazioni sulla "struttura" delle visite nella breve analisi dell'ultima edizione, elaborata sulla scorta dei dati rilevati dalla FKM (Società per il controllo volontario dei dati sulle fiere e sulle esposizioni).

Z: Da cosa dipende il successo della partecipazione di un espositore?

H.B.: "La partecipazione si trasforma in successo quantificabile quando gli obiettivi di marketing sono definiti *ad hoc* già in anteprima. Cosa si vuole raggiungere esattamente? A chi ci si vuole rivolgere? Importante è poi sapere con quale messaggio ci si vuole presentare e cosa si vuole mostrare. L'espositore si dovrebbe anche porre obiettivi commerciali: quanto si propone di vendere e a che condizioni. Inoltre vanno fissati gli obiettivi fieristici strategici, ad esempio l'impatto dell'immagine, il networking e la motivazione dei dipendenti. Da non dimenticare, infine, la valutazione della propria posizione sul mercato internazionale, l'analisi stessa del mercato e il trend scouting".

Z: In che modo gli espositori possono pubblicizzare la loro partecipazione al Salone?

H.B.: "Il metodo più efficiente è l'invito diretto dei propri clienti tramite voucher e dépliant. Con il voucher i rivenditori specializzati hanno libero accesso a *Interzoo* ed è l'espositore che paga i diritti d'ingresso. Anche la pubblicità nel comprensorio fieristico o sulla

WHEN ATTENDANCE TURNS INTO SUCCESS

Interview with Hans-Jochen Büngener,
president of the *Interzoo* Committee

Preparations for the upcoming *Interzoo* are in full swing, the most eagerly awaited event for pet professionals will be held in Nuremberg from the 8th to the 11th May 2018. An estimate of about 1.800 exhibitors and over 40.000 professional visitors expected confirm *Interzoo* as the leading international trade event in the pet sector. Organizers WZF - Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe GmbH (German Pet Trade & Industry Association), can expect positive growth this year based on subscriptions already received. As explained in the following interview by Hans-Jochen Büngener, president of the *Interzoo* Committee, booking a stand isn't enough to ensure the exhibitor experiences a successful fair.

Zampotta: What makes Interzoo the most suitable platform for pet companies?
Hans-Jochen Büngener: "I'll ask you myself: where else can they establish such a large number of new business contacts with pet professionals, all at the same time? With an average 40.000 professional visitors, 70% of whom come from 100 Countries other than Germany, *Interzoo* is the leading international pet exhibition. After the 2016 edition, nine exhibitors out of ten rated their participation as successful, especially thanks to the quality of visitors, 95% of which were decision makers or operators involved in making decisions about purchasing and supplies".

Z.: Why should visitors come to Interzoo?

H.B.: "*Interzoo* provides an extensive and complete overview on the latest products and services in the pet sector. Over 1.800 exhibitors from over 60 countries can influence forthcoming trends in the years to come. Also, entrance to the exhibition is strictly industry operators only, therefore *Interzoo* exhibitors are ready to welcome professionals and give high level presentations".

Z.: Why do people come to Interzoo?

H.B.: "Visitors from the pet and garden sectors, as well as from other business enterprises, come to keep up to date, to cultivate existing business contacts and initiate new ones. Our visitors want to see the latest innovations for themselves and test them. They look for new and interesting ideas. Almost all operators (95%) visiting *Interzoo* 2016 were either satisfied or very satisfied with what they found. Exhibitors benefit from the fact that the event promotes direct contact with customers. Exhibitors can find info on the visitor "structure" in the brief analysis of the last *Interzoo* that contains figures from FKM, the Society for Voluntary Control of Trade Fair and Exhibition Statistics, at www.interzoo.com.

Z.: Which factors influence exhibitors attendance making it a success?

H.B.: "They need to define their marketing goals beforehand. What exactly do we want to achieve? Who is our target audience? It's also important that exhibitors know what message they want to communicate and what they want to exhibit. There should also be sales goals, meaning how much exhibitors want to sell and under what terms. Strategic exhibition goals should be defined too, such as image effect, networking and employee motivation. And don't forget the evaluation of one's own position on the international market, market monitoring and trend scouting".

Z.: can exhibitors advertise their participation to the event?

H.B.: "The most effective way is by directly inviting the company's customers, using vouchers and visitor brochures. Vouchers give retailers free entrance to *Interzoo*, and entrance fees are paid by the exhibitor. Advertising on site, in the "*Interzoo Daily*" magazine and through promotions within the industry can also raise awareness on their own presence at the fair. Targeted PR with press releases describing product innovations and planned promotions and events at the exhibition stand are also important. *Interzoo* 2018 provides exhibitors with the new opportunity to uploading their digital press releases and product information to the online exhibitor database. These messages are then automatically published in the *Interzoo* Newsroom. Many companies also host parties to attract visitors to their stand".

Z.: How can exhibitors optimize stand operations?

H.B.: "Besides being knowledgeable on products displayed and their features, stand employees should be fully briefed on specific exhibition goals and the visitor structure. It would be a sound idea to rely on seasoned trade fair veterans and their wealth of experience in order to be prepared for any situation. The number of staff needed depends on the stand and the products. In any case, the basic rule should apply: at least one company representative and one stand manager should be present at all times".

Z.: How important is the follow-up to Interzoo?

H.B.: "is just as important as the preparation. A visitor record and a report sheet should be prepared ahead of time to simplify follow-up. Consistent follow-up determines a lasting, long-term success of the exhibit. This includes evaluating customer dialogues: what were visitors interested on and was the target group reached?

It's equally important to follow up on new contacts promptly, and send out promised materials immediately. And don't forget to send your customers a thank-you letter!".



rivista *Interzoo Daily*, così come le azioni di comunicazione all'interno del settore, attirano l'attenzione sulla propria presenza. Importante è anche una campagna mediatica mirata, con comunicati stampa sulle innovazioni di prodotto e sugli eventi in programma allo stand. A *Interzoo* 2018 le aziende potranno inoltre sfruttare la possibilità, istituita di recente, di inserire le proprie informazioni stampa nella banca dati online degli espositori. I comunicati saranno poi pubblicati automaticamente nella sala stampa di *Interzoo*.
In più molte aziende organizzano un party presso il proprio stand per attirare i clienti nei loro spazi espositivi".

Z.: Cosa possono fare gli espositori per ottimizzare il servizio allo stand?

H.B.: "Tutti i collaboratori presenti allo stand dovrebbero essere informati sugli obiettivi fieristici concreti e sulla struttura del pubblico, non solo sui prodotti in mostra e sulle loro caratteristiche. Raccomanderei di puntare su habitué di questo tipo di eventi e sul loro bagaglio di esperienza, così da essere pronti a ogni evenienza. Di quanto personale necessitano poi gli espositori, dipende dal tipo di stand e dai prodotti. Vale comunque la regola di base secondo cui, in qualsiasi momento, dovrebbero essere presenti almeno un rappresentante dell'azienda e un responsabile dello stand".

Z.: Quanto è importante il monitoraggio post fiera?

H.B.: "È importante tanto quanto i preparativi. La registrazione degli operatori che hanno visitato lo stand va predisposta in anticipo sulla scorta di un modulo di report che semplifica le operazioni successive. Un monitoraggio coerente del dopo-fiera decide infatti il successo concreto e duraturo della presenza a *Interzoo*. Da tenere presente anche l'analisi e la valorizzazione dei colloqui avuti con i clienti, ad esempio individuando i temi principali sui quali si è concentrato l'interesse dei visitatori e se sono stati raggiunti i gruppi target. Altrettanto importante è prendersi cura a breve termine dei nuovi contatti e inoltrare tempestivamente la documentazione promessa. E infine, ricordarsi di inviare una lettera di ringraziamento ai propri clienti". (S.C.)

ZOOMARK INTERNATIONAL IN RUSSIA

Zoomark International curerà l'area internazionale della fiera ParkZoo di Mosca

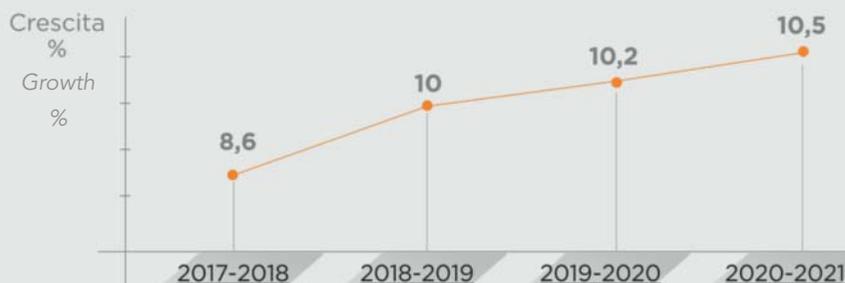
La Russia è oggi un Paese dalle grandi potenzialità. Dopo un periodo di crisi, l'economia sta mostrando importanti segnali di ripresa: in particolar modo il mercato dei prodotti per animali da compagnia, che aveva subito un lieve rallentamento, torna a crescere a ritmo sostenuto. Fra il 2015 e il 2016 il mercato del pet ha infatti registrato una crescita di fatturato dell'8,4% raggiungendo un valore di 1.813 miliardi di dollari. E nei prossimi cinque anni (2017-2021) si prevede una crescita media annua del 10%, con un fatturato di 3.038 miliardi di dollari (dati elaborati da Zooinform).

Grazie a un accordo con Artis Expo, Zoomark International sarà presente alla prossima edizione di ParkZoo di Mosca, la fiera del mondo pet che si svolgerà presso il Sokolniki Exhibition and Convention Centre di Mosca dal 19 al 21 settembre 2018.

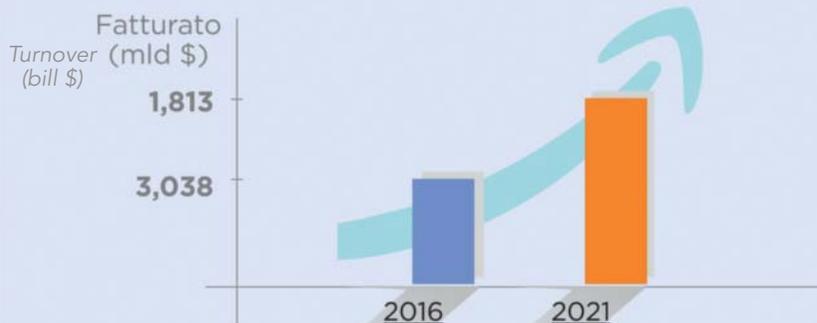
A Mosca dall'Italia e dall'Europa

Sotto il brand *Zoomark in Russia*, Zoomark International curerà l'area internazionale di ParkZoo, con l'obiettivo di offrire al mercato russo una panoramica della migliore pro-

IL MERCATO RUSSO / THE RUSSIAN MARKET
Previsione di crescita 2017-2021 / Growth forecasts 2017-2021



IL MERCATO RUSSO / THE RUSSIAN MARKET
Fatturato russo 2016 vs 2021
Market turnover 2016 vs 2021



ZOOMARK
INTERNATIONAL
IN RUSSIA

PROMOPET SRL
tel. 0243911502
www.zoomark.it
promopet.estero@zoomark.it



international exhibitions

ZOOMARK INTERNATIONAL LANDS IN RUSSIA

Zoomark International is set to curate the international area of ParkZoo

Russia is a country with great potential. After a period of recession, the economy is now showing key signs of recovery. In particular the market for pet products, which had dipped slightly, is now growing steadily once more. Between 2015 and 2016 the pet market registered an 8.4% increase in turnover, with a value of 1,813 billion dollars. Over the next five years (2017 to 2021) we can expect to see an average annual growth of 10%, with a turnover of 3,038 billion dollars (data processed by Zooinform).

Thanks to an agreement with Artis Expo, Zoomark International will take part in ParkZoo, the pet industry trade show to be held at the Sokolniki Congress and Exhibition Center in Moscow from 19 to 21 September 2018.

In Moscow from Italy and Europe

Using the brand *Zoomark in Russia*, Zoomark International is set to curate the international area of ParkZoo, to provide the Russian market with an international overview of the industry, and to this end it will host exhibitors from Europe and the rest of the world. "The project is part of the international development strategy formulated by BolognaFiere" underlines President Gianpiero Calzolari. "The pace of modern life means that you have to be where things are happening, and even in the era of the internet, there is no substitute for bringing people together. BolognaFiere was the first in Italy to reach out to an increasingly globalized market, offering domestic companies new opportunities in emerging markets." Natalia Morgunova, Exhibition Director of Artis Expo (ParkZoo organizer), commented: "We are delighted to enter into this partnership with BolognaFiere and Zoomark International and welcome Italian and foreign companies to ParkZoo. This collaboration will be a dynamic growth opportunity for both our events."

The company in charge of selling booth space and providing assistance to Italian and international exhibitors is Promopet, which is responsible for the operational management of Zoomark International.



duzione internazionale ospitando espositori provenienti dall'Europa e da tutto il mondo.

“Il progetto rientra nella strategia di sviluppo internazionale messa a punto da BolognaFiere” sottolinea il Presidente Gianpiero Calzolari. “Il mondo va velocissimo, bisogna essere dove le cose accadono e anche nell'era digitale l'incontro fra persone è insostituibile. BolognaFiere è stata la prima in Italia a proporsi come *trait d'union*



in un mercato sempre più globalizzato, offrendo ai suoi operatori nazionali nuovi sbocchi sui mercati emergenti”.

Natalia Morgunova, Exhibition Director di Artis Expo organizzatrice di ParkZoo, commenta: “Siamo entusiasti di iniziare una collaborazione con BolognaFiere e Zoomark International per la partecipazione di aziende italiane ed estere all'interno di Parkzoo. La stretta collaborazione favorirà una crescita maggiore e più dinamica di entrambe le nostre manifestazioni”.

A gestire la vendita degli spazi e fornire assistenza agli espositori italiani e internazionali sarà Promopet, la società responsabile della segreteria operativa di Zoomark International. (P.F.)



PARKZOO 2017

11929 Visitatori / Visitors
222 Stand / Booths

ZOOMARK

INTERNATIONAL
N RUSSIA

19.9 → 21.9 / 2018
MOSCA / MOSCOW

PRENOTA IL TUO STAND ORA!

L'AREA INTERNAZIONALE DI PARKZOO
UN'ECCELLENTI OCCASIONE DI DIALOGO
CON GRANDI IMPORTATORI E BUYER

BOOK YOUR BOOTH NOW!

THE INTERNATIONAL AREA OF PARKZOO
AN EXCELLENT OPPORTUNITY TO CONNECT
WITH LEADING IMPORTERS AND BUYERS

Un evento di:



Segreteria Commerciale e Operativa:



PROMOPET SRL
PROMOPET.ESTERO@ZOOMARK.IT
T. +39 024691254

NUOVO P-BAG *mai*



più... senza



NUOVO TRASPORTINO P-BAG

MPS innova ancora una volta, proponendo il nuovo trasportino P-BAG da usare come una comoda borsa da viaggio.

Quattro colori, porta trasparente a doppia apertura, comoda tracolla e tanto design... fanno di questo trasportino un accessorio alla moda da usare in ogni occasione di viaggio per poter portare ovunque il nostro piccolo amico!

Mai più... senza



MPS
ITALIAN PET PRODUCTS

PREMIATI DAI CONSUMATORI A 2 E A 4 ZAMPE

Obiettivo del Pet Award è creare un solido legame tra le aziende e i propri clienti perché i prodotti possano rispondere alle reali esigenze di consumo



PET AWARD è un marchio di proprietà di:
MARKETING CONSULTING
tel. 3491326697
www.petaward.it
antonio.decaro@consumertest.it



Si è svolta martedì 13 febbraio, al Teatrino di Corte della Villa Reale di Monza, la cerimonia di premiazione della III edizione di *Pet Award*, il primo riconoscimento in Italia ad essere attribuito ai prodotti per animali da compagnia attraverso test di laboratorio condotti direttamente con i consumatori e i loro amici a quattro zampe. I premiati 2018 sono:

- *Enova Simple*, *Enova Omega* e il nuovissimo *Enova Tris*: alimenti perfettamente bilanciati, privi di cereali, che nutrono al meglio i cani di tutte le età, razze e taglie;
- alimento umido per gatti *Monge Fruits*: la qualità del pollo e del tonno con la frutta esotica più colorata, gustosa e generosa di vitamine. 12 prelibatezze 100% naturali destinate ai gatti più raffinati;
- croccantini per cani e croccantini per gatti *Monge Natural Superpremium*: alimenti completi ricchi di elementi nutritivi di altissima qualità, frutto della ricerca made in Italy.

Come spiega Domenico Raffone, Responsabile Commerciale *Pet Award*: "Il logo *Pet Award* rappresenta una raccomandazione da parte dei consumatori per i consumatori, una garanzia per i futuri consumatori di aver acquistato un ottimo prodotto, un invito



Armando Brescia, direttore/editor in chief Distribuzione Moderna; Cristina Mandaglio, direttore/editor in chief Zampotta; Sebastiano Porretta, docente universitario/professor at Università Cattolica del Sacro Cuore; Domenico Raffone, responsabile commerciale/sales manager Pet Award



Luciano Fassa, direttore generale /general manager Monge & C. spa



Andrea Tasinato, direttore commerciale/sales manager e/and Luigi Lipardi, marketing & communication manager (Ticinese Petfood srl)

alla prova e una assicurazione di aver fatto una scelta che soddisferà il proprio pet".

Il logo *Pet Award* è di proprietà della Marketing Consulting, azienda con forte esperienza in analisi di laboratorio con i consumatori, non solo nell'ambito del mondo pet, ma anche nel food & beverage, sia a livello nazionale che internazionale.

Come si diventa *Pet Award*

Il premio *Pet Award* è attribuito

ai prodotti per animali - sia food, che igiene e accessori - attraverso test sensoriali condotti da laboratori indipendenti specializzati in questo tipo di analisi, effettuati con un campione ampio di consumatori, proprietari di animali da compagnia, i quali valutano il prodotto attraverso un blind test. Senza che sia mostrata la marca del prodotto, ciascuno esprime il suo giudizio e la reazione del proprio pet.

I campioni del prodotto vengono distribuiti a 300 consumatori in target, reclutati direttamente dal laboratorio per rappresentare tutte quelle persone che un domani potrebbero davvero acquistare la tipologia del prodotto in test. Ad esempio, se si deve testare cibo umido per gatti, il laboratorio contatta persone con almeno un gatto in casa, al quale sono solite somministrare cibo umido (e non solo croccantini). Viene poi chiesto di esprimere un giudizio su alcune componenti del prodotto, come etichetta, ingredienti (in caso di alimenti), facilità di utilizzo, efficacia del prodotto, aspetto, etc. Inoltre al consumatore si chiede di verificare la "soddisfazione" del proprio animale, facendo assaggiare il cibo o utilizzando il prodotto di igiene, etc. Solo alla fine di questo processo, costituito da fasi ben precise impostate dal laboratorio in modo molto rigoroso, il consumatore esprime un giudizio di soddisfazione o gradimento complessivo, su una scala da 0 a 10. Il prodotto in test può ottenere il riconoscimento *Pet Award* per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori è pari o superiore a 7/10 e l'intenzione all'acquisto è almeno pari al 70%. Qualora in test dovessero essere presenti due o più prodotti all'interno della stessa categoria merceologica, il riconoscimento *Pet Award* viene conferito al prodotto che otterrà la valutazione maggiore.

Vantaggiose leve di marketing

Apporre il logo *Pet Award* sulle confezioni del proprio prodotto rappresenta una nuova e vantaggiosa leva di marketing per aumentare le proprie performance. Attraverso un test di laboratorio si è mostrata a due campioni di consumatori una fotografia di "scaffale ideale" relativa a cibo secco per gatti. La differenza tra i due campioni di consumatori è che uno di questi aveva la fotografia con una piccola variazione: un prodotto di quelli a scaffale presentava sulla confezione il logo *Pet Award*. I consumatori dovevano indicare quale prodotto avrebbero idealmente acquistato.

Zampötta media partner Pet Award

Nel corso della cerimonia di premiazione dei *Pet Award*, a Cristina Mandaglio, quale direttore di *Zampötta* - rivista di riferimento del settore pet - è stato chiesto di focalizzare l'attenzione sulle nuove tendenze del pet food. Nel suo intervento, ha sottolineato come questo necessiti di un'evoluzione continua per rispondere alle richieste e alle percezioni del cliente, evidenziando che i trend futuri saranno sempre più legati all'attenzione per la qualità degli ingredienti e ai concetti di trasparenza, sostenibilità, eticità. Al termine dell'intervento la Marketing Consulting, nella persona di Antonio Decaro, Responsabile Marketing del premio *Pet Award*, ha conferito la menzione di merito a *Zampötta*, media partner del premio. Il riconoscimento è stato consegnato al direttore, attestando così il ruolo significativo che il magazine riveste nell'ambito del settore come rivista leader per i negozianti di prodotti per animali.

During Pet Award ceremony Cristina Mandaglio, Zampötta editor in chief, spoke about the new trends in pet food. During her speech, she underlined that pet food requires constant evolution to adapt to customers' needs. Future trends will be increasingly related to the attention paid to ingredients' quality and to the concepts of clean label, sustainability and ethics. At the end of the speech Marketing Consulting, represented by Pet Award marketing manager Antonio Decaro, awarded a special mention to Zampötta, Pet Award media partner. The editor in chief received the award acknowledging our magazine's important role in the pet sector as leading magazine for pet retailers.



Cristina Mandaglio (Zampötta) e/and Luciano Fassa (Monge & C. spa)

Cristina Mandaglio (Zampötta), Andrea Tassinato e/and Luigi Lipardi (Ticinese Petfood srl)

Il risultato del test è che il prodotto con il logo *Pet Award* è stato scelto dal triplo di consumatori in più rispetto allo stesso ma senza logo. Durante il test non è stata fornita alcuna spiegazione al consumatore sul logo *Pet Award*, e questo ha ulteriormente confermato i vantaggi successivi.

I consumatori - ed è questo un secondo vantaggio - considerano il logo *Pet Award*, in base a un test condotto su 1.000 persone: chiaro (95%), un invito all'acquisto (80%), una garanzia di affidabilità (70%), capace di attrarre l'attenzione (100%), un acquisto del miglior prodotto a scaffale (45%).

Inoltre il logo *Pet Award* è un argomento in più nei confronti della distribuzione. Grazie al report di laboratorio, esso testimonia all'acquirente l'alto gradimento di prodotto nei confronti dei futuri consumatori. Quindi il logo è un investimento di marketing a partire dalla confezione del prodotto a scaffale, dove avvengono le scelte finali di acquisto del consumatore.

Dai consumatori, per i consumatori

Molto rilevante è il fatto che il logo *Pet Award* sia un riconoscimento attribuito direttamente dai consumatori, quindi ideale sia per prodotti in lancio che per prodotti evergreen. Come si nota in maniera molto evidente dal web, dal diffondersi di blog di opinione, social network e così via, la tendenza di acquisto è sempre più quella di interrogare altri consumatori per chiedere consiglio. Il premio *Pet Award* è un riconoscimento di soddisfazione che i consumatori danno al prodotto e funge da garanzia di ottimo acquisto per i futuri clienti: il logo simula il passaparola e mette al centro il consumatore. E per le aziende questo è un vantaggio competitivo, in linea con le ultime tendenze in materia di acquisto. (A.L.)

AWARDED BY TWO- AND FOUR-LEGGED CUSTOMERS

The goal of *Pet Award* is to build a sound relationship between companies and customers, so that products can meet real needs

The award ceremony of the third *Pet Award* took place on Tuesday, 13th February, at Teatrino di Corte in Monza's Villa Reale. *Pet Award* is the first prize in Italy dedicated to pet products after tests carried out together with customers and their pets.

2018 winners are:

- *Enova Simple*, *Enova Omega* and brand new *Enova Tris*, perfectly balanced food free from cereals and suited for dogs of all ages, breeds and sizes;
- *Monge Fruits* moist food for cats. The quality of chicken and tuna is combined with colourful exotic fruit, which is tasty and rich in vitamins. 12 100% natural delicacies dedicated to the finest cats;
- *Monge Natural Superpremium* cats and dogs kibbles. Complete food rich in high-quality nourishing substances, resulting from made-in-Italy researches.

Just like *Pet Award* sales manager Domenico Raffone explains, "*Pet Award* logo is a recommendation from customers to customers: a guarantee of an excellent purchase for future customers; an invitation to try the product and a reassurance of the right choice".

Pet Award logo is property of Marketing Consulting, a company skilled in laboratory tests with customers in the pet sector as well as the national and international food & beverage sector.

How to receive *Pet Award*

Pet Award is awarded to pet products – food, hygiene or accessories – after sensorial tests carried out by independent laboratories specialized in such analysis on a broad sample of pet owners. They evaluate the product through a blind test: without seeing the product brand, each owner gives a mark and the reaction of his pet.

Product samples are handled to 300 target customers representing those who might purchase the tested product in the future. For example, in case of moist food for cats, the laboratory contacts pet owners with at least a cat fed with moist food (not only kibbles). Each customer judges the label, the ingredients (in case of food), the usability, the effectiveness and the appearance the product etc. Moreover, customers also evaluate the pet's reaction when using the product. At the end of such process, customers express a global mark ranging from 0 to 10.

The tested product will receive *Pet Award* logo for a whole year only if the overall average customer rate is equal or over 7/10 and the future purchase intention is at least 70%. If two products from the same product category are tested, *Pet Award* logo will be granted to the product with the higher score.

Profitable marketing mix

Pet Award logo on a product is a profitable marketing mix to increase the company's performance. A test was carried out: two samples of customers were shown a picture of a shelf with dry food for cats. The picture shown to the samples was different: a product on one picture had *Pet Award* logo on it. Customers had to choose the product they would buy.

According to the test, the product with *Pet Award* logo was chosen by three times more customers compared to the same product without logo. During the test no explanation was given about *Pet Award* logo, which further confirmed the following advantages.

According to a test carried out on 1,000 people, customers think that *Pet Award* logo is: clear (95%), a purchase invitation (80%), guarantee of reliability (70%), drawing attention (100%), a proof of the best product on shelf (45%).

Moreover, *Pet Award* logo is a further advantage for distribution. Thanks to the laboratory report, it assesses customers' product appreciation for future customers. The logo is a marketing investment, starting from the product package on shelf where customers make final purchase choice.

From customers to customers

It is important to underline once again that *Pet Award* logo is awarded by customers directly. It is suited for new or evergreen products. Opinion blogs, social networks and so on are increasingly popular: customers look for other customers review before purchasing products. *Pet Award* is the satisfaction award customers give to specific products: it ensures an excellent purchase for future customers. The logo symbolizes the word of mouth and focuses on customers. It is a relevant competing advantage for companies, in line with recent purchasing trends.

CROWD BRANDING, UNA RIVOLUZIONE DEL BRANDING

La 19ª edizione del GlobalPETS Forum si è svolta a Venezia dal 24 al 26 gennaio 2018: uno stimolante evento di networking

Prodotti di marca contro private label

La posizione dei prodotti di marca è cambiata drasticamente nel corso degli anni. Tempo fa i prodotti di marca erano i leader del mercato e occupavano una posizione di fiducia. Intorno al 2000, con l'ingresso delle catene di negozi pet sul mercato, sono nati i prodotti private label che con gli anni sono cresciuti in termini di qualità e di aspetto: sono ora considerati come dei veri prodotti di marca, oltre che una parte importante del concept di negozio. In particolare sono una delle principali fonti di guadagno. Attualmente il 31% dei consumatori si affida ai prodotti di marca: ciò dimostra che la posizione dei private label sul mercato si è rafforzata.



Costruire la fiducia

Nel mondo di oggi, con l'avvento dei social media e Internet e la scomparsa delle istituzioni tradizionali, saper costruire la fiducia è importantissimo. Ma come? È necessario rispettare il consumatore ed essere attento ed eloquente. È sempre più importante assistere il consumatore nei suoi acquisti, e contemporaneamente avere cura per un mondo migliore.

Per entrare in contatto con il nuovo mondo online e cambiare il proprio approccio dalla vecchia verso la nuova realtà, è necessario porsi alcune domande. Qual è la promessa fatta al consumatore? È possibile formularla in una sola frase? Di conseguenza, non bisogna solo indurre il consumatore ma entrare in contatto con le comunità di cui fa parte, condividere esperienze e così via. L'integrazione continua sotto ogni aspetto è essenziale. Tenete conto che il consumatore di oggi rimane deluso più facilmente e ha il coltello dalla parte del manico: è lui a decidere con determinazione cosa comprare e a quali condizioni. Per essere considerati affidabili è necessario instaurare una buona relazione con il cliente, che è fondamentale anche per costruire un rapporto di fiducia. Ad ogni modo, il GlobalPETS Forum ci ha fornito numerose idee stimolanti su cui riflettere!

La situazione globale del mercato retail nel settore

Oltre ai relatori principali, il GlobalPETS Forum ha presentato per la seconda volta un gruppo di rivenditori guidato da Dave Bolen. I responsabili di sei delle principali catene specializzate pet hanno presentato la propria azienda, spiegando come gestiscono il



Da sinistra/from left: Alfred Glander (CEO Fressnapf), Rebecca Frechtte (SVP Petco), Dean Kelly (General Manager Global Commerce Channels, Walmart), il Presidente del panel di esperti/panel chairman Dave Bolen, Peter Pritchard (CEO Pets at Home), Alvaro Gutierrez (CEO Kiwoko), Lionel Desclee (CEO Tom & Co.)

loro portfolio di prodotti di marca e private label. Tra le altre cose, hanno sottolineato l'importanza dei prodotti di marca: sono preziosi se riescono a dare un reale contributo all'acquisto del cliente, garantendo un giro d'affari extra in base al modo in cui il cliente effettua gli acquisti, al fianco dei prodotti aggiuntivi di marca.

Gli esperti hanno inoltre evidenziato come i "big data" siano necessari per fornire maggiori informazioni: ad esempio, "quali parole chiave ha utilizzato il cliente?". Questa indicazione ci aiuta a prevedere cosa sta cercando il cliente, permettendoci di produrre offerte speciali. Ci aiuterà a capire quali prodotti di marca vengono acquistati in combinazione con altri prodotti. Durante la discussione è emerso inoltre che ogni regione ha o necessita di un approccio personalizzato. Alla fine la questione è se il prodotto di marca sta producendo un profitto sufficiente in quel determinato contesto. Qual è l'iter del cliente e qual è il miglior approccio commerciale? Le presentazioni sono state seguite da una vivace discussione, animata dalle domande dei partecipanti.

Prins Petfoods vince il prestigioso GlobalPETS Forum Award
Ogni anno un'azienda riceve il GlobalPETS Forum Award per la sua performance eccezionale in relazione al focus del GlobalPETS Forum di quell'anno. Il topic di quest'anno è stato "Crowd branding: a branding revolution" (crowd branding: una rivoluzione del branding).



Corine van Winden, CEO di PETS International; Iris Diepeveen, Direttore Marketing e Gertjan Willems, Responsabile Sviluppo Aziendale di Prins Petfoods (Olanda)
Corine van Winden, CEO PETS International; Iris Diepeveen, Marketing Director as well as Gertjan Willems, Business Development Manager from Prins Petfoods (The Netherlands)



Da sinistra/ from left: Boris Zhlobek, Anatoly Golovtchenko, Helmut Loretta, Corine van Winden, Zakaria Faiq, Constantino Psilogenis, Steve Hadley

events

CROWD BRANDING, A BRANDING EVOLUTION

The 19th edition of the GlobalPETS Forum was held in Venice, Italy from 24 to 26 January 2018. We look back at an inspiring networking event

Brands versus private labels

The position of brands has changed dramatically over the years. In the old days, brands were the leaders and they had a trusted position. Around the year 2000, when pet retail chains entered the pet industry, we saw the rise of private labels. Over the years private labels have grown in quality and appearance, and by now are perceived as brands, and an important part of the store concept. Above all, they are also a major contributor to profits. Nowadays, 31% of consumers put their trust in brands, and this shows that the position of private labels has a robust position in the market.

Building trust

In today's world with social media, internet, and the disappearance of traditional institutions it is vital to build trust. How do we build trust? It is important to respect the consumer, to be relevant and meaningful. It is becoming increasingly relevant to assist the consumer in his consumption, while at the same time caring for a better world. To connect with the new online world and to shift your approach from the old to the new world, there are some relevant questions to be asked. What is your promise to the consumer? Can you formulate this in one sentence? As a result, do not just push the consumer, but connect with the communities they are part of, share experiences, and so on. Seamless integration of all channels is essential. Bear in mind that today's consumer is more easily disappointed; they are in the drivers seat; they are single-minded about what they want to buy and on what conditions. In order to be perceived as trustworthy, it is essential to have a good relationship with your customers, which is also fundamental to building loyalty. Anyhow, GlobalPETS Forum gave us a lot of inspiring ideas to chew on!

The state of global pet retail

Besides the keynote speakers, GlobalPETS Forum presented a retail panel for the second time at the conference, under guidance of Dave Bolen. The decision-makers of six of the pet industry's most important retail chains presented their firms and explained how they operate their brand- and private- label portfolios. Among other things, they outlined the relevance of brands, telling us that brands are valuable if they make concrete contributions to the customer journey, providing extra turnover in the way the consumer makes his purchases, besides the brand's additional products. They also underlined that 'big data' is essential to provide insights, such as 'what are the keywords used by consumers?' These insights allow us to predict what the consumer is looking for, enabling us to make special offers. It will help us to understand which brands are bought in combination with other products. In the discussion it became clear that different regions have/need their own approach. In the end, the question is whether the brand is delivering enough profit in this context. What is the customer journey and what is the best commercial approach? The presentations were followed by a lively panel discussion, fuelled by questions from the attendees.

Prins Petfoods wins prestigious GlobalPETS Forum Award

Every year, the GlobalPETS Forum Award is presented to a company for demonstrating exceptional performance in relation to the topic of that year's GlobalPETS Forum theme. This year's topic was 'Crowd branding: a branding revolution'. Prins Petfoods won the award in acknowledgment of the thorough way they implement offline and online communication, and the innovative way in which Prins has adapted a future-proof omni-channel approach.

Loyalty Award

GlobalPETS Forum also turned the spotlight on those participants who have attended the conference for the 15th or the 10th time. During the 19th edition of the GlobalPETS Forum, we welcomed six new participants to this prestigious Jubilee Club.

Prins Petfoods ha ricevuto il premio grazie all'attenzione con cui porta avanti la comunicazione offline e online, e al modo innovativo ha adattato un approccio omni-canale a prova di futuro.

Premio fedeltà

GlobalPETS Forum ha inoltre richiamato l'attenzione sui partecipanti presenti alla conferenza per la decima o la quindicesima volta. Durante questa edizione del GlobalPETS Forum sei nuovi partecipanti sono stati accolti nel prestigioso Jubilee Club. (A.F.)

L'IMPORTANZA DELL'ESPERIENZA D'ACQUISTO

Italia grande protagonista al GlobalPETS Forum 2018,
l'evento pet B2B che ha attirato oltre 200 operatori del settore

Nell'era digitale, delle chat e dei social network, l'esperienza d'acquisto vissuta dal consumatore finale - il cliente in generale - diventa pubblica e condivisa con altri consumatori ed è fondamentale che sia positiva affinché il brand e l'immagine dell'azienda ne traggano vantaggio.

Lo sanno molto bene i partecipanti alla 19esima edizione del *GlobalPETS Forum 2018* che si è svolta a Venezia dal 24 al 26 gennaio, evento di riferimento del settore pet a livello internazionale, organizzato dagli editori della rivista PETS International Magazine che in Italia è rappresentata dallo Studio Mediatic di Reggio Emilia, con un unico sponsor, MyFamily, azienda produttrice di macchinari per l'incisione di medagliette.



Da sinistra/from left: Flavio Morchi (Nestlé Italiana SpA); Vito Bolognese (Pet Village srl); Lavinia Fressura (Mediatic); Rita Buffagni (Mediatic); Corine Van Winden (Direttore/Editor PETS International); Cesare Calvi (Camon SpA); Isabella Ricci (Pet Village srl); Alice Canazza (Camon SpA); Pierluigi Fortuna (MPS2 srl); Luigi Lipardi (Ticinese Petfood srl); Andrea Tasinato (Ticinese Petfood srl); Silvia Castegnaro (Trixie Italia SpA); Alessandro Borgese (MyFamily srl); Dario Brusatin (Cortina Pet Soul srl); Costantino Psilogenis (United Pets srl)

Oltre 200 gli operatori presenti, provenienti da 26 Paesi, interessati ad aggiornarsi e soprattutto a fare business, che hanno raccolto spunti sui nuovi trend del settore e fatto networking, venendo direttamente a contatto con possibili partner commerciali internazionali.

Branding revolution?

Ogni anno il *GlobalPETS Forum* ha un leitmotiv, che nell'edizione 2018 è stato: "Crowd branding A branding revolution?" - Prodotti di marca e prodotti a marchio del distributore (che in molti casi diventano a loro volta veri e propri brand). Sul palco del *GlobalPETS Forum* di Venezia si sono alternati 7 speaker che hanno affrontato e analizzato il tema principale fornendo esempi, spunti, analisi dettagliate e anticipando alcuni trend. Produttori, top manager, distributori, buyer e direttori delle più importanti catene pet shop a livello mondiale hanno potuto assistere a dissertazioni di altissimo livello, per poi confrontarsi sulle principali tendenze attuali e anticipare quelli che saranno i futuri trend del mercato pet.

Customer experience

Concetto ricorrente nei vari interventi durante il forum, gli speaker hanno sottolineato l'importanza che oggi ricopre l'esperienza d'acquisto, delineando ad esempio l'iter seguito dai consumatori quando decidono di acquistare un prodotto, soffermandosi sulle

modalità e le scelte di come e dove effettuare gli acquisti.

Il Forum ha inoltre ospitato una tavola rotonda per raccogliere la testimonianza diretta dei responsabili di 6 tra le più importanti catene specializzate in prodotti per animali da compagnia a livello internazionale - Fressnapf, Pets at Home, Petco, Walmart, Tom&Co. e Kiwoko - che hanno analizzato i rapporti tra brand e private label e le principali minacce e opportunità offerte da un mondo in continuo cambiamento e in cui la customer experience assume un ruolo sempre più imprescindibile.

Prossimo appuntamento in Olanda

Per chi non ha potuto partecipare all'edizione 2018, l'appuntamento da non perdere è per il prossimo anno ad Amsterdam.

Sponsor unico dell'evento di quest'anno è stato MyFamily, azienda produttrice di macchinari per l'incisione di medagliette. "Per noi è stato un grande onore e soprattutto un'ottima occasione per fare networking. L'organizzazione è stata impeccabile, i contenuti di valore, l'atmosfera piacevole. Contiamo di essere presenti anche alla prossima edizione" - afferma Alessandro Borgese, CEO di MyFamily. (R.G.)

events

THE IMPORTANCE OF A POSITIVE SHOPPING EXPERIENCE

Italy plays a key-role at GlobalPETS Forum 2018, the B2B pet event which attracted over 200 pet operators

In this digital era of chats and social networks, customers share their shopping experience with other consumers: to ensure the brand image benefits from their sharing, it is therefore imperative that their experience is positive.

Attendees to the 19th *GlobalPETS Forum 2018*, held in Venice from the 24th to the 26th of January and organized by PETS International, are well aware of this. PETS International Magazine is a leading global magazine represented in Italy by Studio Mediatic, based in Reggio Emilia, and is solely sponsored by MyFamily, a manufacturer of machinery for engraving pet tags.

The event was attended by over 200 operators from 26 countries looking for an opportunity to keep up-to-date, learn about the latest trends, improve networking and business thanks to direct contact with potential international partners.

Branding revolution?

The *GlobalPETS Forum* follows a different leitmotiv each year, the one for 2018 was: "Crowd branding A branding revolution?". Seven speakers took turn at the *GlobalPETS Forum* in Venice where they analyzed the subject, providing examples, detailed analysis and talking about future trends. Manufacturers, top managers, distributors, buyers and directors of the leading global pet shop chains listened to high level dissertations, after which they compared notes on current trends and future ones.

Customer experience

Customer experience was a recurring theme throughout the forum, and speakers highlighted its importance today and how it affects customers decision on where and how to make their purchases. The Forum also held a round table to gather the experience of six managers from leading specialised pet chains worldwide - Fressnapf, Pets at Home, Petco, Walmart, Tom&Co. and Kiwoko - who analyzed the relation between brand and private label as well as the main threats and opportunities in this ever evolving market where customer experience plays and increasingly important role.

Next venue in the Netherlands

Those who missed the 2018 event may attend next year in Amsterdam.

This year sponsor was MyFamily, manufacturer of machinery to engrave pet tags. "It was a great honour and a great networking opportunity for us. The event was organized impeccably, and with a very pleasant atmosphere. We will be there next year too, of course." - says Alessandro Borgese, MyFamily CEO.

TOSATRICI AESCLAP® TECNOLOGIA TEDESCA DI ELEVATA QUALITÀ

BRAUN
SHARING EXPERTISE

AESCLAP® FAVORITA II

TESTINE	FAVORITA
POTENZA	35 WATT, 2.300 BATTUTE/MIN
PESO	650 G
RUMOROSITÀ	70 DBA
LUNGHEZZA CAVO	5 M
NELLA CONFEZIONE	1 TOSATRICE FAVORITA (GT104) 1 OLIO AESCLAP® (GT604) 1 MANUALE 1 CUSTODIA RIGIDA
APPLICAZIONI	TOELETTATURA PROFESSIONALE



AESCLAP® FAVORITA CL

TESTINE	FAVORITA
BATTUTE	2.300 BATTUTE/MIN
BATTERIA	IONI DI LITIO
DURATA USO	60 MIN
TEMPO DI CARICA	50 MIN
PESO	475 G (BATTERIA E TESTINA 3MM)
NELLA CONFEZIONE	1 TOSATRICE FAVORITA CL (GT200) 1 BASE CON 2 SLOT BATTERIA (GT203) 2 BATTERIE AL LITIO (GT201) 1 OLIO AESCLAP® (GT604) 1 MANUALE 1 CUSTODIA RIGIDA
APPLICAZIONI	TOELETTATURA PROFESSIONALE



B. Braun Milano S.p.A.

Via Vincenzo da Seregno, 14 | 20161 Milano

Tel. 02 662181 | Fax 02 66218.357

www.bbraun-vetcare.com

Aesclap® è un marchio B. Braun

AQUATERRA SHOW

76 aziende presenti a Kiev
hanno dato impulso al mercato dell'acquariologia in Ucraina

AQUA TERRA SHOW

AQUATERRA SHOW
tel. +38/050/0887859
www.aquaterrashow.com.ua/en/
aquaterrashow@gmail.com
zoounion@ukr.net

Se si vuole scoprire un nuovo mercato europeo, si può cogliere l'occasione di visitare *AquaTerra Show*, il salone dedicato a pesci ornamentali e animali esotici la cui prossima edizione è in programma dal 31 agosto al 2 settembre 2018 a Kiev, in Ucraina. Per chi fosse incuriosito e interessato, diamo uno sguardo all'edizione precedente, svoltasi il 2-3 settembre 2017 presso il Centro Esposizioni ACCO International e organizzata da ZooUnion of Ukraine, associazione ucraina di acquariologia, con il supporto di marchi sia ucraini che stranieri come *Tetra*, *Aquael*, *AquaLighter*, *Tropical*, *Priroda*, *Fluval*, *Exo Terra*, *Collar Company* ecc.

Oltre cinquemila visitatori

AquaTerra Show è un salone dedicato al settore dell'acquariologia di ogni genere, dai laghetti da giardino agli acquari e ai terrari, che si propone di rappresentare il business ucraino, puntando alla rinascita del mercato tra i segmenti B2B e B2C, supportando gli imprenditori presenti e mantenendo vivo l'interesse pubblico per il settore degli acquari e dei terrari.

Nel corso dell'ultima edizione erano presenti 76 aziende che hanno esposto i propri prodotti rappresentando più di 100 marchi commerciali, su una superficie di 1.500 m². Gli espositori provenivano da Ucraina, Bielorussia, Russia e Turchia. Più di 5.200 visitatori hanno partecipato al salone, fra cui rappresentanti del mercato degli animali da compagnia dell'Ucraina, ospiti stranieri e appassionati del settore. In mostra sono stati esposti 407 acquari e 59 terrari e si sono tenuti inoltre molti seminari che hanno appassionato più di 500 ascoltatori.

Mostre e concorsi per diffondere la passione dell'acquario e del terrario

Sono stati due giorni intensi con un programma collaterale di gare, masterclass e presentazioni:

- La 2^a Mostra ucraina di Betta, supportata dal Betta Fan Club ucraino con più di 100 varietà di questo splendido esemplare, inclusa la tipologia Betta Giant.
- Il Concorso di Aquascape Design nei nuovi acquari Fluval Flex, con l'obiettivo di rendere popolare l'aqua design come attività creativa in Ucraina. Organizzatori sono stati la società Suzirja e TM Fluval.
- La finale del concorso Iwagumi vs Ryoboku 2017 in collaborazione con *Tetra*, con il più grande montepremi nella storia di tutte le competizioni in Ucraina. La vittoria è andata a Ryoboku.
- L'Exo Show, un'esibizione di animali esotici supportata da *Exo Terra*, con bellissimi terrari di marchi di fama mondiale e la possibilità di realizzare speciali immagini commemorative con animali esotici interessanti e luminosi grazie all'area fotografica.
- Il Tropical Discus Show, evento annuale sponsorizzato da *Tropical* che ha presentato quest'anno più di 20 discus di diversi colori e forme, provenienti dai migliori allevatori di tutta l'Ucraina.



- La mostra di Guppy e vivipari, con tanti pesci molto diffusi, luminosi e colorati - alcuni molto rari - provenienti dai principali allevatori ucraini.
- La finale del I Concorso di Acquari per bambini organizzata da Union of Ukraine, All-Ukrainian Association of Aquarists. Mastermind della competizione era Vladimir Korotin.
- L'esposizione di pesci e piante in un'area speciale dedicata a diversi tipi di flora e fauna ittica allevata e cresciuta in Ucraina.



Zampotta con AquaTerra Show

La prossima edizione di AquaTerra Show avrà Zampotta come media partner, dando inizio così a una collaborazione internazionale in un mercato in crescita. Per la nostra rivista è un ulteriore riconoscimento del ruolo di magazine di riferimento per operatori professionali del pet anche oltre i confini italiani.



Zampotta with AquaTerra Show

Zampotta will be the media partner of the next AquaTerra Show, starting an international collaboration on a growing market. Our magazine is further acknowledged as point of reference for pet business people in Italy and abroad.

- La decima edizione del concorso Microaquarium 2017, un armonioso mondo sottomarino in un piccolo volume, organizzato dall'Associazione ucraina di acquari, con la sponsorizzazione di Sera e AquaLighter.
- L'esposizione Koi Expo II, supportata da Priroda, Tetra, Laguna, Aqual e Hikari, con l'obiettivo di aumentare la diffusione dei pesci da laghetto. Sono state presentate koi di vario genere, da quelle allevate in Ucraina alle specie importate dal Giappone.
- Il Biotop Show, che ha messo in mostra diverse imitazioni di habitat ittici naturali dell'Australia, del Sud e Nord America, offrendo la possibilità di osservare rari tipi di pesci d'acquario: *Belontia signata*, *Oreochthys crenuchoides*, *Chilodus punctatus*, *Cyprinella lutrensis*, *Tanichthys micagemmae*, *Puntius rhomboocellatus*.

Appuntamento al 2018

La prossima edizione di AquaTerra Show si terrà dal 31 agosto al 2 settembre 2018 sempre a Kiev, al Centro esposizioni ACCO International. (S.A.)



international exhibitions

AQUATERRA SHOW

76 companies in Kiev boosted the aquatic market in Ukraine

Those who wish to discover a new European market might take the chance of visiting *AquaTerra Show*, the unique event devoted to ornamental fish and exotic pets which will be held from 31st August to 2nd September 2018 in Kiev, Ukraine. For those who are interested, let's have a look at the past edition held on 2-3 September 2017 at Exhibition Center ACCO International and organized by ZooUnion of Ukraine, the Ukrainian aquatic association, with the support of Ukrainian and foreign brands such as *Tetra*, *Aqual*, *AquaLighter*, *Tropical*, *Priroda*, *Fluval*, *Exo Terra*, *Collar Company* etc.

Over five thousands visitors

AquaTerra Show is the unique event devoted to decorative and natatorial ponds, modern aquaria and terraria industry. The event represents the Ukrainian pet business, which is oriented on the revival of the market among B2B and B2C segments *AquaTerra Show* aims at supporting pet business people as well as public interest in aquaria and terraria segment.

The 2017 event hosted 76 companies presenting more than 100 trade names on a surface of 1,500 m². Exhibitors came from Ukraine, Byelorussia, Russia and Turkey. More than 5,200 people attended the show. Among them were representatives of pet business of Ukraine of different directions, foreign guests and aquatic lovers. 407 aquariums and 59 terrariums were on show. Within the framework of exhibition a lot of seminars were held, which gathered more than 500 attendees.

Shows and competitions to spread the love for aquaria and terraria

Two intensive days of the show were also full of competitions, master-classes and presentations:

● The 2nd Ukrainian exhibition of Betta. AquaLighter supported Ukrainian BETTA fan club in holding of this exhibition. More than 100 varieties of this wonderful fish including unique Betta Giant line were presented on the Betta Show stand.

● Aquascape Design competition in new Fluval Flex aquariums. The aim of the competition was to popularize aqua design as special type of creative activity in Ukraine. Organizers: Suzirja company, Fluval.

● Final of Iwagumi vs. Ryoboku competition 2017. The main aquascape intrigue was expanded on *Tetra* location. The competition featured the largest prize fund in the history of all competitions in Ukraine. Hot opposition ended by the victory of Ryoboku.

● Exhibition of exotic animals Exo Show supported by *Exo Terra*, the show of exotic animals in stylish beautiful branded terrariums. Photo area was located on this stand and it was possible to make commemorative pictures with interesting and bright exotic animals.

● Tropical Discus Show, the annual event sponsored by *Tropical* that presented this time more than 20 discus of different colours and forms by the best breeders from all over Ukraine.

● Ukrainian guppies and viviparous exhibition. Well-loved, bright and colourful fish presented by the leading breeders of Ukraine on the stand. There were popular and rare types.

● Final of the 1st All-Ukrainian child's competition of aquarium arrangement organized by Union of Ukraine, All-Ukrainian Association of Aquarists. Mastermind of the competition was Vladimir Korotin.

● Exhibition of fish and plants. Special exhibition area was devoted to different types of aquarium fish and plants bred and grown in Ukraine.

● The 10th "Microaquarium 2017" contest: the creation of harmonious underwater world in small volume. The competition was organized by the All-Ukrainian Association of Aquarists with constant sponsorship by *Sera* and *AquaLighter*.

● Exhibition Koi Expo II, supported by *Priroda*, *Tetra*, *Laguna*, *Aqual* and *Hikari*. Its aim was to raise the culture of private pond fish keeping. There were presented Koi of various types: from the ones bred in Ukraine to show class ones imported from Japan.

● Biotop Show with imitations of natural fish habitats of Australasia, South and North America, Asia. The show gave possibility to see rare types of aquarium fish: *Belontia signata*, *Oreochthys crenuchoides*, *Chilodus punctatus*, *Cyprinella lutrensis*, *Tanichthys micagemmae*, *Puntius rhomboocellatus*.

See you in 2018

AquaTerra Show will be held from 31st August to 2nd September 2018 in Kiev, Ukraine, at Exhibition Center ACCO International.

PATS
SANDOWN
 20-21 March 2018

PATS SANDOWN
 www.patshow.co.uk
 press@impact-exhibitions.com

PATS SANDOWN: E DIECI!

I commenti positivi delle aziende britanniche alla vigilia della decima edizione del salone in programma nel mese di marzo

Importante traguardo per *PATS Sandown*, il principale salone per animali da compagnia del Regno Unito, che aprirà le porte per la decima volta il 20-21 marzo.

Le aziende che hanno partecipato alla prima edizione nel 2009 concordano nell'affermare che nel corso degli anni la fiera si è rivelata una valida piattaforma per lanciare nuovi prodotti e servizi ed è questa una delle principali ragioni che inducono a essere presenti ogni anno. La decima edizione di *PATS Sandown* accoglierà oltre 140 marchi e aziende che esporranno i propri nuovi prodotti a un numero sempre crescente di acquirenti, tra cui negozianti, garden centre e operatori stranieri.

Sin dalla prima edizione

La prima azienda a prenotare uno stand nel 2009 era stata Inspired Pet Nutrition - sotto il marchio Wagg - che non mancherà all'edizione 2018. "Abbiamo partecipato a *PATS* fin dagli esordi" commenta il direttore delle vendite Ben Anderson "abbiamo avuto fiducia negli organizzatori sin dall'inizio, ecco perché siamo stati i primi a iscriverci. La squadra di *PATS* è molto competente e si impegna per assicurare che il salone sia un successo ogni anno. In IPN crediamo nel concetto di fiera di settore" prosegue Anderson "perché non potremmo altrimenti presentare l'intera gamma di prodotti ai nostri clienti in un unico luogo. Continueremo a essere presenti man mano che i nostri marchi e le nostre linee si amplieranno e ci auguriamo di andare incontro ad altri 10 anni di successi. Ringraziamo la squadra di *PATS* per il duro lavoro nell'organizzare al meglio una fiera di settore".



Ogni anno presenti all'appello

Altre aziende che sin dagli esordi hanno partecipato a ogni edizione di *PATS Sandown* sono: Antos, Barking Heads, Beaphar, Bern Pet Foods, Burns, Collarways, Earthbound, Fish 4 Dogs, Fold Hill Foods, Gor Pets, Hemmo, Hertford Shelving, Hills, Intelligent Retail, James Wellbeloved, Johnson's Veterinary Products, Kennelpak, pbwnnews, Pedigree Wholesale, Pet Gazette, Petlife, PetSafe, Pooch & Mutt, Royal Canin, The Bramton Company e Vitalin.

Come PATS ha aiutato il loro business

"Pedigree Wholesale è orgogliosa di aver supportato la squadra di *PATS* sin dalla prima edizione. È un'eccezionale piattaforma per mettere in vetrina nuovi marchi e prodotti e per incontrare clienti vecchi e nuovi del canale specializzato indipendente. Il livello dei visitatori è eccellente e siamo sempre soddisfatti dell'alto numero di contatti stretti nel corso di ogni edizione". Ann Hodson, Pedigree Wholesale.

"Per Petlife, *PATS* è sempre stato parte integrante del calendario fieristico annuale. I due eventi rappresentano per la nostra azienda la

miglior piattaforma possibile per proporre nuovi prodotti a una clientela più ampia - che altrimenti non saremmo in grado di raggiungere - con l'opportunità allo stesso tempo di esporre le nostre linee storiche. Nel corso degli anni, grazie all'alto numero di visitatori in entrambe le sedi, *PATS* ha aiutato ad acquisire nuovi clienti, incluse multinazionali, catene del Regno Unito, rivenditori indipendenti e molti altri. Continueremo a esporre ancora per molti anni". James Hancock, Sales & Marketing Director, Petlife.

"Antos ha esposto a *PATS* sin dagli esordi ed è parte integrante dei nostri programmi di marketing e di crescita per l'anno in corso. Per noi è l'opportunità migliore per incontrare faccia a faccia sia i nostri clienti abituali che nuovi potenziali acquirenti in un unico luogo nell'arco di due giorni. L'evento è cresciuto e migliorato di anno in anno, e il numero di visitatori internazionali è stato considerevole nelle ultime edizioni. Il livello della clientela è buono in entrambe le sedi e gli organizzatori si impegnano a migliorare *PATS* ogni anno". Antoon Murphy, Managing Director, Antos.

Luogo di incontro per clienti vecchi e nuovi

"Fatico a credere che sia già passato un decennio da che Pooch & Mutt ha esposto i suoi prodotti al primissimo *PATS*. L'industria è cambiata molto in questi anni e mi piace pensare che sia *PATS* che Pooch & Mutt abbiano contribuito a questo mutamento da "angoli"



international exhibitions

PATS SANDOWN: TEN!

Positive feedback from British pet companies
in view of the *Sandown* tenth edition opening this coming March

An important milestone for *PATS Sandown*, the UK's number one pet trade exhibition the UK's number one pet trade exhibition which will be staging its 10th *Sandown* show on March 20-21.

Those firms who exhibited at the first *PATS Sandown* in 2009 agree that over the years the show has proved to be a great platform for launching new products and services, and that's one of the main reasons why they have appeared in every exhibition since. The 10th *PATS Sandown* will see more than 140 brands and companies showcasing their new products to a growing number of buyers, including pet retailers, garden centres and international businesses.

From the very start

Inspired Pet Nutrition were the first company to book a stand with *PATS* in 2009 under the Waggy brand and they will be present at *Sandown* in 2018.

Trade Sales Director Ben Anderson said: 'We have been at *PATS* since the start. We had total confidence in the organisers from the beginning which is why we were the first exhibitor to sign up. The *PATS* team are experienced, knowledgeable, approachable and go out of their way to ensure the show is a success each and every year. At *IPN* we believe in the concept of a trade show' goes on Anderson 'how else can you fully display your entire range of products to your customers under one roof? As our brands and ranges expand, we will continue to utilise the *PATS* event to showcase these to our customer base. We're looking forward to another successful 10 years and thanks to all the team at *PATS* for their hard work in organising such a well run trade show.'

Present each year

Other companies to have attended every *PATS Sandown* since the start include: Antos, Barking Heads, Beaphar, Bern Pet Foods, Burns, Collarways, Earthbound, Fish 4 Dogs, Fold Hill Foods, Gor Pets, Hemmo, Hertford Shelving, Hills, Intelligent Retail, James Wellbeloved, Johnson's Veterinary Products, Kennelpak, pbnews, Pedigree Wholesale, Pet Gazette, Petlife, PetSafe, Pooch & Mutt, Royal Canin, The Bramton Company and Vitalin.

Ways in which *PATS* has helped their business

'**Pedigree Wholesale** are proud to have supported the *PATS* team from the outset. The show is an excellent platform for showcasing new products and brands, as well as meeting both existing and new customers from the specialist independent pet trade. The quality of visitors is excellent and we are always delighted with the high number of worthwhile enquiries we get at each show.' Ann Hodson, Pedigree Wholesale.

'*PATS* has always been an integral part of our yearly exhibition calendar at **Petlife**. Both shows offer us as a company the best possible platform to launch new products to the wider trade – much of which we sometimes wouldn't have access to – whilst also giving us the perfect opportunity to showcase our existing range of products. With such a diverse visitor demographic to both venues, *PATS* has enabled us to sign up countless new customers over the years – including multinationals, UK based chains, independent retailers and many more. We will definitely continue to exhibit at both *PATS* Shows for many years to come.' James Hancock, Sales & Marketing Director, Petlife.

'**Antos** have been exhibiting at *PATS* since it began. It is an integral part of our marketing and growth plans for the year. It is the best opportunity for us to meet as many of our customers and potential new customers face to face in one place over two days. The shows have grown and improved year on year and the growth in international visitors has been considerable over the past few years. The quality of customer is also good at both shows. The organisers are proactive and keen to improve *PATS* each year.'

Antoon Murphy, Managing Director, Antos.

A place to meet new and existing customers

'I can't believe that it has been almost a decade since **Pooch & Mutt** first exhibited at the first ever *PATS* show. The industry has changed a lot in that time, and I would like to think that both *PATS* and **Pooch & Mutt** have driven a lot of that change, from very different angles. *PATS* has definitely played its part in **Pooch & Mutt's** continued success.' Guy Blaskey, Founder, Pooch & Mutt.

'**Bern Pet Foods** have found *PATS* to be a great platform for our range of products. It also allows us to connect with our trade customers and build relationships with potential stockists. *PATS* supports us in promoting our brands' mission and vision of providing Biologically Appropriate foods for all dogs and cats.' Jackie Osman, Bern Pet Foods.

'**Collarways** have exhibited with *PATS* since the beginning, using both *Sandown* and *Telford* to launch new ranges to the market in the best way possible. The exhibitions are a fantastic way to get instant feedback from the most important people to us – our customers. Winning a New Product Award on numerous occasions has also paid huge dividends. We love the atmosphere at the shows and look forward to catching up with customers, peers and even our competition. *PATS* is one of the highlights of the year.' Katie Goldsmith, Collarways.

'**Hertford Shelving** tried *PATS* as a 'one-off' and had such a successful show that we just kept going. Each year I have picked up many leads that have resulted in sales of my shelving products and accessories, plus complete 'fit-outs' of pet shops, animal feed outlets and garden centres. Working with Impact Exhibitions has been fun and easy as they are such a great team and are always available to help.' Steve Lodge, Hertford Shelving.

A date to be saved

'*PATS* has been at the forefront of pet specialty for the past decade and has been a fantastic forum for **Fold Hill Foods** to launch new products to the trade. *Sandown* and *Telford* are the two key shows where we focus on bringing new launches to the market. They give us a great opportunity to speak to our existing customers and to sign up new ones to our family of brands of **Laughing Dog**, **Chewdles** and **Pointer**. We look forward to the next decade of success.' Ben Mankertz, Commercial Manager, Fold Hill Foods Ltd.

'*PATS* has been a crucial part of **PetSafe's** marketing calendar for the past few years and has no doubt contributed to our UK growth. The shows have been great forums to test concepts, launch new products and sign-up new customers, as well as deepen our relationships with existing contacts. We're really looking forward to *PATS Sandown 2018* and can't wait to show the trade the new products that will be coming to market this year.' Rob Steele, International Marketing Manager PetSafe Brand.

A full list of exhibitors can be found on the *PATS* website www.patshow.co.uk where buyers can also register for free entry to the exhibition.

molto diversi. *PATS* ha decisamente fatto la sua parte nel mantenere il successo di **Pooch & Mutt**'. Guy Blaskey, Fondatore, Pooch & Mutt. "**Bern Pet Foods** ritiene che *PATS* sia un'eccezionale piattaforma per la propria gamma di prodotti. Inoltre ci consente di incontrare i nostri clienti e di instaurare relazioni con potenziali grossisti. *PATS* ci supporta nel promuovere la mission del nostro marchio cioè offrire alimenti Biologicamente Appropriati a tutti i cani e gatti". Jackie Osman, Bern Pet Foods.

"**Collarways** ha partecipato a *PATS* sin dagli esordi, sia a *Sandown* che a *Telford*, per lanciare le sue nuove linee sul mercato. Le fiere sono un mezzo fantastico per ottenere un feedback istantaneo dalle persone che rappresentano la tipologia più importante, cioè la nostra clientela. Vincere un New Product Award in numerose occasioni ci ha aiutato anche a guadagnare alti dividendi. Adoriamo l'atmosfera dei saloni, e non vediamo l'ora di rivedere clienti, colleghi e anche concorrenti. *PATS* è uno dei momenti clou dell'anno". Katie Goldsmith, Collarways.

"**Hertford Shelving** ha provato a esporre a *PATS una tantum*, ed è stato un tale successo che abbiamo continuato a partecipare. Abbiamo avuto moltissimi contatti preliminari che sono poi sfociati in vendite dei nostri prodotti e accessori, oltre ad arredi completi di negozi per animali, outlet di alimenti per animali e garden centre. Lavorare con Impact Exhibitions è stato facile e piacevole, e sono sempre pronti ad aiutare". Steve Lodge, Hertford Shelving.

Un appuntamento da non mancare

"Nell'ultimo decennio *PATS* si è dimostrato un salone all'avanguardia nei trend per gli animali da compagnia e per **Fold Hill Foods** sia *Sandown* che *Telford* si sono rivelati un'eccezionale piattaforma per lanciare nuovi prodotti sul mercato. Ci danno grandi opportunità di parlare con i clienti abituali e per accoglierne di nuovi all'interno della nostra famiglia di marchi: *Laughing Dog*, *Chewdles* e *Pointer*. Attendiamo con impazienza la prossima decade di successi". Ben Mankertz, Commercial Manager, Fold Hill Foods Ltd.

"Negli ultimi anni *PATS* è stato parte cruciale del calendario di marketing di **PetSafe** e ha senza dubbio contribuito alla nostra crescita sul mercato britannico. I saloni sono ottime piattaforme per testare i trend, lanciare nuovi prodotti e conquistare nuovi clienti, oltre a rafforzare i legami con quelli esistenti. Non vediamo l'ora che arrivi *PATS Sandown 2018* per proporre al settore i nuovi prodotti che lanceremo quest'anno". Rob Steele, International Marketing Manager, PetSafe Brand.

La lista completa degli espositori a *PATS Sandown* è disponibile su www.patshow.co.uk dove i buyer posso registrarsi per ottenere l'accesso gratuito alla fiera. (S.A.)

inf@web

di Stefano Toria

Stefano Toria

Torìa Secure Systems GmbH

www.toriasecuresystems.com

info@toriasecuresystems.com



Nato a Roma e residente in Svizzera, lavora nell'informatica da 45 anni e nella sicurezza informatica dalla fine degli anni '80. È stato il primo a scrivere articoli tecnici sui virus del computer, nel 1990. Imprenditore, formatore e consulente, regala sonni tranquilli ai suoi clienti proteggendoli dagli attacchi informatici e da altre simili disavventure.

COMINCIAMO CON IL DIRE CHE IL GDPR, IN SÉ, NON È AFFATTO UNA NOVITÀ...

Il "Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati", così si chiama nella sua versione italiana, è stato approvato nel 2016 ed entrerà in vigore il 25 maggio di quest'anno; ma in buona parte riprende i concetti e i principi già presenti nella legge attuale, la 196 del 2003, e anche in quella precedente, la 675 del 1996.

Sono concetti con i quali abbiamo già una certa dimestichezza, ma questa nuova norma porta delle novità importanti. La più rilevante, forse, riguarda i riferimenti a Internet. Dobbiamo considerare che le vecchie leggi si basavano su una direttiva della Comunità Europea del 1995, quando Internet era ancora un fenomeno nascente e non aveva ancora l'importanza di oggi nella vita di tutti i giorni.

L'obiettivo di entrambi i regolamenti europei, il vecchio del '95 e quello aggiornato di oggi, è di proteggere la sfera privata dei cittadini, cercando di mediare tra due interessi contrastanti: da un lato quello delle aziende che cercano mezzi sempre nuovi per farsi conoscere, per espandere il proprio marketing e raggiungere i propri target; dall'altro quello delle persone che vogliono essere lasciate in pace, per dirla in termini forse poco giuridici ma molto concreti.

Vediamo in breve le novità principali del regolamento, il "General Data Protection Regulation" (suo nome originale), da cui prende la sigla "GDPR" che tutti usano comunemente.

Chunque tratti i dati di cittadini comunitari ha l'obbligo di conformarsi al regolamento. E siccome in pratica tutti i "trattamenti"



di dati avvengono con strumenti informatici, gran parte degli obblighi finiscono per colpire proprio questi ultimi.

Il che è comunque una buona cosa. Sappiamo che negli ultimi anni sono aumentate a dismisura le minacce contro i dati e le aggressioni informatiche, che colpiscono il vero patrimonio della maggior parte delle aziende: le informazioni che trattano.

Quindi il GDPR va nella stessa direzione degli interessi delle aziende, cioè di proteggere i dati e le informazioni. Prima misura di protezione: formare gli incaricati dei trattamenti, renderli consapevoli.

Un altro obbligo che la legge impone alle aziende,

è di tenere ordine nei propri dati; si dovrà provvedere alla loro mappatura, stabilire la finalità per cui vengono raccolti e fare in modo che siano esatti.

Sembrano cose ovvie, ma nella realtà quasi tutte le aziende hanno una massa di dati non strutturati, accanto a quelli ufficiali e strutturati, ed è facile perdere di vista cose anche importanti.

Poi ci sono i diritti dei cittadini, o meglio degli "interessati", come sono definiti dalla norma.

Chi tratta dati personali deve comunicare agli interessati tutto ciò che li può riguardare: quali dati vengono raccolti, per quali finalità, in che modo verranno trattati, come saranno protetti da abusi di qualsiasi genere. Serve una *policy* scritta, comunicata agli interessati - quasi tutte le aziende scelgono di metterla sul proprio sito.

Gli interessati hanno tutta una serie di diritti, gran parte dei quali erano già garantiti dalle leggi precedenti: accesso ai dati, correzione degli errori, cancellazione delle informazioni.

Il GDPR introduce alcune novità che sono particolarmente importanti nell'era di Internet. Vale la pena di vederle in dettaglio:

- Il "diritto all'oblio", cioè alla cancellazione definitiva dei propri dati;
- La prevenzione del marketing diretto e della profilazione: fare marketing diventa un po' più difficile;
- La portabilità dei dati, cioè il diritto di trasferire i propri dati da un'azienda a un'altra, in formato elettronico.



Le aziende dovranno fare particolare attenzione alle “credenziali di accesso ai dati”, sostanzialmente codice e password. Anche questa è una buona cosa; chi si occupa di sicurezza sa che spesso le password sono trattate con troppa leggerezza. La legge ora impone degli obblighi, che vanno tutti nell’interesse delle aziende e della protezione dei loro dati - principalmente quelli delle persone, e per ricaduta anche tutti gli altri. Resta l’obbligo di chiedere agli interessati il consenso di trattare i loro dati; cambiano i dettagli di come funziona il consenso, ma la sostanza rimane più o meno invariata: non si trattano dati senza che l’interessato abbia acconsentito.

Il GDPR introduce una tutela particolare per i dati dei minori di 16 anni: sostanzialmente trasferisce ai genitori i diritti e le protezioni che spettano ai dati personali dei figli. Questa è una regola a cui dovranno porre attenzione scuole, centri sportivi e ricreativi, ma anche semplicemente le aziende che pagano assegni familiari ai figli per i loro dipendenti.

Concludiamo con le novità più importanti, che richiederanno un impegno specifico per le aziende.

- **Violazioni dei dati.** Il GDPR impone che l’azienda che subisca una violazione dei dati delle persone comunichi il fatto all’autorità competente. Questo comporta che l’azienda debba essere in grado di accorgersi in tempo utile della violazione, di analizzare cosa è successo, e di scrivere un rapporto sull’incidente - e secondo l’esperienza trentennale dell’autore in campo di sicurezza informatica, non molte aziende sono oggi in grado di farlo. C’è molto da lavorare.

- **Privacy by design e privacy by default.** La legge prescrive alle aziende di valutare l’impatto di qualsiasi progetto sulla privacy (la cosiddetta DPIA, *Data Privacy Impact Analysis*), e di condurre specifiche valutazioni dei rischi e intraprendere azioni in modo che in qualsiasi situazione la condizione di *default* sia la protezione dei dati personali. È un tema di rilevanza principalmente informatica, servono competenze specifiche.

- **Il DPO (*Data Protection Officer*)** è il responsabile aziendale della protezione dei dati. Il GDPR richiede ad alcune imprese di nominare formalmente un DPO; altre imprese hanno già una persona che ricopre un ruolo analogo (incaricato della sicurezza).

- **Le sanzioni.** Senza arrivare ai casi estremi, che prevedono importi enormi (fino a venti milioni di euro), le autorità nazionali - come il garante italiano - hanno il potere di imporre agli inadempienti di mettersi in regola e di condannare secondo i casi al pagamento di multe proporzionate alla gravità delle infrazioni.

Il 25 maggio è il termine per mettersi in regola. Per la maggior parte delle aziende il lavoro da fare non è enorme; vale la pena di affrontarlo bene e magari con l’occasione dare un’occhiata alla sicurezza di computer e reti. E così dormire sonni più tranquilli.

ECO PETS ITALIA

DISTRIBUTORE ESCLUSIVO DAL 2018 DELLE LETTIERE WORLD’S BEST CAT LITTER

La **Eco Pets Italia**, per offrire ai propri clienti una gamma sempre più vasta e completa di lettiere vegetali, a partire dal **2018**, sarà **DISTRIBUTORE ESCLUSIVO** delle famose lettiere americane **WORLD’S BEST**. **Catekò** e **World’s Best** assieme per servire sempre meglio il punto vendita ed il cliente finale con prodotti di qualità e serietà indiscussa.



ECO PETS ITALIA
THE BEST FOR YOUR PET AND YOUR PLANET

ecopetsitalia@gmail.com
www.ecopetsint.com

UN'AZIENDA CHE CREA CULTURA

Le strategie e gli obiettivi di Also nell'intervista a Sandy Sorrenti, primogenita del fondatore specializzata in Marketing e Sviluppo Export e a Ottavio Randazzo, nuovo Direttore Vendite Italia

"Anche il 2017 ha registrato una crescita di posizionamento degli alimenti *Animalin*[®] e degli accessori Also sia in Italia che oltreoceano. Incrementi in termini di quote di mercato, di risorse umane, di nuove aree per la produzione e di nuove tecnologie di impianti industriali di ultima generazione che creano il valore aggiunto. Siamo convinti di realizzare prodotti unici con un elevato vantaggio competitivo qualità-prezzo e vogliamo trasmettere questa certezza ai consumatori che si avvicinano ai nostri brand". Sono queste le parole della Dott.ssa Sandy Sorrenti, primogenita del fondatore e consulente aziendale esterno, al termine di un anno intenso e importante per Also, l'azienda italiana da anni protagonista del pet market che è alla ricerca di nuovi agenti per rafforzare la propria distribuzione in Italia grazie alla riorganizzazione vendite da parte del Dott. Ottavio Randazzo, ultima risorsa di valore arrivata in Also.

Zampotta: Dottoressa Sorrenti, qual è la sua esperienza nel pet market e quali novità intende apportare?

Sandy Sorrenti: "Sono una giovane consulente, oltre a essere una delle due figlie della famiglia Sorrenti patron di Also, e mi occupo di marketing e progetti di sviluppo export. All'età di 21 anni, al raggiungimento della laurea in Economia Aziendale, vinsi una borsa di studio che mi permise di fare esperienza presso uno dei colossi del mercato del pet ma in un ambiente del tutto "british", in quanto decisi di recarmi in una filiale in Inghilterra, ai fini anche del miglioramento della lingua inglese. Ho acquisito un know-how da multinazionale nel settore marketing, comunicazione e sviluppo. Dopo questa esperienza decisi di tornare in Italia per specializzarmi in consulenza management e professione, per poi approdare agli esami di stato per la qualifica di dottore commercialista. Amante del settore pet, sono riuscita a fare della passione il mio lavoro, grazie ai preziosi insegnamenti di papà, fondatore della Also. Non temo le sfide e sono convinta che la nostra storia fatta di tradizione, impegno e passione per gli animali e per la natura, sia capace di raggiungere il cuore del consumatore, che oggi più di prima è attento alla qualità e al valore aggiunto. Il mio contributo in Also riguarda tutto ciò che si lega all'internazionalizzazione e ai nuovi trend di mercato. Il 2017 è stato un anno intenso e importante per Also, che ha conquistato terre a noi sconosciute prima, quali gli Emirati Arabi, il Kuwait, la Grecia, Cipro e la Spagna. Mi spiego meglio. Ritengo che ognuno possa

Animalin[®]
... per la felicità dei tuoi animali



Dott.ssa Sandy Sorrenti



ALSO SRL
tel. 090632636, fax 0906258082
www.alsoitalia.it, also@alsoitalia.it



THE CULTURE-CREATING COMPANY

Also strategies and goals: interview with Sandy Sorrenti, eldest daughter of the company's founder, specialized in Marketing and Export Development, and with Ottavio Randazzo, new Sales Manager for Italy

"Animalin" products and Also accessories recorded a growth in Italy and abroad during 2017. They grew as far as market shares, human resources, new production areas and new value-adding technologies are concerned. We believe that our products are unique and very competitive as far as quality and price are concerned. We want to convey our belief to customers approaching our brands". So speaks Dr. Sandy Sorrenti, eldest daughter of the founder and external company consultant, at the end of an important and busy year for the company. Also is the Italian company that has been starring the pet market for years. The company is now looking for new representatives to strengthen distribution in Italy thanks to sales reorganization carried out by Dr. Ottavio Randazzo, who recently entered Also world.

Zampotta: Dr Sorrenti, what is your experience in the pet market and what will you change?

Sandy Sorrenti: "I am a junior consultant, besides being one of the two daughters of Sorrenti family, Also founder. I deal with marketing and export developing projects. At 21 years, after the degree in Company's Economics, I won a scholarship and I had the chance to work for one of the pet leading companies. I chose a British branch of the company so that I could also improve English. I gained a multinational know-how in the marketing, communication and development sector. After the scholarship I came back to Italy to study consultancy and management, and then I took the national accountant exam. I love the pet sector and I was able to turn my passion into a job thanks to the precious experience of my dad, Also founder. I am not afraid of challenges and I believe that our story, which is made of tradition, commitment and passion for pets and for nature, is capable to reach customers' hearts: they are increasingly attentive to quality and added value. My role in Also covers what is related to internationalization and new market trends. 2017 was an intense and important year for Also, since the company entered new countries: United Arab Emirates, Kuwait, Greece, Cyprus and Spain. I think that everyone can bring added value: we decided to invest in fresh, young, dynamic know-how capable to meet new customers' needs. In 2017 we hosted European university trainees, who choose our company to learn more about international business. They later carried out successful projects with their universities. We are proud of that and in 2018 we were chosen by foreign business universities to help trainees acquire marketing skills and develop export".

Z.: What are the keys for 2017 success and how does added value affect Animalin products?

S.S.: "First of all there is the improvement of the quality of our food. We are the first Italian company that replaced and integrated industrial plants with modern plants capable to remove aflatoxins in cereals. Aflatoxins grow after fungi contamination before and after cereal harvest. They are toxic and carcinogenic. Weather changes in Italy are also affecting cereals. According to the first data on 2015 harvest, the percentage of aflatoxins is enough to overcome the limits stated by European regulation. That is why we decided to purchase new areas dedicated Animalin products and to invest on equipment capable to divide healthy and ill cereals. We currently have two plants: the logistic and administrative address and the productive plant. New Also plant is dedicated to Animalin food for birds, rodents, fish and turtles. Choosing valuable human resources is also another added value. We are talking about new Italy Sales Manager, Dr. Ottavio Randazzo. He is a successful manager in the pet sector: he decided to take care of Also sales in order to strengthen, integrate, reorganize and broaden the segment. A company made of valuable people has an added value".

Z.: What are 2018 strategies and goals?

S.S.: "In 2018 we will increase investments on research and development as well as on studies on nutrition for the future of birds, rodents, fish and turtles, since the demand for high-quality products capable to meet new needs is increasing thanks to a broader number of audit and researches with veterinarians expert in small pets. The goal is to broaden human resources with young people that can add their specific skills to promotional activity in digital marketing, also through social network and virtual communication, thanks to conventions with local universities. My main goal, besides communication, traditional and digital marketing, will cover the development of the export sector. That is why we will take part in Interzoo 2018 (hall 9 - stand 2014)".



portare valore aggiunto e noi abbiamo deciso di investire in know-how fresco, giovane, dinamico, selezionato nel panorama internazionale, pronto a soddisfare i nuovi bisogni del consumer. Nel 2017 abbiamo ospitato degli stagisti universitari europei che ci hanno scelto per approfondire e acquisire impostazioni di cultura di business internazionale, e con ottimi risultati hanno portato avanti progetti condivisi con la propria università. Tutto ciò ci lusinga e per il 2018 siamo stati di nuovo scelti come 'palestra professionale di management' per l'acquisizione di competenze di marketing e per lo sviluppo dell'export da alcune università di business straniera".

Z.: Quali sono le chiavi del successo 2017 e in che modo il valore aggiunto incide sui prodotti Animalin®?

S.S.: "Sicuramente il valore aggiunto nel migliorare l'alta qualità dei nostri alimenti. Siamo la prima azienda in Italia che ha sostituito e integrato impianti industriali in impianti di ultima generazione in grado di eliminare le aflatoxine nei cereali. Le aflatoxine si sviluppano in seguito a contaminazioni fungine avvenute prima e dopo la raccolta dei cereali. Sono tossiche e cancerogene. Le variazioni climatiche che stanno intervenendo in Italia stanno creando problemi anche su questo fronte: dai primi dati relativi alla raccolta del 2015 si è riscontrato un aumento di aflatoxine sufficiente a far superare i limiti imposti

dalla normativa europea. Per tali motivi abbiamo deciso di ampliare i nostri spazi acquistando nuove aree destinate alla produzione degli alimenti Animalin® e di investire in macchine di produzione che consentono un'accurata separazione dei chicchi malati, per un livello di qualità sempre superiore al passato. Abbiamo due sedi, una logistica e amministrativa e l'altra produttiva, il nuovo stabilimento Also per la produzione degli alimenti per volatili, roditori, pesci e tartarughe Animalin®. Altro valore aggiunto è da ricondurre alla scelta di risorse umane di valore. Stiamo parlando del nuovo Direttore Vendite Italia, il Dott. Ottavio Randazzo, nuova figura professionale di valore in Also, manager di successo nell'ambito del pet, che ha preso in mano il settore delle vendite con l'obiettivo di rafforzarlo, integrarlo, ristrutturarlo e ampliarlo. Se un'azienda è formata da uomini di valore, l'azienda stessa avrà un valore aggiunto”.

Z.: Quali sono le strategie e gli obiettivi 2018?

S.S.: “Il 2018 è l'anno in cui ci proponiamo di aumentare gli investimenti in ricerca e sviluppo e in studi per l'alimentazione del futuro dei nostri amici volatili, roditori, pesci e tartarughe in una fase in cui è sempre maggiore la richiesta di prodotti di alta qualità in grado di soddisfare nuovi bisogni grazie alle più numerose attività di audit e ricerca con gli esperti veterinari di piccoli animali. L'obiettivo è accrescere le risorse umane in termini di giovani volenterosi che possano apportare la propria competenza specifica nelle attività promozionali in marketing digitale anche attraverso la gestione dei social network e della comunicazione virtuale, grazie a convenzioni firmate con l'università del luogo. Il mio obiettivo principale, oltre alla parte di comunicazione e marketing tradizionale e del marketing digitale, riguarderà lo sviluppo del settore export. Infatti anche quest'anno saremo presenti all'Inter-zoo 2018 (pad. 9 – stand 214)”.



Dott. Ottavio Randazzo

Z.: Dott. Randazzo, il suo nome è ben noto nell'ambito del pet market. Quali esperienze ha acquisito?

Ottavio Randazzo: “Ho lavorato in vari settori in aziende multinazionali, dalla Perfetti SpA - leader assoluto con quote di mercato oltre il 90% - a Pago, multinazionale che ha rivoluzionato il mondo beverage non solo con i suoi succhi di frutta ma anche con innovative strategie di marketing, oppure Illva Saronno Holding che si posiziona tra le prime 10 in Italia, sia per fatturato che per multibusiness, dall'amaretto, agli occhiali, alle compagnie aeree. Sono poi approdato al settore pet food nel 2010 presso Monge SpA, dove ho maturato una forte sensibilità nel gestire, formare e far crescere le risorse umane, con particolare focus alle attività di visual merchandising, di marketing operativo, attento a ogni sfaccettatura del rapporto con il cliente e alla sensibilità verso la disposizione a scaffale del prodotto per creare vero valore aggiunto”.

Z.: Ci può parlare di Also e delle ultime novità in azienda?

O.R.: “Also è un'azienda che si basa su una grande famiglia, fondata da Alessandro Sorrenti, che ha saputo convogliare le energie di un gruppo giovane e ben consolidato che fa capo a Sandy per marketing e import/export, a Ketty per customer care/responsabile marketing digitale, e ai relativi generi: Francesco Mento, nuovo Product Manager e Manuel Costantino, responsabile logistica, ciascuno con un ruolo ben definito. Il vantaggio è innegabile. Con una strutturazione di questo tipo, anche quando

si esce dall'azienda per tornare a casa, non si può che continuare a pensare e progettare idee nuove e strategie per il futuro”.

Z.: Qual è il suo ruolo all'interno del management Also e quali novità intende apportare?

O.R.: “Dal 2017 abbiamo avviato un progetto di riorganizzazione della rete vendita, un processo che intendo portare avanti attraverso la ricerca di agenti per le zone scoperte e non ancora consolidate. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare il canale specialist in cui siamo già abbastanza radicati e disporre tante altre bandierine sulla nostra penisola allargando il nostro campo d'azione nel canale dei garden”.

Z.: Quali sono le caratteristiche principali del catalogo Also e Animalin®?

O.R.: “Il catalogo Also conta circa 8.000 referenze tra accessori progettati e importati Also e alimenti Animalin®, di cui Also è produttore. Also pet food industry nasce come industria conto terzi con un'identità vocata alla produzione per altre realtà. Ma da un paio di anni si è trasformata puntando su una linea di qualità molto elevata, Animalin®, in modo da offrire agli operatori commerciali la possibilità di soddisfare al meglio le esigenze dei proprietari di piccoli animali da compagnia. Una gamma dinamica e variopinta, dal packaging comodo e intuitivo, che coglie i fermenti del settore e soddisfa anche il consumatore più esigente”.

Z.: Come state raggiungendo questi obiettivi?

O.R.: “Prima di tutto con una ristrutturazione interna attraverso corsi di formazione per capire meglio i trend del mercato e andare incontro a esigenze sempre più specifiche. Sono state certificate procedure interne, definendo ruoli e competenze. Ma soprattutto investendo in modo cospicuo su nuovi impianti industriali automatizzati di ultima generazione che, oltre a quanto già affermato dalla Dott.ssa Sandy Sorrenti relativamente all'eliminazione dei semi malati per rimuovere le aflatoxine, hanno come obiettivo quello di preservare le caratteristiche organolettiche e mantenere la freschezza dell'alimento grazie al processo di confezionamento in atmosfera modificata”.





Z.: Qual è la strategia che sta alla base della linea Animalin®?

O.R.: "Animalin® è una linea che prima di tutto vuole "creare cultura" verso una categoria di piccoli animali forse un po' trascurati e sottovalutati. Eppure pensiamo che, dopo cani e gatti, i coniglietti sono i pet più diffusi nelle case degli italiani. Ecco, noi vogliamo fare in modo che roditori, uccelli e pesci possano avere nel pet shop la stessa "dignità". Per questo motivo proponiamo anche ai negozianti la possibilità di organizzare attività di promozione e comunicazione, ma soprattutto di informazione al proprietario, perché possa trovare nel punto vendita un professionista esperto in grado di fornire consigli e aiuti".

Z.: I plus di Animalin®?

O.R.: "Animalin® si presenta a scaffale con un packaging attraente e colorato, che stimola a scoprire le caratteristiche in grado di differenziare il prodotto. Abbiamo voluto investire su uno dei nostri cavalli di battaglia, il premium per conigli: grazie a una collaborazione con l'Università di Messina abbiamo infatti sperimentato l'equilibrato bilanciamento della ricetta e scoperto quello che è il reale bisogno del nostro piccolo amico. Grazie alle nostre apparecchiature all'avanguardia, il risultato è un prodotto visibilmente pulito e senza polvere e con un seme tutto pieno, perché lo stesso macchinario scarta i semi vuoti".

Z.: Progetti per il futuro a medio e lungo termine?

O.R.: "Intendiamo consolidare il ruolo di Also nell'ambito del mercato italiano. Per questo, vogliamo trovare partner che desiderino cogliere questa sfida per differenziarsi dagli altri. Proponiamo a ogni singolo punto vendita un lay out basato sullo studio di category del negozio. Disponiamo di un sistema di magazzino a radiofrequenza che ci permette di consegnare la merce in 48 ore (in alcuni casi anche in 36 ore) utilizzando vettori abituati alla celerità, perché operanti nel settore medico. In più un altro vantaggio: la possibilità di completare l'assortimento anche attraverso mini-ordini, perché vogliamo realizzare insieme al pet shop un assortimento personalizzato che completi quello già presente in negozio. Per creare cultura ed essere differenti".

Z.: Qual è il valore aggiunto che offre un'azienda come Also?

O.R.: "Nel ringraziare Cristina Mandaglio, Direttore Editoriale *Zampotta*, per la gentile opportunità di visibilità che la sua rivista ha concesso ad Also, desidero concludere ribadendo che stiamo cercando persone che vogliono far parte di un bel team di lavoro, che si basa prima di tutto sul valore di relazione tra esseri umani e dopo sui ruoli commerciali. Ma soprattutto desidero affermare che non ci fermeremo qui, né come prodotti, né come mete da conquistare, perché la nostra mission è davvero motivante, l'ambiente è stimolante e sostenuto da un'assertività contagiosa.

A tutto questo, da buon siciliano, vi lascio con l'invito a toccare con mano la nostra ospitalità in Sicilia, invito esteso non solo ai nostri futuri collaboratori, ma anche ai clienti". (A.L.)

Z.: Dr. Randazzo, you are very famous in the pet market. What are your skills?

Ottavio Randazzo: "I have been working for multinationals in various sectors: from Perfetti SpA – top leader with market shares over 90% – to Pago, the multinational who changed the *beverage* sector with fruit juices and innovative marketing strategies. I also worked for Illva Saronno Holding, among the top 10 companies in Italy as far as turnover and multibusiness are concerned (from Amaretto to glasses and airlines). I entered the pet food sector in 2010 with Monge SpA, where I took care of managing, training and developing human resources, with special focus on visual merchandising and operational marketing and attention to every detail of customer care as well as product placement on shelf to create added value".

Z.: Can you talk about Also and its latest news?

O.R.: "Also is based on a broad family founded by Alessandro Sorrenti, who was capable to convey the efforts of a young and well-established team run Sandy, Marketing and Import/export Manager, Kitty, Customer Care/Digital Marketing Manager, and his sons-in-law Francesco Mento, new Product Manager, and Manuel Costantino, Logistics Manager. Each one of them has a specific role, which has an undeniable advantage. Even at home, they will talk about the company and discuss new ideas and future strategies".

Z.: What is your role in Also management and what will you change?

O. R.: "In 2017 we reorganized the sales network, which I will still carry on during the next year by looking for representatives covering missing areas. We aim at entering shops all over our country, adding new areas to those already conquered. Our goal is to strengthen our position in the specialized channel and gain new market shares by entering the segment of garden centres".

Z.: What are Also and Animalin® catalogue's main features?

O. R.: "Also catalogue features 8,000 products, from accessories developed and imported by Also to *Animalin*® food produced by Also. Also pet food industry was born as a company working for third parties. Two years ago, the company changed and developed a high-quality range, *Animalin*®, providing business operators with the chance of meeting the needs of owners of small pets. It is a dynamic and varied range featuring a handy and intuitive packaging, capable to understand the new trends and to meet the requirements of demanding customers as well".

Z.: How are you reaching such goals?

O. R.: "First of all thanks to an internal reorganization through training courses, in order to understand market trends and meet different needs. Internal procedures have been certified, with defined roles and tasks. More importantly, we made relevant investments on new and modern automated industrial plants. Besides destroying ill seeds to remove aflatoxins, as stated by Dr. Sandy Sorrenti, they also preserve product freshness thanks to modified atmosphere packaging".

Z.: What is the strategy behind new Animalin® line?

O. R.: "*Animalin*® aims at creating culture towards a category of small pets, since they are often neglected or underestimated. Yet, after cats and dogs, rabbits are the most common pets in Italian families. Our goal is to reach equal dignity for rodents, birds and fish in the pet sector. That is why we also provide retailers with promotional or communication activities, as well as updates for owners, so that retailers can become real experts for pet owners".

Z.: What are Animalin® features?

O. R.: "*Animalin*® features a captivating and colourful look, which invites customers to discover the product's features. We decided to invest on one of our strong suits, premium food for rabbits. Thanks to the collaboration with Messina University we tested the balance of the recipe and assessed the real needs of pets. Thanks to our modern equipment the result is a clean, dust-free product with whole seeds: our equipment discards empty seeds".

Z.: What are the medium- and long-term goals?

O. R.: "We aim at strengthening Also role on the Italian market, step by step. That is why we are looking for partners capable to face the challenge and enter Also team. We can provide shops with specific lay-out based on the shop's category study. Thanks to a radiofrequency system in the storehouse, we are capable to deliver goods within 48 hours (even 36 hours sometimes) by carriers used to alacrity, since they work in the medical sector. Moreover, we also offer the chance to place small orders: we aim at building a customized range together with retailers, in order to complete the range already available in shops. We aim at creating culture and being different".

Z.: What is Also's added value?

O.R.: "First of all I would like to thank Cristina Mandaglio, *Zampotta* Editor in chief, for the visibility granted to Also on the magazine. We are looking for people who want to be part of a great team based on human relations first, besides commercial roles. We will not stop here as far as products and goals are concerned. Our mission is motivating, the environment is stimulating and supported by contagious assertiveness.

Since I come from Sicily, I invite everyone, both future collaborators and customers, to try our Sicilian hospitality".

highlights



PETS International Magazine, con una distribuzione di 11.000 copie spedite a lettori in più di 130 Paesi, è la più importata rivista a livello internazionale dell'industria pet. Ne vengono pubblicate 7 copie all'anno e ogni uscita affronta svariati temi e fornisce informazioni sul mercato, sugli ultimi trend e profili delle aziende. Per un costante aggiornamento invia agli operatori professionali newsletter settimanali ed è inoltre una piattaforma B2B per informare e ispirare l'industria pet internazionale. Info: www.globalpets.community

PETS International Magazine is the leading trade magazine in the international pet industry. It has a circulation of 11,000 copies and is sent out to readers in more than 130 countries. Each issue covers several special themes and is packed with relevant trends, market information and company profiles. PETS International Magazine is published 7 times per year. For a constant update it sends weekly newsletters to professional operators and is also a B2B platform for the international pet industry to be informed and inspired. Info: www.globalpets.community

LA MINACCIA DELLA CONCORRENZA ONLINE

I rivenditori specializzati non sono ancora disposti a cedere alla concorrenza online senza lottare

L'impatto delle vendite online

Affermare che i canali di vendita online hanno un impatto sulle vendite di prodotti per animali domestici è oggi riduttivo. Infatti, secondo un recente studio condotto da Packaged Facts, nel 2016 le vendite online hanno contribuito di ben 4,5 miliardi di dollari (3,8 miliardi di euro) ai 48 miliardi di dollari (41 miliardi di euro) di vendite di prodotti per animali domestici nell'ambito del mercato statunitense. Solo Amazon ha raggiunto i 2 miliardi di dollari (1,7 miliardi di euro), con un incremento del 40% rispetto al 2015. Tra gli altri maggiori rivenditori online citiamo Chewy (acquisito da PetSmart nel 2017) e Walmart/Jet.

Il numero di rivenditori specializzati indipendenti, i principali clienti di grossisti e distributori di prodotti per animali domestici, continua comunque a crescere nonostante l'aumento della concorrenza online.

Secondo un recente sondaggio il 60% dei punti vendita per animali domestici ha confermato un aumento delle vendite nei 12 mesi precedenti, con una media di crescita pari a un rispettabilissimo 5,3%. Questi operatori considerano i rivenditori online la concorrenza più minacciosa, indicando praticità e prezzi come i maggiori vantaggi offerti dai venditori virtuali.



Generazioni diverse, bisogni diversi

Considerare "monolitico" il mercato statunitense, con un'unica soluzione per conquistare i consumatori, sarebbe un errore. I consumatori urbani, suburbani e rurali hanno bisogni diversi che vengono soddisfatti da una varietà di soluzioni di vendita. Allo stesso modo, le tre diverse generazioni di acquirenti – baby boomers, generazione X e i millennials – ricercano esperienze d'acquisto differenti per provvedere al loro stile di vita unico. I rivenditori specializzati non sono ancora pronti a cedere il passo alla concorrenza dell'online senza lottare.

Praticità e prezzi

Se comodità e prezzi sono l'asso nella manica dei rivenditori online, i rivenditori tradizionali hanno una serie di armi a loro disposizione per contrastare la minaccia della concorrenza. I negozi di quartiere che conoscono personalmente i clienti e i loro animali domestici, che hanno personale esperto e ben formato, quindi in grado di rispondere alle domande dei clienti fornendo soluzioni ai problemi dei loro beniamini, e che offrono programmi fedeltà per motivare acquisti ripetuti, sono pronti per contrattaccare il fattore comodità offerto dalla concorrenza online. Un numero crescente di rivenditori indipendenti offre la consegna a domicilio, e propone servizi quali toelettatura all'interno del negozio, lavaggio cani fai-da-te o addirittura servizio di pensione per animali, che i rivenditori online non sono in grado di offrire.

La capacità di competere a livello di prezzi è stata una delle difficoltà maggiori affrontata dai rivenditori indipendenti. Ma anche questo aspetto sta cambiando. Inoltre, un numero sempre crescente di produttori sta applicando una politica di "prezzo minimo pubblicizzato" che livella il campo di gioco per tutti i rivenditori.

BestBone

BISCO DOG

**IL PREMIO PERFETTO
PER LA SALUTE DEL TUO CANE**

-  SENZA OGM
-  FAVORISCE LA DIGESTIONE
-  11 GUSTI DIFFERENTI

DISPONIBILI
IN DUE FORMATI
DA 400g E DA 1 Kg



ESPOSITORE
BISCODOG
IN OMAGGIO



I BISCOTTI MADE IN ITALY, GUSTOSI E CROCCANTI

La ricetta BestBone è priva di OGM, ricca di minerali e vitamine A, D3 ed E, per garantire una dieta varia e bilanciata. I cereali favoriscono la digestione, rinforzano e aiutano a pulire il cavo orale tramite la masticazione.



I produttori negli Stati Uniti possono determinare unilateralmente il prezzo di vendita al quale il proprio prodotto può venire pubblicizzato. Questa politica aiuta a difendere il marchio dell'azienda da "erosioni" di prezzo. L'applicazione è a carico del produttore e può implicare una varietà di rimedi contro le violazioni, tra cui la revoca ai rivenditori in violazione del diritto di acquistare sia dal produttore che dai suoi rivenditori.

Il potere dei rivenditori indipendenti

I rivenditori indipendenti e i loro distributori partner sono ancora in grado di influenzare significativamente le decisioni di acquisto di prodotti per animali nel canale specializzato. Cibi naturali, crudi e con ingredienti limitati, e snack, sono stati tutti introdotti da questo tipo di rivenditori.

I prodotti per piccoli animali, pesci, rettili e uccelli continuano a essere venduti principalmente attraverso il canale specializzato. I produttori con prodotti innovativi che hanno una politica dei prezzi in grado di proteggere il proprio marchio dall'erosione del prezzo causata dalle vendite online prospereranno in questo mercato in rapido mutamento.

THE ONLINE THREAT

Pet specialty retailers are not ready to cede the future of retailing to online competitors without a fight

The online retail impact

To say that online retail channels are making an impact on pet product sales would be an understatement. According to a recent study by Packaged Facts, online sales contributed \$4.5 billion (€3.8 billion) to the \$48 billion (€41 billion) in pet products sales in the US in 2016. Amazon alone took in \$2 billion (€1.7 billion), a 40% increase from 2015. Other major online retailers include Chewy (purchased by PetSmart in 2017) and Walmart/Jet.

Independent pet specialty retailers, the principle customers of pet product wholesaler-distributors, continue to grow despite the increased online competition. 60% of brick-and-mortar pet retailers responding to a recent survey indicated that sales were up in the previous twelve months, with the average sales growth a respectable 5.3%. These companies see online retailers as their biggest competitive threat with convenience and pricing cited as virtual retailers' main advantages.

Different generations, different needs

It would be a mistake to view the American market as monolithic with a one-size-fits-all solution to capturing consumers' business. Urban, suburban and rural shoppers have different needs that are met by a variety of retail formats. Likewise, three generations of consumers – baby boomers, gen X'ers and millennials – seek different retail experiences that cater to their unique lifestyles. Pet specialty retailers are not ready to cede the future of retailing to online competitors without a fight.

Convenience and pricing

If convenience and pricing are the online retailers' ace-in-the-hole, brick-and-mortar stores have an array of tools available to them to counter the competitive threat. Neighbourhood pet stores that know customers – and their pets – by name, that have well-trained, knowledgeable employees who can answer customers' questions and offer solutions to their pet problems, and that offer loyalty programmes to encourage repeat purchases are positioned to counter online shopping's convenience factor. Independent retailers are increasingly offering home delivery in their markets and services such as in-store grooming, do-it-yourself dog washing and even boarding that online sellers cannot offer.

The ability to compete on price with online retailers has been one of the most difficult challenges facing independent retailers. But that is changing too. An increasing number of manufacturers are implementing 'minimum advertised pricing' policies that level the playing field for all retailers.

Manufacturers in the US may unilaterally determine the price at which that company's products may be advertised. The policy helps defend the company's brand from price erosion. Enforcement is up to the manufacturer and may include an array of remedies for violations, including revoking the right of offending retailers to purchase goods from the manufacturer or its distributors.

Power of independent retailers

Independent retailers and their distributor partners are still significant influencers of pet product purchase decisions in the pet specialty channel. Natural, raw and limited ingredient food and treats were all pioneered by these retailers.

Products for small animals, fish, reptiles and birds continue to be sold primarily through independent and pet specialty retailers. Manufacturers with innovative products that have pricing policies that protect their brands from price erosion by online sellers will do well in today's changing market.



Steve King
Presidente/President Pet Industry Distributors Association
(Associazione dei Distributori dell'Industria Pet)
steve@kinggmt.org



Una bella sorpresa?

...non avere mai brutte sorprese.

Le crocchette Made in Italy
con la **carne come 1° ingrediente**,
senza coloranti e conservanti artificiali.

monge[®]
Natural Superpremium

Il pet food che parla chiaro

SOLO NEI MIGLIORI PET SHOP E NEGOZI SPECIALIZZATI



MONGE
La famiglia italiana del pet food

NOOGM
N. P3387-DT1ED07

SOLUZIONE MIRATA

Alimenti dietetici senza glutine e senza cereali,
infusi con nuove generazioni di prebiotici e antagonisti primari dei radicali liberi

Quando cani e gatti sono affetti da disordini o malattie, spesso vengono sottoposti a un regime terapeutico, quindi possono risultare più vulnerabili allo stress ossidativo e all'alterazione della normale flora intestinale. La corretta funzionalità del tratto gastroenterico e la risposta allo stress ossidativo è fondamentale per una più rapida ripresa del benessere animale.

È importante seguire sempre i consigli e le indicazioni del veterinario con il quale definire la nutrizione migliore per il proprio animale. Un aiuto arriva da *Monge VetSolution*, la linea *Grain Free Veterinary Diets* di alimenti dietetici completi per cani e gatti che necessitano di una dieta che risponda a particolari fini nutrizionali.

Monge VetSolution combina tre concetti fondamentali per assicurare la massima efficienza di ogni alimento dietetico: è infusa con nuove generazioni di prebiotici (xilo-oligosaccaridi) e con antagonisti primari dei radicali liberi (superossido dismutasi) ed è senza glutine e senza cereali.



VetSolution
Monge
Grain Free Veterinary Diets



SOD (Superoxide dismutase)

I disordini di salute sono correlati a un aumento di radicali liberi. Questa sovrapproduzione di radicali liberi è associata a una degenerazione dei lipidi, delle proteine e del DNA cellulare, accelerando i processi degenerativi metabolici. Il SOD (superossido dismutasi), agendo come barriera antiossidante primaria, è efficace nel prevenire il danneggiamento delle cellule dei tessuti causato dai superossidi.

XOS prebiotici

Gli xilo-oligosaccaridi (XOS) sono carboidrati non digeribili che resistono alla digestione e raggiungono il colon, dove stimolano la crescita e l'attività della flora microbica intestinale benefica. Resistendo all'acidità gastrica e agli enzimi del tratto gastrointestinale, non vengono assorbiti ma fermentati dai microrganismi intestinali e inducono una crescita selettiva della flora intestinale. Gli XOS possono svolgere un'azione complementare sui meccanismi sistemici, contrastando l'infiammazione, lo stress ossidativo e regolando il transito intestinale.



Fit-aroma® (Advanced process technology)

La tecnologia di processo avanzata nei prodotti *Monge VetSolution* associa un fito-ingrediente con acidi grassi aromatici, apportando gusto e benessere in una sola volta. Il Fit-aroma® è progettato per fornire alte prestazioni biologiche a basso dosaggio, con un rilascio progressivo e continuo. Le composizioni sono studiate per un perfetto assorbimento nel tratto intestinale. La tecnologia unica di rivestimento lipidico aromatico intorno al fito-ingrediente bioattivo, assicura un rilascio modulato a livello intestinale favorendone l'azione e il beneficio.

La composizione del Fit-aroma® permette alle molecole bioattive (che normalmente non resistono al processo di fabbricazione del pet food), di venire utilizzate negli alimenti dietetici con ottima biodisponibilità.





Grain free

Tutte le ricette della linea Monge VetSolution sono prodotte senza cereali e senza glutine e garantite no *cruelty* test. Il concetto grain free contribuisce a limitare l'affaticamento digestivo, ottimizzando lo scopo specifico di ogni alimento dietetico. Le fonti classiche di amido sono sostituite da fonti alternative come tapioca, patata e piselli.

Tutte le ricette della linea Monge VetSolution sono prodotte senza cereali e senza glutine e garantite no *cruelty* test. Il concetto grain free contribuisce a limitare l'affaticamento digestivo, ottimizzando lo scopo specifico di ogni alimento dietetico. Le fonti classiche di amido sono sostituite da fonti alternative come tapioca, patata e piselli.

Monge VetSolution in esclusiva per lo specializzato

In linea con l'attenzione dedicata dall'azienda al canale specializzato, le diete Monge VetSolution, sono riservate in esclusiva ai migliori negozi specializzati, farmacie e parafarmacie.

Per il cane sono disponibili le seguenti referenze nelle confezioni da 2 kg e 12 kg (eccetto *Gastrointestinal Puppy*, proposto in confezioni da 1 kg e 5 kg):

- *Dermatosis* - disordini cutanei e allergie alimentari;
- *Gastrointestinal adult* - gastroenteriti acute e croniche e coliti;
- *Gastrointestinal puppy* - gastroenteriti acute e croniche e coliti in accrescimento;
- *Obesity* - controllo del peso in cani adulti sovrappeso e obesi;
- *Renal* - danni renali cronici;
- *Cardiac* - insufficienza cardiaca, ipertensione;
- *Hepatic* - danni epatici, epatite cronica, fibrosi epatica;
- *Diabetic* - diabete mellito, iperglicemia, sovrappeso, pancreatite.

Per il gatto sono disponibili le seguenti referenze, nelle confezioni da 400 g e 1,5 kg:

- *Dermatosis* - disordini cutanei;
- *Gastrointestinal* - gastroenteriti acute e croniche e coliti;
- *Obesity* - controllo del peso in gatti adulti sovrappeso e obesi;
- *Renal* - danni renali cronici, anoressia e malnutrizione;
- *Hepatic* - danni epatici, epatite cronica, fibrosi epatica;
- *Diabetic* - diabete e sovrappeso;
- *Urinary Struvite* - urolitiasi da struvite, cistiti feline idiopatiche;
- *Urinary Oxalate* - cristalli e urolitiasi di ossalato. (A.C.)

cats & dogs

A TARGETED SOLUTION

Gluten and grain free dietary foods, blended with new generation prebiotics and free radical antagonists

Dogs and cats suffering from disorders or sickness usually follow therapies and become more vulnerable to oxidative stress and alterations of the intestinal flora. Gastro-intestinal functionality and response to oxidative stress are crucial to achieve quick recovery.

It is imperative to follow your vet's advice in planning the best suited diet for your pet. *Monge VetSolution* provides a helping hand with its *Grain Free Veterinary Diets* for dogs and cats in need of a functional diet.

Monge VetSolution combines three concept crucial to an effective diet: it includes new generation prebiotics (xilo-oligosaccharides) with primary antagonists to free radicals (superoxide dismutase) and it's gluten and grain free.

SOD (Superoxide dismutase)

Health problems are linked to an increase in free radicals. Excessive production of free radicals is linked to degeneration of fats, proteins and cellular DNA, which accelerate degenerative metabolic processes. SOD (superoxide dismutase), acts as a primary anti-oxidant barrier, it's effective in preventing cellular damage caused by superoxides.

XOS prebiotics

Xilo-oligosaccharides (XOS) are non-digestible carbohydrates resistant to digestion and able to reach colon where they stimulate growth and activity of beneficial intestinal flora. By resisting to gastro-intestinal acids and enzymes, they are not absorbed but fermented by intestinal micro-organisms therefore prompting selective growth of intestinal flora. XOS may complement systemic mechanisms, contrasting inflammation, oxidative stress and regulating intestinal transit.

Fit-aroma® (Advanced process technology)

The advanced technology used in *Monge VetSolution* products combines a Phyto-ingredient with aromatic fatty acids, providing flavour and wellbeing. Fit-aroma® is designed to provide high bio-performance in small doses, with progressive and continuing release. Compositions were developed to achieve perfect intestinal absorption. The unique technology of coating bio-active Phyto-ingredients with aromatic fats ensures beneficial modular release in the intestine. Fit-aroma® composition allows use of bio-active molecules (usually not able to resist pet food manufacturing process) in dietary products ensuring optimum bio-availability.

Grain free

All *Monge VetSolution* recipes are grain and gluten free, and no *cruelty test* guaranteed. A grain free recipe helps limit digestive fatigue, optimizing the specific property of each dietary food. The most common sources of starch are replaced with alternative ones such as tapioca, potatoes and peas.

Monge VetSolution exclusive to the specialized channel

In line with the company attention to the specialized channel, *Monge VetSolution* recipes can only be found in the best specialized stores, pharmacies or para-shops.

Following are the varieties for dogs, available in 2 kg and 12 kg packs (with the exception of *Gastrointestinal Puppy*, available in 1 kg and 5 kg packs):

- *Dermatitis* - skin disorders and food allergies;
- *Gastrointestinal adult* - acute and chronic gastroenteritis and colitis;
- *Gastrointestinal puppy* - acute and chronic gastroenteritis and colitis during growth;
- *Obesity* - weight control in overweight or obese adult dogs;
- *Renal* - chronic renal damage;
- *Cardiac* - cardiac insufficiency, hypertension;
- *Hepatic* - hepatic damage, chronic hepatitis, hepatic fibrosis;
- *Diabetic* - diabetes mellitus, hyperglycaemia, excessive weight, pancreatitis.

Following are the varieties for cats, available in 400 g and 1,5 kg packs:

- *Dermatosis* - skin disorders;
- *Gastrointestinal* - acute and chronic gastroenteritis and colitis;
- *Obesity* - weight control in overweight or obese adult cats;
- *Renal* - chronic renal damage, anorexia and malnutrition;
- *Hepatic* - hepatic damage, chronic hepatitis, hepatic fibrosis;
- *Diabetic* - diabetes and excessive weight;
- *Urinary Struvite* - struvite urolithiasis, cat idiopathic cystitis;
- *Urinary Oxalate* - crystals and oxalate urolithiasis.

marketing & comunicazione

di Cristina Mandaglio

Cristina Mandaglio
Direttore Editoriale
Zampotta



IMPARIAMO DA WALT DISNEY

Sì, avete letto bene! Questo mese prenderemo spunto da Walt Disney per analizzare alcune strategie di marketing

Chi non lo conosce? Fumettista, imprenditore, regista e produttore cinematografico, ha creato i più grandi capolavori di animazione e un mondo dove questi si avverano, i Disney World.

Perché quindi imparare da Walt Disney? Perché ha saputo trasformare un giro in giostra in un'esperienza. Perché non ha mai smesso di credere che "se puoi sognarlo, puoi farlo". Perché diceva "Noi non abbiamo clienti, ma abbiamo ospiti".

Il brand Disney è strettamente connesso all'idea di un'esperienza magica e memorabile e i Disney World sono esempi di spettacolo e intrattenimento, con precise logiche commerciali e un chiaro orientamento al cliente. Ecco perché ci possono insegnare come migliorare la nostra *customer experience*.



Non solo vendere, ma offrire un'esperienza

E allora partiamo da una domanda. Per noi conta di più vendere un prodotto o proporre un'esperienza? Quando ogni giorno apriamo il negozio, l'obiettivo è quello di accalappiare un cliente per vendergli un prodotto o un servizio e poi dirgli addio? Oppure facciamo di tutto perché torni e ritorni ancora?

Il modo per ottenere questo risultato è puntare sulla qualità della *customer experience*. Lo abbiamo già detto e lo ripeteremo ancora: il consumatore non acquista solo il prodotto o il servizio, ma anche l'esperienza che ne può trarre.

La sua scelta non è solo razionale, ma indotta anche da fattori emotivi, vale a dire esperienze di acquisto e di consumo coinvolgenti e piacevoli.



Il desiderio di tornare

È quello che ha fatto Walt Disney quando ha realizzato Disneyland in California. Non è stato lui infatti a inventare le giostre: negli Stati Uniti c'erano da almeno cinquant'anni... a New York esisteva il luna park permanente.

Quello che lui ha creato è stato un "ambiente", una miscela sapiente che conteneva giostre, ma anche scenografie, spettacoli, animazione, cibo... Una giornata a Disneyland è qualcosa che non si può dimenticare, è un'esperienza che crea il desiderio di ritornare. Come lui affermava: "Non abbiamo clienti, ma abbiamo ospiti".

Chiediamoci. Capita mai di metterci nei panni di un cliente che entra in negozio? Ci poniamo nella sua ottica? Cosa vediamo?

Made 
in ITALY

*Buono e Gustoso
come lo faresti tu*
*Good and natural as
you would make it.*



**Alimento naturale
per un Amore Vero**

Natural meal for TRUE LOVE



www.misterpetsrl.com

Cosa vorremmo vedere? Il nostro pet shop offre un'esperienza di acquisto oppure è soltanto un posto come tanti, dove andare a comprare?

Stiamo interagendo con chi entra in negozio trattandolo come cliente o come ospite?

Tutto è migliorabile e merita attenzione

Walt Disney aveva un'attenzione maniacale per i dettagli e diceva: "Ogni volta che progetto un'attrazione, sto pensando a cosa ha di sbagliato e a come poterla migliorare".

E noi, ci domandiamo come poter migliorare eventuali dettagli che possano rendere più profonda l'esperienza di acquisto dei clienti? Ascoltiamo consigli, lamentele, suggerimenti? Cogliamo il loro livello di gradimento?

Non bisogna mai avere paura di porre a sé stessi domande critiche, anche quelle che non si vorrebbero mai sentire. Un successo duraturo affonda le radici nei particolari, anche in quelli più insignificanti. A volte anche un espositore scolorito o un carrello vecchio e inadeguato, uccidono l'esperienza. Per non parlare dell'ordine e della pulizia, che devono essere sempre perfetti.

È possibile vendere senza intrattenere?

A questo punto, ancora una domanda. Anzi, una serie di domande.

Che cosa fa rimanere a bocca aperta i nostri clienti? L'ambiente del nostro negozio? La gentilezza con cui serviamo? La nostra competenza e capacità di entrare in empatia con loro proponendo consigli e suggerimenti adatti alle loro esigenze specifiche? La completezza del nostro sito? I servizi che offriamo? La disponibilità a ricontattarli per segnalare che sono arrivati quei prodotti o quei servizi che cercavano? L'orario di apertura confacente con le esigenze di chi lavora? Un sorriso, una caramella offerta? E potremmo continuare.

Questo è *customer care*, questo è trasformare la necessità di comprare un prodotto in un'esperienza di acquisto.

Se facciamo tutto al meglio, facciamolo così bene che le persone vorranno tornare. Non accontentiamoci mai di realizzare meno di quanto i nostri clienti meritino.

Come ci ha insegnato Walt Disney, dobbiamo conquistarci l'attenzione delle persone. Prima le stupiamo, le facciamo godere dell'esperienza e poi cerchiamo di vendere loro qualcosa.

E a questo punto potremo anche imporre il prezzo che vogliamo. Perché la gente, ricordiamolo, è disposta a pagare di più quando ritiene che quell'esperienza d'acquisto sia unica.

Non abbiamo clienti, ma ospiti

Concretamente? Non sono necessari grandi investimenti, basta cambiare il punto di vista, ponendosi dalla parte dell'ospite e ripensando all'esperienza che egli vive nel negozio. Lo sforzo sarà certamente apprezzato e il cliente saprà discriminare.

Si può iniziare da un buon logo posto in più angoli del punto vendita perché il pet shop sia vissuto con un'identità propria. L'ambiente deve essere confortevole. Magari con il Wi-Fi gratuito, un'illuminazione ben fatta, un po' di musica, corner ben arredati. E qualche sorpresa per i clienti, come un angolo selfie in cui fotografarsi con l'amico quattrozampe, che induca a condividere le immagini sui social network, o un corner relax magari con un buon caffè, azioni di marketing per regalare campioncini e buoni sconto, giornali specializzati in animali a disposizione...

Impariamo dagli altri

Un prodotto o un servizio trasformato in esperienza ha grandi potenzialità, anche rispetto ai concorrenti. Sapete cosa diceva Disney? "Ho lottato contro una dura concorrenza per tutta la vita. Non saprei come andare avanti senza di essa". E analizzava tutto quello che facevano i suoi concorrenti per poter creare qualcosa di meglio.

Possiamo farlo anche noi? Certo! Andiamo a vedere cosa fanno gli altri pet shop, guardiamo in cosa si differenziano, quali sono i loro pregi da copiare e i difetti da evitare. (N.d.R.: anche per questo motivo abbiamo voluto realizzare sulla nostra rivista la rubrica "Il negozio del mese", perché dall'esempio di altri pet shop si possano prendere spunti e suggerimenti utili alla nostra attività).

E poi analizziamo altri settori di successo, per osservare le cose buone che fanno e riproporle nel nostro contesto, soprattutto se non sono mai state fatte. Ecco! Proviamo a sfidare il settore pet con iniziative che non sono mai state fatte. Osiamo.

Il negozio è fatto di persone

E i dipendenti? Si sentono parte di tutto questo? Sono adeguatamente selezionati, formati e... pagati? Hanno il nome sulla divisa e si presentano quando entrano i clienti? Sembra banale ma ai fini dell'esperienza è importantissimo che il cliente sappia chi ha di fronte, con chi sta parlando, a chi sta chiedendo un consiglio o un suggerimento. Riscopriamo quanto è essenziale che gli addetti del negozio salutino il cliente che entra.

"Se ti vedono, sei sul palco" diceva Walt ai suoi dipendenti. La cultura aziendale rappresenta sempre una responsabilità condivisa. Non ci sono ruoli, se qualcuno sta parlando con un cliente, che sia dipendente o titolare, in quel momento lui rappresenta il negozio per il quale lavora.

"Se lo puoi sognare, lo puoi fare"

Questa frase di Walt Disney mi è sempre piaciuta molto. Spesso siamo così focalizzati sulle difficoltà della gestione quotidiana, che non troviamo il tempo di sognare e progettare. Si rischia di trasformarsi in persone focalizzate solo sull'oggi, dimenticando che un imprenditore è colui che vive il presente, ma progetta già il domani.

on site

Guarda lontano,
punta alla qualità.



Disponibilità elevata
Nessun minimo d'ordine
Consegne in un giorno lavorativo
Assistenza sul punto vendita

www.onsite.pet



HURTTA | 4CATS | ALP2CANINE | CARLSON | CORALPINA | DOGBITE
FLAVORIT | HUGGLEHOUNDS | MA-FRA PET | MAJORDOG | PETOSAN | STARMARK

On Site S.r.l.u. | www.onsite.pet | info@onsite.pet | 0342 200070

CANI PROTETTI, CASA PULITA

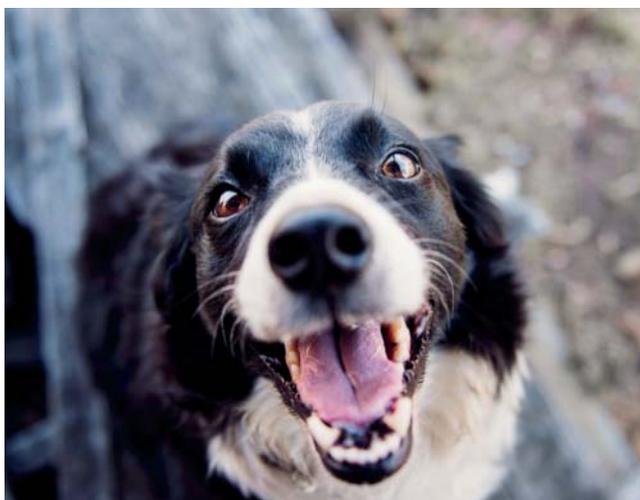
La recente collezione primavera 2018 presenta due nuovi capi, realizzati con materiali innovativi, perfetti per proteggere il cane nelle giornate di pioggia e vento

Finalmente arriva la bella stagione, le giornate si allungano, le temperature si fanno più miti e aumenta la voglia di passeggiare e fare attività all'aperto con il proprio cane. Si sa però che in primavera le condizioni meteo sono spesso instabili - a volte imprevedibili - e l'escursione termica è forte. Ciononostante nelle giornate di vento e pioggia il cliente del pet shop non dovrà più rinunciare a uscire con il proprio amico a quattro zampe: basterà proporgli il capo tecnico più adatto.

Per la primavera 2018 Hurta lancia due nuovi capi innovativi, ideali per resistere al vento e alla pioggia: la tuta *Downpour Suit* e la giacca *Rain Blocker*, entrambi realizzati in Hound-Tex®, il tessuto tecnico dalle altissime prestazioni, impermeabile e traspirante, brevettato dall'azienda finlandese.

A prova di acqua, odori e punture di insetti

Hurta si è basata sul suo modello di tuta più venduto (*Slush Combat*), aggiornandolo completamente nel tessuto e nel processo di nastratura. Il risultato è *Downpour Suit*, una tuta ancora più robusta e morbida, che mantiene però tutte le eccezionali doti di leggerezza e silenziosità che hanno da sempre contraddistinto il modello precedente, per garantire il massimo comfort al cane.



All'interno del colletto Hurta ha inserito un'ulteriore protezione in tessuto morbido e regolabile, che in caso di pioggia limita il passaggio dell'acqua, evitando così che il cane si bagni, che il suo manto assorba l'umidità e soprattutto che trattienga i cattivi odori anche dopo la passeggiata.

La versione mimetica si caratterizza inoltre per una grande novità, l'esclusivo trattamento *Clariant Sanitized*, una tecnologia svizzera brevettata già in uso per i capi militari e i prodotti outdoor più tecnici e performanti, che rende la tuta repellente a zecche, zanzare e altri tipi di insetti.



Cane asciutto = casa pulita e profumata

Il cliente potrebbe chiedere al negoziante perché scegliere un capo tecnico anche durante la stagione più mite. La risposta è semplice. Oltre a proteggere il manto e la cute dei cani e la salute delle articolazioni, utilizzare il giusto capo tecnico significa anche preservare la propria casa e la salute di chi ci abita.

Un cane che rientra dalla passeggiata sporco e bagnato necessita di lavaggi più frequenti che lo privano del sebo prodotto naturalmente per proteggersi, esponendolo quindi maggiormente agli agenti atmosferici.

Grazie ai capi tecnici Hurtta, al ritorno da ogni passeggiata, anche con le condizioni meteo più avverse, basterà semplicemente pulire le zampe e in poco tempo l'amico peloso sarà già pronto per... salire sul divano con noi, completamente asciutto e pulito e senza nessun cattivo odore!

Una gamma completa per ogni esigenza

On Site S.r.l.u. è il distributore italiano di riferimento nell'ambito del mercato degli accessori tecnici di alta qualità per gli animali da compagnia. Nel proprio portafoglio vanta oggi 12 brand, tra cui Hurtta, per una gamma completa di prodotti di eccellenza: guinzaglieria, giochi, detergenti, abbigliamento e prodotti per la cura e l'igiene, per rispondere a tutte le esigenze dei pet e dei loro proprietari. (F.C.)



Per le passeggiate nelle giornate piovose

L'innovativa *Rain Blocker* combina la grande semplicità d'uso di una giacca, alla massima protezione offerta da una tuta. Completamente chiusa sul petto, per proteggere il cane da acqua e sporco, è dotata di un secondo colletto che evita che la pioggia possa penetrare all'interno. La giacca si chiude sul dorso con una zip decentrata sul lato, per una vestibilità ancora più semplice. Anche questa volta, grazie alla ventennale esperienza nel campo dell'abbigliamento tecnico per cani, Hurtta adotta per i propri articoli soluzioni all'avanguardia, per garantire massima protezione e comfort. Entrambi i capi della nuova collezione primaverile sono disponibili in due colori e in diverse taglie, per adattarsi perfettamente all'amico quattrozampe. Inoltre, sono dotati di rifiniture in materiale riflettente, per rendere il cane visibile anche al buio o in condizioni di scarsa visibilità.

dogs

PROTECTED DOGS, CLEAN HOME

The recent spring 2018 collection includes two new pieces of clothing, made with innovative materials and ideal to protect your dog on a rainy day

The summer months are nearly here, and with them the wish to go out with your dog more often. But the weather can be unpredictable in spring time, and that includes temperature too. Nonetheless, despite rainy and windy weather, pet shop customers won't have to give up the pleasure of a stroll with their furry friend, they just need the most suitable technical garment.

Hurtta is launching two innovative pieces of clothing in its 2018 spring collection: the *Downpour Suit* and the *Rain Blocker* coat, both made in Hound-Tex®, a patented, waterproof and breathable high-performance technical fabric.

Water, odour and insect proof

Hurtta took inspiration from its best selling suit (*Slush Combat*), updating its fabric and taping. The result is *Downpour Suit*, a sturdier and softer suit with the same lightness and low noise of the previous model to ensure dogs' comfort. The collar has an extra padded and adjustable protection, to keep water out in case of rain, therefore keeping your dog dry, and avoiding bad smell after a walk in the rain. The camouflage version was treated with the exclusive *Clariant Sanitized*, a patented Swiss technology already used for military garments and technical high-performance outdoor products, which makes the suit repellent to ticks, flies and other insects.

For walks on a rainy day

The innovative *Rain Blocker* is as easy to use as a jacket, whilst protecting like a suit. Completely closed on the chest to protect your dog from water and dirt, it also features a double collar which prevents water from getting inside. A back side-zipper ensure easier fit, confirming Hurtta, with its over twenty year experience, at the forefront in technical clothing for dogs able to provide protection and comfort. Either garments are available in two colourways and numerous sizes, to ensure perfect fit. They also feature reflective finishing, to ensure dogs safety either in the evening or in low-visibility weather.

Dry dog = clean and scented home

Customers may wonder why they should choose a technical garment even in the warmer months. Easy: besides protecting skin and coat and preserving joint health, using technical garments helps preserve owners homes and their health. A wet and dirty dog after a walk needs frequent baths which interfere with its natural production of sebum, therefore leaving it more exposed to weather. With Hurtta technical garments, dogs will be clean and dry once home from their walk whatever the weather, and owners will only need to clean their dog's paws.

A complete range to meet any need

On Site S.r.l.u. is the italian distributor for high range technical garments for pets. Their catalogue can boast 12 brands, among which is Hurtta, and offers a comprehensive range of premium accessories: leashes, toys, detergents, clothing and care and hygiene products, all able to meet pets and owner needs.



DRN SRL
tel. 0373938345
www.drnpet.com,
customer-care@drnsl.it



SALUTE INTESTINALE, CHIAVE DEL BENESSERE

L'approccio alla salute gastrointestinale inizia dal microbiota per migliorare lo stato generale dell'animale

Il sistema gastroenterico del cane e del gatto (così come quello dell'uomo) contiene miliardi di cellule, definite microbiota intestinale, che regolano non solo la salute e l'efficienza dell'intestino ma anche quella dell'organismo in toto.

Il microbiota si sviluppa con l'organismo e svolge diverse attività, compresa quella metabolica - è capace di sintetizzare le vitamine, di favorire l'assimilazione dei nutrienti e contribuisce allo sviluppo e alla maturazione del sistema immunitario - ed è in perenne collegamento con gli altri organi e sistemi, incluso il cervello.

Questo spiega perché una non corretta funzionalità intestinale e le conseguenti patologie gastroenteriche nel cane e nel gatto, non si limitano a causare problemi evidenti solo a questo livello, ma determinano anche uno stato di malessere generale dell'animale che appare abbattuto, anoressico, con scarsa voglia di interagire con il proprietario, e spesso con pelo opaco e alito maleodorante.

Un campanello d'allarme

Il sintomo più evidente di un malessere gastrointestinale è la diarrea, che può essere causata da molteplici fattori:

- alimentazione inappropriata o cambi di alimentazione;
- parassitosi intestinali;
- trattamenti farmacologici;
- profilassi vaccinale;
- stress ambientali o da performance (gare, mostre canine, lavoro...);
- gastroenteriti alimentari e/o infettive.

Ecco perché in presenza di tale sintomo è sempre opportuno rivolgersi al proprio veterinario per una diagnosi accurata e per una terapia specifica. DRN, azienda italiana da sempre specializzata nella ricerca e nella formulazione di supporti non farmacologici alle patologie più comuni del cane e del gatto, conosce bene tutte le sfaccettature delle problematiche gastrointestinali per le quali non esiste un'unica soluzione, ed ha formulato un'ampia gamma di prodotti.



Approccio vincente a 360 gradi

Ciascun prodotto agisce sulla funzionalità dell'apparato gastrointestinale:

- **Dia-Tab®** - assorbente intestinale specifico per bloccare la diarrea acuta e improvvisa del cane in attesa di ulteriori accertamenti diagnostici.

- **Enterofilus®** - integratore liquido in fiale (quindi di facile somministrazione), specificamente formulato per cani e gatti. Contiene lattobacilli, specifici al fine di ripristinare la funzionalità del microbiota, ma anche enzimi che favoriscono la ripresa della digestione e di una migliore assimilazione dell'alimento quotidiano per aiutare l'incremento del peso corporeo, essenziali dopo una patologia gastroenterica.

Enterofilus® è un fermentato naturale di cereali, che grazie anche all'integrazione con fibre prebiotiche e alla sua facile somministrazione quotidiana, è in grado di nutrire il benessere, giorno dopo giorno.

- **Enteromicro®** - integratore in compresse e in pasta che combina, insieme all'azione dei lattobacilli, l'attività del colostro che rinforza un



cats & dogs

INTESTINAL HEALTH, KEY FOR WELL-BEING

The approach to the gastrointestinal health starts from microbiota, in order to preserve the pet's general health

Cats' and dogs' gastrointestinal system (just like in humans) contains billions of cells called gut microbiotas: they control the health and effectiveness of intestine as well as the overall health of the organism. Microbiota develops with the organism and has different functionalities, including metabolic function: it synthesizes vitamins, supports the absorption of nourishing substances as well as the development of the immune system. Moreover, it is constantly connected with other organs and systems, brain included.

This explains why an incorrect intestinal functionality and related gastrointestinal diseases in cats and dogs also cause overall illness in the pet: sadness, anorexia, lack of interaction, dull coat and foul breath.

Wake up call

The clearest symptom of gastrointestinal disease is diarrhoea, which can be caused by plenty of factors:

- inappropriate or changed nutrition;
- intestinal parasites;
- pharmacological treatment;
- vaccines;
- environmental or performance stress (competition, shows, work...);
- food and/or infectious gastroenteritis.

That is why, in case of diarrhoea, it is recommended to ask the veterinarian for the correct diagnosis and related treatment.

DRN, Italian company specialized in researching and developing non-pharmacological support for the most common diseases of cats and dogs, is aware that there is not a single solution for gastrointestinal ailments. The company developed a broad range of products.

Successful approach

Each product positively affects the functionality of gastrointestinal system.

- *Dia-Tab*[®] - specifically developed to stop severe and sudden diarrhoea in dogs waiting for further diagnosis.
- *Enterofilus*[®] - liquid supplement in vials (easy to feed), specifically developed for cats and dogs. It contains lactobacilli to restore microbiota functionality, enzymes to restore digestion and better food absorption, in order to support weight increase, which is essential after gastrointestinal ailments.
- *Enterofilus*[®] comes from cereals' natural fermentation: thanks to the combination with prebiotic fibres and to daily nutrition, it provides well-being day by day.
- *Enteromicro*[®] - pill or paste supplement combining lactobacilli with colostrums, which strengthens a scarcely active immune system by stimulating and modulating the immune reaction, in order to preserve a balanced intestinal ecosystem.
- *Enteromicro Complex*[®] - pill or paste supplement similar to *Enteromicro*[®] since it contains lactobacilli and colostrum. However, it also features two vegetable extracts (*Rubus Fruticosus* and *Foeniculum Vulgare*) with soothing properties and intestinal muscle relaxant effect. It is particularly suited to help treat gastrointestinal tract diseases.
- *Enterofilus WD*[®] - complete food that helps reduce intestinal-absorption acute ailments. It is the necessary tool to support specific treatments against gastrointestinal diseases.

Thanks to a complete nutritional profile, to extremely digestible ingredients (white meat and rice) and to the combination with probiotics and prebiotics (*Enterofilus*[®]), it is the specific food for delicate pets with extreme gastrointestinal sensitivity.

sistema immunitario poco attivo, stimolando e modulando le risposte immunitarie, per mantenere in equilibrio l'ecosistema intestinale.

• *Enteromicro*[®] *Complex* - integratore in compresse e in pasta, simile a *Enteromicro*[®] per l'azione di lattobacilli e colostro, ma dal quale si differenzia per 2 estratti vegetali (*Rubus Fruticosus* e *Foeniculum Vulgare*) che hanno notevoli proprietà lenitive e supportano un'azione miorellassante a livello intestinale, rendendo questo prodotto particolarmente indicato come adiuvante efficace nelle patologie spasmodiche del tratto gastroenterico.

• *Enterofilus*[®] *WD* - alimento completo formulato per ridurre il rischio dei disturbi acuti dell'assorbimento intestinale e quindi strumento indispensabile per affrontare, insieme ai trattamenti specifici, le patologie gastroenteriche.

La sua completezza nutrizionale, gli ingredienti dall'elevata digeribilità (carni bianche e riso) e l'integrazione con probiotici e prebiotici (*Enterofilus*[®]) lo rendono un alimento specifici

anche per soggetti delicati, con spiccata sensibilità dell'apparato gastroenterico. (G.M.)



advertising diretto

di Cosimo Errede



di Cosimo Errede
www.cosimoerrede.com
info@cosimoerrede.com



È un creativo pentito che ha deciso di distaccarsi dal mondo della pubblicità creativa fine a sé stessa, orientata a vincere premi per le agenzie, sperando però i soldi dei clienti, con l'obiettivo di riportare il mestiere di pubblicitario alle sue origini: creare pubblicità che vende. Per questo ha coniato la Regola Errede® e ha fondato la prima agenzia di advertising diretto in Europa a cui ha dato il proprio nome.

COSA C'ENTRA LA TUA PUBBLICITÀ CON IL POSTO IN CUI VIENE PUBBLICATA?

Immagina di scrollare la bacheca del tuo social preferito e, tra stati depressi, foto di vacanze, di fidanzatini amorosi e quant'altro, di vederti apparire ogni tanto qua e là una pubblicità.

Facciamo finta che sia anche una pubblicità "targetizzata" bene.

(Se tu hai a che fare con il mondo del pet, se vendi prodotti o servizi legati a questo settore, ora mettiti nei panni del tuo cliente, quindi di chi deve comprare quel prodotto o servizio).

Dunque vedi un'inserzione sulla tua bacheca social e sei anche mediamente interessato, ma...

Ma alla fine uno di quegli stati dei tuoi amici cattura la tua attenzione, o ti lasci distrarre da una notifica del social sul quale ti trovi, o semplicemente non ti fidi.

Già. Sul social network qualcos'altro ti distrae velocemente da ciò che stai leggendo.

Immagina ora che, invece di scrollare il social network, tu stia sfogliando la tua rivista preferita sul pet.

A un certo punto ti imbatti in una mezza pagina di pubblicità e...

"ehi, è proprio quello che stavo cercando! Fammi chiamare un po'..."

Ok, forse una cosa del genere ti sarà già successa, ma semplicemente non ci hai fatto caso.



Marshall McLuhan, autore di "Il medium è il messaggio"

A farci caso invece è stato Marshall McLuhan nel 1967 con un testo dal titolo "Il medium è il messaggio": alla base la tesi che il mezzo stesso su cui viene passato un determinato messaggio (sia esso anche pubblicitario), influenza il suo destinatario in un certo modo.

A livello di autorevolezza, efficacia e affidabilità.

A sostegno della tesi di McLuhan va anche uno studio (questo più recente e svolto nell'era del digitale) di due enti commerciali, condotto da esperti di neuroscienza per confrontare la risposta del cervello al vedere le stesse pubblicità ma in ambienti diversi.

Lo studio è stato condotto su un pubblico di 139 campioni tra i 18 e i 60 anni.

I risultati hanno mostrato che gli annunci visualizzati in un contesto "premium" sono più efficaci.

Per la precisione, sono visti per il 17% in più e con il 29% in più di livelli di coin-

volgimento rispetto agli annunci su siti come Facebook e YouTube.

Perché? Ripartiamo un frammento di articolo di *Campaign*, uno dei magazine più autorevoli sul business e l'advertising in tutto il mondo:

"La codifica della memoria del cervello sinistro, che elabora le parole e i dettagli, è del 42% più alta per i media premium che per i social media e la codifica della memoria del cervello destro, che elabora le risposte emotive, è del 9% più alta. I social media hanno dimostrato di aver catturato immediatamente l'attenzione delle persone, ma lo studio ha scoperto che era meno coinvolgente e meno probabile che venisse convertito in ricordi di marca a lungo termine. La ricerca ha anche rilevato che gli annunci incontrati mentre le persone navigavano liberamente avevano un impatto minore".

In sostanza, quali sono i motivi per cui la tua pubblicità ha "neurologicamente" più effetto nella mente del tuo cliente se pubblicata su un media "premium" che su uno strumento come un social network?



Segui le nuove puntate di **TRAINER Cani Eroi**.

Fino al 31 Marzo, **ogni sabato** alle 10:30 su **Rai 2**



Adesso ne vediamo alcuni, ma prima consentimi di dirti una cosa.

Con questo articolo non voglio sostenere che fare pubblicità sui social network sia inutile. Né voglio scoraggiarti a farlo.

Cerco semplicemente di mostrarti un lato della pubblicità che troppe volte si sente dire sia andata persa, la pubblicità tradizionale.

Per inciso: il come viene fatta, le modalità e il messaggio, sono incredibilmente efficaci anche sui social network SE alla base viene rispettata tutta una serie di criteri di cui però ho già parlato negli scorsi numeri: quelli della Pubblicità Scientifica.

Ma ora torniamo ai motivi per cui fare pubblicità su un determinato mezzo è più efficace che su un altro.

la soglia di accessibilità del lettore: se sto pagando per ricevere un contenuto, o se ricevo a casa una rivista autorevole del settore in cui lavoro, vuol dire che sono DAVVERO interessato almeno a gran parte dei messaggi che trovo all'interno. Anche se questo è un abbonamento gratuito, alla base c'è già un determinato livello di interesse. Se sto pagando, è perché mi fido e considero valido ciò che quel giornale (o magazine, o qualsiasi altro sito a pagamento) mi sta dicendo. Di conseguenza mi fido di più del messaggio pubblicitario, a livello emotivo.

la soglia di accessibilità dell'inserzionista: a fare pubblicità su Internet son bravi tutti! Questo è ciò che pensa la maggior parte della gente, intendendo dire di base che promuoversi su Internet è più facile perché costa meno e tutti possono accedervi. Ma una pubblicità su una rivista, o ancora meglio su un quotidiano, per non parlare poi della tv... tutti questi media hanno una soglia di accessibilità più alta rispetto ai new media, per costi soprattutto. Ancora oggi per la nostra mente, vedere una pubblicità in tv dà in qualche modo una sensazione di fiducia.

l'autorevolezza: se il media su cui la mia pubblicità è più autorevole degli altri (ti faccio l'esempio di *Zampotta*, che è la rivista leader per i negozianti di prodotti per animali in Italia), la tua pubblicità "assume" in un certo senso l'autorevolezza del mezzo su cui è pubblicata. È quello che sostanzialmente sostiene McLuhan.

l'attenzione del lettore: come abbiamo visto prima, il nostro cervello è più focalizzato e ha una soglia di attenzione più bassa quando scrolla la bacheca di un social come Facebook o YouTube, dove i messaggi e i contenuti si alternano in continuazione, rispetto a quando sfoglia un giornale, soprattutto un magazine a pagamento.

Secondo lo studio di neuroscienze, i social media hanno sì dimostrato di aver catturato immediatamente l'attenzione delle persone, ma lo studio ha scoperto che erano meno coinvolgenti e che era meno probabile che venisse convertito in ricordi di marca a lungo termine.

Come tutto quello che hai appena visto va a tuo vantaggio?

Ripeto: non hai appena scoperto quanto sia inutile fare pubblicità su Facebook.

Non hai appena scoperto di aver buttato un sacco di soldi in social media.

O aspetta... forse sì? Perché tutto sta in COME ti è stata fatta questa pubblicità.

Quanto ti è tornato in cassa? Non in termini di like, share, condivisioni e commenti, ma di conversioni. Prodotti o servizi acquistati. Se sai questo dato di preciso, e sai anche che è un dato di colore verde con la freccetta in su, allora sei a cavallo.

Se no è molto probabile ti abbiano preso in giro.

Altra cosa: torna un paio di paragrafi sopra. Sui social è "meno probabile che venga convertito in ricordi di marca a lungo termine". Cosa vuol dire?

Che con la pubblicità dei social è più difficile posizionarsi nella mente del tuo cliente come specialista in grado di risolvere un determinato problema. La "colpa" non è tanto dei social, in questo caso. La responsabilità è di chi si occupa della comunicazione della tua azienda, spesso più propenso a raccogliere like, share e condivisioni con scenette divertenti e virali, che a fare pubblicità che ribadisca il tuo posizionamento.

Se vuoi scoprire di più riguardo quest'ultimo argomento, ti consiglio vivamente di acquistare e leggere il mio libro "La grande truffa della pubblicità".



Vuoi saperne di più sul tema del metodo di lavoro scientifico per la comunicazione? Se in Italia non è mai esistito o se è solo andato perduto? Lo puoi scoprire approfondendo l'Advertising Diretto nel mio libro "La grande truffa della pubblicità. Dal diario di un Creativo pentito".



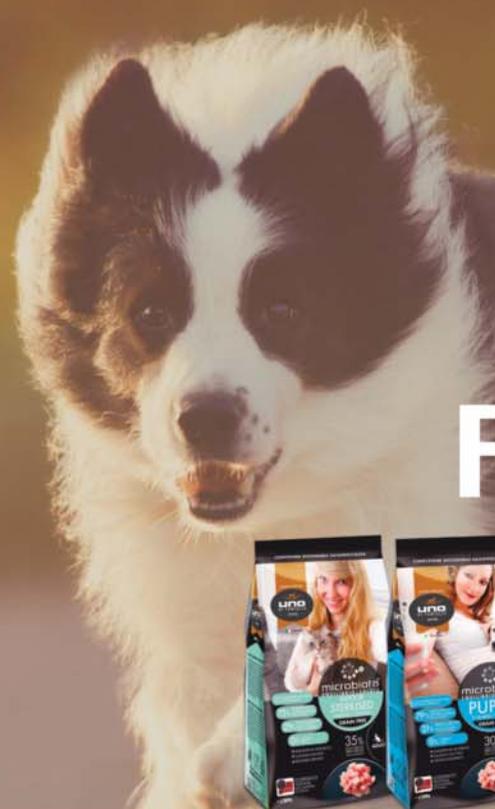
minimo **30%** DI CARNE FRESCA

fino al **79%** DI INGREDIENTI DI ORIGINE ANIMALE

CON INGREDIENTI NATURALI

PREBIOTICI E POSTBIOTICI

CORRETTO APPORTO PROTEICO



PER LA SUA SALUTE, ORA C'È UNO DI FAMIGLIA



IL NUOVO SUPERFOOD DEDICATO AL MICROBIOTA INTESTINALE DI CANI E GATTI

Con Uno di Famiglia Microbiota arriva sul mercato un nuovo **superfood** che **protegge e nutre il microbiota intestinale**. **Senza cereali**, è studiato appositamente per la salute di cani e gatti, **rispettandone le particolari esigenze nutrizionali**. Realizzato in collaborazione col **Prof. A. Gramenzi, docente di Nutrizione e Alimentazione Animale presso la facoltà di Medicina Veterinaria dell'Università di Teramo**, è consigliato da veterinari ed esperti.

SCOPRI LA GAMMA SU WWW.UNODIFAMIGLIA.COM

By **Cliffi**



CHEMI-VIT srl - Via Don Milani 5/c, Quattro Castella (RE) Italy
Tel: 0522/887959 - 3381352865 / info@chemivit.com www.unodifamiglia.com

SPUNTINI RAFFINATI PER PALATI DIFFICILI

Nuovi snack dal grande potenziale di mercato per coccolare e premiare i gatti più esigenti tra un pasto e l'altro

I nostri amici felini sono dei carnivori stretti cioè, a differenza dei cani, le loro fonti principali di nutrimento sono le proteine di origine animale. Inoltre hanno generalmente dei gusti difficili e amano variare spesso alimentazione. Per questo Vitakraft ha creato due nuovi snack che rispondono a queste esigenze e contemporaneamente soddisfano il loro palato.

Souprise, la zuppa snack

La prima novità è un'esclusiva nel panorama degli alimenti complementari, che soddisfa la passione dei gatti per le salse cremose. *Souprise* è una zuppa snack che abbina il successo dei famosi *Liquid Snack Vitakraft* al trend attuale delle zuppe. Appetitosa e originale, completa il fabbisogno quotidiano di



liquidi, mentre il 20% del prodotto si presenta in gustosi pezzetti ben visibili di carne o pesce: teneri filetti di pollo o salmone proveniente da allevamenti sostenibili certificati MSC. Le ricette sono senza zucchero e senza cereali, senza coloranti né conservanti, quindi ideali per animali che presentano sensibilità alimentari.

Il pack è realizzato nel pratico pouch appendibile, con al suo interno 4 bustine monoporzionamento da 20 g, nei graditissimi gusti pollo e salmone.

Mininos, cubetti e fettine di bontà

Sani e appetitosi, i nuovi *Mininos* sono snack di alta qualità dal gusto unico, grazie al contenuto di carne e pesce ultra elevato (minimo 88%). La ricetta senza zucchero, senza cereali e il basso contenuto di grassi li rende un fuoripasto facilmente digeribile e adatto a tutti i gatti, in qualsiasi momento della giornata. L'appetibilità è elevatissima con una percentuale dell'88%.

Vengono proposti in tre deliziose varianti: *Punky Bits* - snack in cubetti al pollo con formaggio; *Fancy Jerky* - snack al salmone in fettine (proveniente da pesca sostenibile, certificato MSC); *Jolly Jerky* - snack all'anatra in fettine.

I *Mininos* presentano un layout giovane e accattivante e la confezione in doypack li rende una vera calamita per gli acquisti d'impulso. (M.O.)



VITAKRAFT ITALIA SPA
tel. 075965601, fax 0759656020
www.vitakraft.it, info@vitakraft.it



cats

FINE TREATS FOR DEMANDING CATS

New treats with excellent market potential to cuddle and reward demanding cats in-between meals

Cats are strict carnivores: unlike dogs, animal proteins are their main nourishing source. Moreover, they are demanding and like to change their diet. That is why Vitakraft developed two treats meeting their needs.

Souprise, treat soup

The first treat is an exclusive product in the segment of complementary pet food: it meets cats' passion for creamy sauces. *Souprise* is the treat soup that combines successful *Liquid Snack Vitakraft* with current soup trend. The soup is palatable and original; moreover it meets the daily need of liquids, while 20% of the product comes in visible and tasty bites of meat or fish: soft chicken or salmon fillet from MSC-certified sustainable farms. Recipes are sugar- and cereal-free, without colouring or preserving agents: they are suited for pets with food sensitivity.

They are packed in handy hanging bags with 4 single-serve 20g pouches with chicken and salmon.

Mininos, delicious cubes and slivers

New *Mininos* are healthy and palatable: high-quality treats with unique flavour, thanks to elevated percentages of meat and fish (minimum 88%). The sugar- and cereal-free recipe, which also features low fat percentage, makes it the digestible treat suited for all cats any time during the day. The product features elevated palatability (88%)

Mininos come in three delicious versions: *Punky Bits* treats with chicken and cheese cubes; *Fancy Jerky* treats with salmon slivers (MSC-certified salmon from sustainable fish) and *Jolly Jerky* treats with duck slivers.

The layout of *Mininos* is young and captivating; doypack makes it a real attraction for impulse buying.



Vitakraft®

Poésie®

L'alimento umido per gatti che punta dritto al cuore

La linea di successo Poésie si amplia con **Déli Sauce**. 8 nuove ricette in salsa delicata, di cui 2 **Junior**, nella nuova confezione Pouch bag!



Linea Poésie: eccellente appetibilità e qualità al top!

- ♥ Alimento completo formulato in base alle esigenze nutrizionali dei gatti
- ♥ Tante ricette per variare spesso l'alimentazione
- ♥ Nelle varianti Sauce, Gelée, Mousse Terrine e Deli Sauce in salsa delicata
- ♥ Senza esaltatori di sapidità e coloranti
- ♥ Senza zucchero e cereali
- ♥ In porzioni monodose da 85 g

20 sfiziose ricette, anche in versione «junior» per gattini

VASCHE



SCATOLETTE



POUCH



MULTIPACK



www.vitakraft.it

il negozio del mese

Dog&Cat Megastore

Dog&Cat
MEGASTORE

tel. 0828350031

www.dogecatmegastore.it

info@dogecatmegastore.it



SEMPRE VICINI AL CLIENTE

Selezione di prodotti, giornate promozionali, iniziative di solidarietà, dove il proprietario e il suo animale sono al centro dell'attenzione

Il traguardo è di quelli importanti per un pet shop: 30 anni di attività. E non poteva essere celebrato se non con una grande festa (c'erano anche il Commissario Rex e altre stelle a quattro zampe) il compleanno di Dog&Cat Megastore, negozio fondato da Raffaella Marino e diventato un punto di riferimento in provincia di Salerno nella vendita di prodotti e accessori per gli animali da compagnia. Su una superficie di oltre 600 mq, a pochi minuti dall'uscita dell'autostrada, accoglie una clientela proveniente da tutta la regione e anche da Basilicata, Puglia e Calabria.

La festa per il trentennale è stata volutamente condivisa con i clienti,



in quanto ritenuti partner di questo traguardo raggiunto grazie alla fiducia delle persone che apprezzano la passione, la competenza e l'impegno che tutto lo staff mette in questa attività.

Aperti ogni giorno

Da Dog&Cat Megastore il cliente e il suo pet hanno un posto di riguardo. A partire dagli orari di apertura. La serranda si alza

il mattino presto, alle 8.30 e si chiude la sera alle 20.30; il sabato addirittura alle 21, con apertura anche alla domenica. E per tutto il mese di agosto, chiusura alle ore 21. Una scelta che premia. Non a caso, il numero maggiore di clienti viene registrato proprio durante il fine settimana. Chi ha un animale, in particolare un cane, vuole dedicargli il giusto tempo. E se dal lunedì al venerdì è oberato di impegni, preferisce recarsi nel megastore nel weekend, per scegliere i prodotti per il proprio pet o accompagnarlo a fare le toelettatura.

Non specializzati ma selezionatori

L'attività di Dog&Cat Megastore è finalizzata a offrire un servizio professionale e di qualità, con una vasta gamma di prodotti e accessori (oltre 11.000 referenze), selezionati dalla titolare Raffaella Marino coadiuvata da Armando D'Ambrosio, sulla base dei

CAT&RINA WeVegetal

LA LETTIERA CHE RISPETTA L'AMBIENTE



**PURO
MAIS**
Realizzata utilizzando solo il chicco

 **LETTIERA ECOLOGICA
100% VEGETALE**

 **SUPER-AGGLOMERANTE
"FA LA PALLA"**

 **ASSORBE E NEUTRALIZZA
GLI ODORI**

 **FACILE DA SMALTIRE
NEL WC**

 **CON OLIO DI NEEM,
ANTIBATTERICO NATURALE**



www.recordit.com




MADE IN
ITALY

La scelta di investire sul personale

Uno dei fiori all'occhiello di Dog&Cat Megastore è lo staff formato da personale altamente qualificato e specializzato. Sia in sala toelettatura che nello spazio dedicato alla vendita, il cliente viene seguito da 12 collaboratori che garantiscono la migliore assistenza possibile che mette il benessere dell'animale sempre al primo posto. Il proprietario sente così di poter instaurare con il personale un rapporto di fiducia che aumenta la fidelizzazione al punto vendita.

sto si aggiunge il servizio clienti che, grazie a un ufficio marketing dedicato, risponde tempestivamente alle richieste sia nel megastore che sui social network.

Amici pet toelettati e coccolati

Per offrire la migliore assistenza possibile il personale è qualificato e specializzato, sia nel punto vendita che nel reparto toelettatura. E il cliente apprezza molto questa tipologia di servizio, soprattutto nell'ambito della toelettatura, fiore all'occhiello dell'attività che si fonda sull'esperienza di Raffaella Marino, la quale sin dai suoi inizi ha deciso di puntare su questo settore ritenuto capace di elevata fidelizzazione. Tra il toelettatore e il cliente s'instaura infatti un rapporto di fiducia in cui rispetto e tutela della salute dell'animale sono al primo posto, condizione necessaria per garantire sempre una condizione di benessere e soddisfazione. L'ampia sala è attrezzata con macchinari all'avanguardia e i toelettatori si occupano del lavaggio, del taglio del pelo e dello stripping, mettendo in risalto la forma e l'eleganza dei quattrozampe.



dai primi anni l'impegno animalista è sempre stato forte e ha portato a sostenere realtà del terzo settore e organizzazioni di volontariato. Un esempio è il calendario 2018 in cui sono state immortalate le storie di abbandono e rinascita di 12 cani, salvati dall'Associazione UNA "Carmine Longo" di Pontecagnano Faiano (SA). Poi la campagna "Dico no ai botti" e il contest fotografico "Selfie Dog & Cat". Inoltre, sia nel megastore che sui social network, vengono incentivate le adozioni presso i centri specializzati.

Alla festa con il Commissario Rex

Marketing e comunicazione sono centrali in una strategia aziendale che punta molto sui social network - la pagina Facebook conta circa 9.000 fan - e sullo sviluppo di un piano di eventi. Nel 2017 ad esempio, per festeggiare i trent'anni di attività, in collaborazione con i grandi brand del settore pet sono stati organizzati 4 eventi rivolti a tutti i clienti, fra cui la grande festa che ha visto la partecipazione del Commissario Rex e di altri cani star, con grande apprezzamento dei partecipanti.

Passione e competenza

Il motore di tutto questo è sicuramente una grande passione, che da sola però non basta. Da Dog&Cat Megastore sono tutti convinti di quanto siano fondamentali le capacità professionali e una continua attività di aggiornamento, a cui vanno aggiunte competenze specifiche, come nel caso della toelettatura, indispensabili per garantire al cliente un servizio di qualità a 360 gradi. Ma è la passione a essere determinante poiché spinge, quotidianamente, a ricercare prodotti innovativi da proporre alla clientela, per continuare a essere una realtà all'avanguardia.

nuovi trend e delle richieste dei clienti. L'idea portata avanti nel tempo per differenziare il punto vendita è stata quella di proporsi come un brand originale: non tanto un negozio specializzato, ma piuttosto un "selezionatore" delle eccellenze del mondo pet. Ed è forse per questo motivo che Dog&Cat Megastore è percepito come marchio giovane e attento alle nuove mode, vicino alla clientela. A que-

La solidarietà è nel DNA

Scorrendo il calendario degli eventi che si trovano sul sito e sulle pagine social del pet shop, si scopre che Dog&Cat Megastore è teatro di moltissime iniziative. Ci sono le giornate dedicate ai brand, le campagne promozionali e scontistiche. Ma soprattutto tantissime collaborazioni e iniziative pet-social. Fin



prolife®

The Newtrition



da oggi anche i **mini** si nutrono alla **grande!**

nuova linea **prolife mini**, alimenti di alta qualità per soddisfare le esigenze specifiche dei cani di piccola taglia

www.prolife-pet.it



zoodiario PET & GREEN

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

seguiaci su





PICCOLI E SENSIBILI? ECCO COME NUTRIRLI

Un programma per soggetti sensibili di piccola taglia, frequentemente esposti al rischio di reazioni avverse

La comparsa di sensibilità può compromettere il benessere del cane. La prognosi, tuttavia, è generalmente buona se viene adottata una dieta corretta che escluda l'allergene incriminato, a patto che sia in grado di fornire tutti i nutrienti necessari al mantenimento di una condizione fisiologica. La nuova linea *Prolife Mini* include alimenti specifici dedicati ai soggetti sensibili di piccola taglia che possono essere frequentemente esposti al rischio di reazioni avverse. La carne fresca apporta proteine senza appesantire e dona appetibilità: l'inclusione di un'unica fonte proteica aiuta a scongiurare il rischio di sensibilità, mentre l'integrazione mirata favorisce il mantenimento di una condizione di benessere. Tutti gli alimenti sono prodotti in Italia e formulati da un'équipe di Medici Veterinari Nutrizionisti dopo un'accurata fase di studio e rispettando le linee guida indicate da FEDIAF (European Pet Food Industry Federation), massimo organo europeo in materia di nutrizione animale. L'esclusione di conservanti, coloranti e aromatizzanti aggiunti rende le formule naturali e ideali per il benessere dell'animale.



Alimenti leggeri e digeribili per i cuccioli

L'insorgere di sensibilità durante la delicata fase dello svezzamento può compromettere lo sviluppo e la crescita, per questo è necessario adottare un programma alimentare specifico. Per il cucciolo sensibile di piccola taglia è stato formulato *Prolife Puppy Sensitive Mini Lamb & Rice*, ricco in agnello fresco, leggero e digeribile. L'equilibrato rapporto calcio/fosforo supporta il corretto sviluppo scheletrico e della dentizione mentre omega 3 e 6, zinco e biotina favoriscono la formazione e il sano sviluppo di pelle e manto. In versione umida viene proposto *Prolife Puppy Sensitive Mini Lamb & Rice*, alimento con un'elevata percentuale di agnello fresco (75%), altamente tollerato dal cucciolo.

Per il cucciolo sensibile a cereali e glutine è indicato *Prolife Grain Free Puppy Sensitive Mini Chicken & Potato*: il pollo fresco in elevata quantità (31%), leggero e digeribile, apporta proteine altamente biodisponibili, mentre patate e tapioca sono fonti selezionate di carboidrati prive di glutine. NuPro® aiuta a rafforzare le difese immunitarie dell'intestino e la sua struttura.



Unica fonte proteica per gli adulti

Prolife Grain Free Sensitive Mini Beef & Potato è ideale per il mantenimento del cane adulto sensibile, grazie al manzo fresco, leggero e appetibile, che fornisce proteine a elevato valore biologico, e a patate e tapioca, che sono fonti selezionate di carboidrati prive di glutine. I prebiotici F.O.S. (fruttoligosaccaridi) favoriscono la proliferazione della microflora batterica dell'intestino e il prezioso apporto di omega 3 e 6, zinco e biotina aiuta la formazione e lo sviluppo di pelle e manto.

Sempre ideale per cani adulti sensibili, ricco in maiale fresco, fonte di proteine non familiari altamente biodisponibili, *Prolife Grain Free Sensitive Mini Pork & Potato* è un alimento privo di cereali e glutine. Grazie all'inclusione di patate e tapioca apporta carboidrati, mentre Bio-Mos® contribuisce a sviluppare le difese immunitarie.

Prolife Grain Free Sensitive Mini Fish & Potato include un'elevata percentuale di pesce fresco (36%), proteina leggera e digeribile, ideale per soggetti sensibili. Le patate, prive di glutine, sono una fonte nobile di carboidrati mentre la yucca schidigera aiuta a controllare l'odore di feci, flatulenze e urine. Sel-Plex® è una fonte superiore di selenio organico, che aumenta la resistenza alle infezioni virali.

Per chi preferisce l'umido

In versione umido sono disponibili: *Prolife Sensitive Mini Renna & Patate*, ricco in pregiata carne fresca di renna (75%), appetibile e magra (meno del 3% di grassi), con yucca schidigera che aiuta a controllare l'odore di feci e urine; *Prolife Sensitive Mini Pork & Potato*, leggero e digeribile grazie al maiale fresco (75%), con Bio-Mos® che incentiva la funzionalità intestinale; *Prolife Sensitive Mini Rabbit & Potato*, con tanta carne fresca di coniglio (75%) e patata, unica fonte di carboidrati, altamente tollerata dall'organismo. (A.C.)



dogs

**SMALL AND SENSITIVE?
HERE'S WHAT TO FEED THEM WITH**

A program for small breed sensitive dogs, who are often prone to adverse reactions

Sensitivities are bound to compromise dogs wellbeing. Luckily, the solution is quite simple, as eliminating the allergen from the dog's diet is all it takes, as long as it still provides all the nutrients necessary to maintaining good health. The *Prolife Mini* range includes specific foods for small breed sensitive dogs, often prone to adverse reaction. Fresh meat provides digestible proteins and is very palatable: including a single source of protein helps avoiding the risk of sensitivities, whilst targeted supplements support wellbeing.

All recipes are made in Italy and developed by a team of vet nutritionists after a careful study, all in compliance with FEDIAF (European Pet Food Industry Federation) guide lines. There are no preservatives, colourings or flavouring to ensure recipes are indeed natural and support pets' wellbeing.

Light and digestible recipes for puppies

Sensitivities during weaning may compromise growth, that's why following a specific diet is so important.

Prolife Puppy Sensitive Mini Lamb & Rice, for sensitive puppies is loaded with fresh and digestible lamb and provides a balanced intake of calcium and phosphorus to support skeletal development and dentition, whilst omega 3 and 6, zinc and biotin support healthy skin and coat.

Its wet counterpart is *Prolife Puppy Sensitive Mini Lamb & Rice*, loaded with fresh lamb (75%).

Prolife Grain Free Puppy Sensitive Mini Chicken & Potato for puppies sensitive to grain and gluten, contains fresh chicken (31%) which provides high grade protein, whilst potatoes and tapioca provide naturally gluten free carbohydrates. NuPro® supports intestinal immune defences.

Single protein for adult dogs

Prolife Grain Free Sensitive Mini Beef & Potato provides beef high grade proteins, whilst potatoes and tapioca provide naturally gluten free carbohydrates. F.O.S. prebiotics (fructo-oligosaccharides) support intestinal flora, whilst omega 3 and 6, zinc and biotin support healthy skin and coat.

Prolife Grain Free Sensitive Mini Pork & Potato is free from grain and gluten. Potatoes and tapioca provide carbohydrates, whilst Bio-Mos® promotes immune development.

Prolife Grain Free Sensitive Mini Fish & Potato provides a high ratio of fresh fish (36%), with its light and digestible proteins suitable for sensitive tummies. Potatoes are gluten free and provide high grade carbohydrates, whilst yucca schidigera helps control stool odour, flatulence and urine. Sel-Plex® provides organic selenium which increases resistance to viral infections.

Do you prefer wet recipes?

Following are the wet recipes available in the line: *Prolife Sensitive Mini Reindeer & Potatoes*, with premium and fresh reindeer meat (75%), lean and palatable (less than 3% fats), with yucca schidigera to control stool and urine odour; *Prolife Sensitive Mini Pork & Potato*, light and digestible thanks to fresh pork (75%), with Bio-Mos® to promote intestinal function; *Prolife Sensitive Mini Rabbit & Potato*, brimming with fresh rabbit meat (75%) and potatoes as the only source of carbohydrates.

norme sotto la lente

di Manlio Riccardo Dozzo



Manlio Riccardo Dozzo
avvocato civilista e fiscalista
avv.dozzo@tiscali.it

Laureato in giurisprudenza presso l'Università degli studi di Milano con una tesi in diritto industriale. Libero professionista, iscritto all'Ordine degli Avvocati di Milano dall'aprile 1983, patrocinante in Cassazione, con studio in Milano. Membro della Commissione Affari Tributari dell'Ordine degli Avvocati di Milano.

È stato presidente del Lions Club Milano Madonnina e del Lions Club Milano ai Navigli.

Ha al suo attivo numerosi interventi a convegni e alcune pubblicazioni in materia di "Diritto Pubblico dell'Unione Europea" sulla Rivista del Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Milano.

Da 14 anni docente presso la UTE Duomo di "Diritto Pubblico dell'Unione Europea".

Avvocato difensore in numerosi processi di rilevanza nazionale.

BOZO VAGABONDO E IL SUO GRAND HOTEL

Bozo Vagabondo è stato chiamato così perché i soci della Cooperativa Zampa Tenera (nome di fantasia) lo hanno trovato ad aggirarsi, in compagnia di altri cani sfortunati quanto lui, nei pressi di una discarica in cerca di cibo. Questa cooperativa annovera, tra le sue mansioni, anche la tutela e l'accoglienza dei cani randagi e di conseguenza è stata classificata tra quelle di interesse e tutela socio-ambientale. Ma il percorso per ottenere questo riconoscimento non è stato così semplice e ha richiesto l'intervento del Tribunale Amministrativo Regionale dell'Emilia-Romagna. Zampa Tenera s.r.l. è una ONLUS che si occupa anche della gestione di strutture per il ricovero di cani randagi e si adopera affinché queste bestiole vengano affidate a persone o famiglie che si possano prender cura di loro. In linea di principio questi compiti vengono solitamente affidati alle ASL e ai Comuni, dietro corresponsione di rimborsi per il mantenimento e la cura dei cani randagi. È noto che gli enti pubblici sono spesso alla ricerca di finanziamenti statali e quelli di pubblica utilità quali, ad esempio, quelli relativi a contrastare la piaga del randagismo, vengono concessi con una certa generosità.



È facilmente intuibile che il Comune ove ha sede Zampa Tenera si sia opposto all'affidamento di questa funzione di utilità sociale e, per ottenere la tutela di quelli che riteneva fossero i suoi interessi legittimi si sia rivolto al Tribunale Amministrativo Regionale territorialmente competente, basando la sua doglianza sul fatto che la cooperativa svolgesse anche l'attività di cattura dei randagi, abitualmente esclusiva dei reparti di Polizia Locale.

La vertenza giudiziaria si è dimostrata particolarmente combattuta ma, alla fine, il collegio giudicante ha stabilito che: "Le associazioni di volontariato possono partecipare alle gare per l'affidamento di pubblici servizi nei casi in cui l'attività oggetto della gara sia funzionale allo scopo associativo dell'ente e compatibile con la disciplina statutaria di esso (nella fattispecie, il Collegio giudicava l'attività di cattura, custodia e mantenimento dei cani randagi pienamente compatibile con l'attività statutaria del soggetto di diritto controinteressato, giacché l'attività di cattura, anche se non espressamente indicata nelle disposizioni statutarie, era comunque considerata dal Giudicante come strumentale alla gestione dei canili e implicita nella lotta al randagismo che erano, invece, testualmente menzionate. (T.A.R. Emilia Romagna Bologna, sez. II, 23 gennaio 2017, n. 39)".

La sentenza del Tribunale Amministrativo Regionale è, a mio avviso, costituzionalmente ineccepibile in quanto attua il principio delle competenze concorrenti di cui all'art. 117 della nostra Carta Costituzionale, così come sostituito dall'art. 3 della Legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3.



Your pet in mind

The partner for pet business

Fai felice il tuo amico a quattro zampe con i nuovi giochi e accessori **Karlie**



Distribuito in esclusiva da:



Via dell'Artigianato, 5 - 12030 Faule (CN) Italia
T. +39 011 975687 - F. +39 011 975941
info@alpiservice.com - www.alpiservice.com

PER CHI CERCA QUALCOSA DI SPECIALE

Un ampio catalogo con guinzaglieria in pelle,
ma anche abbigliamento, giochi e prodotti per il relax

In Italia e nel mondo il nome Karlie è sinonimo di un'azienda regina dell'accessorio per il cane e per il gatto. Forte di un ampio e completo catalogo, di un'esperienza di oltre quarant'anni e di politiche commerciali interessanti, Karlie ha sempre soddisfatto le esigenze dei negozianti con la qualità e l'originalità dei suoi articoli che rendono il marchio il partner ideale per chi ama prodotti speciali.



Vera pelle, fiore all'occhiello della guinzaglieria

Una parte significativa del catalogo è dedicata a una vasta gamma di collari e guinzagli in pelle per cani di ogni taglia ed età. Tutti i prodotti sono realizzati in Germania con materiali di primissima scelta: vera pelle di vitello, di yak, di camoscio e nappa (pelle di mucca). La selezione dei pellami viene effettuata manualmente da esperti del settore. La qualità quindi, e un design sempre



all'avanguardia, fanno dell'assortimento *Leather* il fiore all'occhiello del catalogo. Ampio spazio viene dedicato anche alla guinzaglieria in nylon che propone una vasta gamma di colori e modelli.

Dall'agility al relax

Karlie è sinonimo anche di cappottini e impermeabili, attrezzature e ostacoli per l'agility, spazzole e profumi per l'igiene e la bellezza, ciotole in plastica o in acciaio. Ampia è anche la scelta di giochi per cane e gatto: dalle classiche palline colorate di ogni misura ai simpaticissimi e originali giochi in lattice, dalle pisci-nette estive ai tiragraffi di tutte le dimensioni, per finire con i sempre pratici giochi di attivazione mentale.



La sezione del catalogo dedicata al relax presenta una vasta gamma di coperte, cuscini e cuccie sia per l'interno che per l'esterno. Spicca la linea realizzata con tessuti tecnici come quello impermeabile o il teflon, ma non va dimenticata quella classica, ideale per una siesta pomeridiana accanto al divano. Il catalogo comprende poi le sezioni dedicate al mondo dell'ornitologia e dei roditori che propongono gabbiette, accessori, mangiatoie e alimenti. E infine l'acquariologia, con una vasta serie di vasche delle più svariate dimensioni, decorazioni coloratissime e qualsiasi tipo di prodotto per la cura dell'acquario, come filtri e spazzole. Karlie è distribuito in Italia in esclusiva da Alpi Service srl di cui è possibile consultare il sito www.alpIService.com. (L.D.)

cats & dogs

FOR CUSTOMERS WISHING FOR SOMETHING SPECIAL

A broad catalogue including leather leashes, clothing, toys and free time products

Karlle is renowned in Italy and worldwide as the queen of accessories for dogs and cats. With its broad and complete catalogue, its over forty year experience and its competitive marketing policies, Karlle has always been able to meet retailers needs thanks to the quality and originality of its catalogue.

Real leather leashes, the crowning jewel

The catalogue includes a broad range of leather collars and leashes for dogs of any size and age, all made in Germany using premium materials: real calf and yak leather, suede and nappa. All leather is carefully selected by experts. Quality and design ensure the *Leather* range is always a success.

There is also a wide choice of nylon leashes in an array of colours and models.

From agility to relax

In its catalogue, Karlle offers also coats and raincoats, agility accessories and hurdles, brushes and scents, plastic or metal bowls. There is also a wide choice of toys for dogs and cats: from traditional coloured balls to latex toys, paddling pools and scratchers, as well as mental activity toys.

The free time section of the catalogue includes a wide choice of blankets, pillows and dog beds, both for indoors and outdoors. The line made of technical fabrics such as the waterproof one, or teflon, stands out, although the more traditional one is worthy of all attention.

There are also wide sections dedicated to products for ornithology and rodents which include cages, accessories, mangers and foods. Aquarium products are present too, with an array of tanks, colourful decorations and all kind of products for the care of aquarium, such as filters and brushes.

Alpi Service srl is exclusive distributor for Karlle in Italy, their website is: www.alpIService.com.

PROFUMO DI PULITO

Camon presenta le novità per la pulizia e la bellezza di cani e gatti

Da sempre impegnata a rispondere alle esigenze dei titolari di pet shop e dei propri clienti, Camon amplia la sua linea di prodotti dedicati sia all'igiene di cani e gatti che al decoro degli ambienti.



Una casa impeccabile

Grazie all'innovativa formulazione, il nuovo *Disodorante per Lettiere* evita la formazione degli odori sgradevoli che si possono generare nella lettiera del gatto. Per una casa accogliente e profumata sarà sufficiente spargere la polvere uniformemente sulla lettiera della cassetta igienica, ottenendo l'effetto desiderato. Il contenuto di una confezione (300 g) permette di trattare circa 45-50 kg di lettiera.

È invece pensato per gli ambienti esterni il *Disabitante Granulare*, che agisce correggendo le cattive abitudini di cani e gatti.

Basterà cospargere il prodotto sul terreno per allontanare i nostri amici quattrozampe in modo del tutto sicuro e inoffensivo: la sua composizione, infatti, lo rende innocuo sia per le persone che per gli animali, oltre che ovviamente per l'ambiente.

Efficace e veloce

Nuovi e interessanti arrivi anche per la gamma di *Salviette Detergenti* presenti all'interno dell'offerta Camon. Da sempre apprezzate per la loro praticità, le *Salviette* Camon garantiscono al pet shop un prodotto di alta qualità, che non deluderà le aspettative del cliente.

Ora alle convenienti confezioni da 100 pezzi al *Talco*, *Muschio&Aloe*, *Latte&Miele* e *Ambra*, si aggiunge la nuova fragranza al *Bergamotto*.

Novità anche nella linea di *Salviette* da 40 pezzi, che presenta la nuova fragranza *Brezza Floreale*, una delicata essenza che si aggiunge alle fragranze già

disponibili *Ylang-Ylang*, *Excel*, *Muschio Bianco*, *Mirra&Cloroxidina*, *Talco* e *Tea Tree Oil*.

E da oggi anche i cani di grossa taglia potranno contare su salviette detergenti... su misura! Ecco un'altra grande novità esclusiva Camon: le *Salviette Maxi al Talco*, nella misura 30x40 cm, pensate in modo specifico per i cani di grandi dimensioni.



cats & dogs

CLEAN SCENT

Camon presents the new products to preserve cats and dogs beautiful and clean

Camon is always attentive to the needs of specialized retailers and final customers. The company broadens the range of products dedicated to the hygiene of cats and dogs as well as to the hygiene of the environment they live in.

A flawless house

Thanks to the innovative formula, the new *Disodorante per Lettiere* (Litter odour remover) avoids the formation of foul odours in cat litter. It is enough to spread the powder evenly on the litter to ensure a scented house. A single bag (300g) is enough for 45-50kg litter.

Disabitante Granulare (granular repellent) is dedicated to outdoor environment: it corrects cats and dogs' bad habits. Just spread the product on the ground to repel pets safely and without harm. The formula is completely harmless for both people and pets, besides the environment.

Quick and effective

New products for the Camon *Salviette Detergenti* (cleansing wipes) range. Camon wipes ensure a high-quality product that meets the needs of customers. Besides 100-wipe bags with *Talc*, *Musk&Aloe*, *Milk&Honey* and *Amber*, there is new *Bergamot* scent.

The 40-wipe bags include new *Floral Breeze*, besides *Ylang-Ylang*, *Excel*, *White Musk*, *Myrrh&Chlorhexidine*, *Talc* and *Tea Tree Oil*.

Large dogs can now rely on customized cleansing wipes! Here is another new product by Camon: *Salviette Maxi al Talco* (maxi wipes with talc). They measure 30x40cm to specifically suit large dogs.

New formulas

Ingenya, famous Camon brand, presents *Shampoo with Chlorhexidine*: new formula and new packaging. The specific shampoo relies on the sanitizing, purifying and soothing action of chlorhexidine. It is suited for all types of coat. It nourishes the coat and leaves it shiny, not static.

New sizes

Camon *Tappetini Assorbenti Lavabili* range (washable absorbing pads) is made in Italy and now includes new 70x145cm size. The pads are extremely absorbing, they can be hand- or machine-washed and they dry quickly. Thanks to the special bottom layer they are also waterproof. Moreover, they are eco-friendly since they can be re-used!

I primi passi per una protezione naturale

È possibile contrastare insetti e parassiti in modo efficace e sicuro utilizzando prodotti naturali? Sì, grazie a *Protection line*, la linea nata per contribuire a proteggere gli amici animali e gli ambienti, grazie alla qualità, alla tipologia di estrazione e alla purezza dell'olio di Neem di Camon.

Soprattutto nei mesi primaverili, quando il bagno diventa più frequente, lo *Shampoo Difesa Naturale Protection line* all'olio di Neem è ottimale in quanto deterge in profondità rispettando la naturale struttura della pelle e del pelo, svolgendo anche un'azione sebo equilibrante, adsorbente e riparativa.

Lo shampoo rappresenta una validissima base per la successiva applicazione delle *Fiale Spot-on*, della *Lozione Protettiva* in spray o del *Collare Barriera*, per ottenere un effetto barriera ancora più efficace.

La funzione dei prodotti *Protection line* è stata confermata dal Dipartimento di Biologia Ambientale dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" ed è stata certificata dal CREA, il Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'Analisi dell'Economia Agraria.

L'olio di Neem *Protection line* è infatti ottenuto grazie a un procedimento estrattivo a freddo per via meccanica, che ne garantisce la purezza e la conservazione di tutte le proprietà e dei numerosi fitocomplessi, conferendo così ai prodotti un'attività elevata.

First steps for the natural protection

Is it possible to effectively fight insects and parasites with natural products? Yes it is, thanks to *Protection line*: the line helps protect friends and the environment they live in thanks to the quality, extraction type and purity of Camon Neem oil. During spring more frequent bath are required: *Shampoo Natural Defence Protection line* with Neem oil is excellent since it cleans the coat



thoroughly still respecting the natural structure of skin and fur, with sebum-balancing, absorbing and restoring effect. Shampoo is excellent to prepare the coat for *Spot-on vials*, for *Protective Lotion* spray or for *Barrier Collars*, to ensure a stronger barrier protection. The effectiveness of *Protection line* products has been assessed by the Department of Environmental Biology, La Sapienza University in Rome. Moreover, it has been certified by CREA (Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'Analisi dell'Economia Agraria - Council for Agricultural Research and Analysis of Agricultural Economics). *Protection line* Neem oil is the result of mechanic cold extraction to ensure the purity and preservation of its principles and phytocomplex, thus providing an elevated effectiveness.



Nuove formulazioni

Ingenya, storico e conosciuto brand di Camon, presenta lo *Shampoo con Clorexidina*, rinnovato sia nella formula che nel packaging. Questo shampoo specifico sfrutta l'azione igienizzante, purificante e lenitiva della clorexidina ed è indicato per tutti i tipi di manto; molto idratante, rende il manto lucido e non statico.

Nuove misure

Alla linea Camon di *Tappetini Assorbenti Lavabili*, tutti made in Italy, si aggiunge la nuova misura 70x145 cm. Dal grande potere assorbente, questi tappetini sono lavabili sia a mano che in lavatrice e si asciugano molto rapidamente. Il loro particolare fondo, poi, li rende impermeabili. Inoltre, in quanto riutilizzabili, si rivelano una soluzione ecologica e amica dell'ambiente! (E.P.)





IL COCKER SPANIEL AMERICANO

Dal bagno alla rifinitura, ecco i prodotti cosmetici per ottenere i migliori risultati con un mantello che richiede cure e attenzioni



Dolce, attivo e giocoso, il cocker spaniel americano è un ottimo cane da compagnia per la famiglia anche se la sua origine, in effetti, non è esattamente questa, in quanto venne selezionato negli Usa come cane da caccia.

Il suo mantello ha una tessitura setosa, è liscio o leggermente ondulato, corto sulla testa, di media lunghezza sul corpo; le orecchie, il petto, l'addome e gli arti hanno le frange, ma di una lunghezza tale da non nascondere completamente le linee del corpo o il movimento.

Bagno, per ravvivare il colore

Eeguire il primo passaggio con uno shampoo intensificatore di colore, per dare luce e riflessi naturali e far risaltare ancor di più il tono corretto e una tessitura perfetta. Il bianco diventa candido, il nero acquista un'intensità corvina, i marroni si accendono di riflessi. Andrà quindi utilizzato *P.F. Whitening Shampoo* in caso di pelo in prevalenza bianco o nero oppure *Clearly Illuminating Shampoo* in prevalenza di bianco, fulvo, rosso e marrone.

Successivamente eseguire un secondo passaggio

con *Super Cleaning Shampoo* che, con i suoi elementi antistatici, conferisce al pelo una tessitura perfetta e massima pettinabilità. Dopo lo shampoo applicare la lozione agli agrumi *Product Stabilizer*, che con un solo minuto di posa esercita sul mantello una pulizia profonda e delicata (anche di quelle particelle che resistono dopo un normale bagno). L'azione degli agrumi esercita una detersione che elimina anche i residui dei cosmetici o dell'inquinamento atmosferico, esaltando ancor più la bellezza naturale del mantello e del colore, in modo da preparare il pelo ai successivi nutrimenti del condizionamento.

Il passaggio di *Product Stabilizer* è consigliato per tutti quei mantelli che non sono in perfetta forma, in particolar modo per donare al pelo corposità mancante e sostegno e rendere la tessitura ancor più lucida e brillante.

Phon Rapid Speedy Dryer

Il phon *Rapid Speedy Dryer* ha 2.640 W, è in ghisa e acciaio, produce una considerevole massa d'aria in uscita e ha un robusto motore capace di sfidare il tempo. Il comodo bocchettone finale si può girare a 360° indirizzando l'aria ove occorre ed è particolarmente silenzioso. Il phon *Rapid Speedy Dryer* è disponibile nella versione con stand a ruote oppure braccio a muro.

Rapid Speedy Dryer

Rapid Speedy Dryer has 2.640 W, made out of cast iron and steel, can create a considerable air flow and features a sturdy and durable motor. The end tip can rotate 360° directing air where needed, and it's incredibly quiet. *Rapid Speedy Dryer* is available on wheels or wall mounted.



grooming tips

AMERICAN COCKER SPANIELS

From bath to finishing, cosmetics to get results with a type of coat that requires care and attention

Sweet, lively and playful, American cocker spaniels are excellent companions and family dogs despite their having been initially selected as hunting dogs. Their coat is silky, straight or lightly wavy, short over the head and medium length along the body, with bangs over ears, chest, tummy and legs, but not so long as to hide the body.

A bath to revive colour
Apply a colour intensifying shampoo to revive colour and brightness, at the same time highlighting texture. White becomes pure, black becomes jet-black, and browns become richer. Use *P.F. Whitening Shampoo* if fur is mainly white or black, or *Clearly Illuminating Shampoo* if it is white, tawny, red and brown. Then apply *Super Cleaning Shampoo*, an excellent antistat able to give amazing texture and detangle hair easily. After shampooing use *Product Stabilizer* and leave it in for a minute to clean gently and thoroughly. Citrus clean gently eliminating cosmetic and pollution residues, thus enhancing the natural beauty and colour of your dog's fur. *Product Stabilizer* is recommended for coats that need a little extra care to regain volume and gloss.

A conditioner to nourish
Botanical Conditioner is the ideal for american cocker spaniels: it nourishes skin and coat, making brushing easier, eliminating static and improving volume. *Botanical Conditioner* should be rinsed thoroughly before exhibitions, and can be rinsed lightly after maintenance baths.

Gentle drying
Dry fur using *Slick Brush*, whose flexible and thin pins are extremely gentle and suitable for long coats. Once fur is 90% dry, apply *Fabulous Grooming Spray* evenly from an approximately 30 cm distance. This final touch is effective in eliminating stress caused by brushing and gives body and texture, eliminating static caused by hot hair.

The final touch
Use *Get It Straight* on head, under chin and on the back: mix a few drops in the palm of your hand and apply evenly to donate shine and straighten coat. Use *Styling Gel* on bangs, particularly if fur is thin: just pour a little dab in your hands and apply throughout, brushing gently with a large *Pin Brush*, in order to avoid static hair. #1 All Systems created *Ear So Fresh*, for dogs with sensitive ears: a fluid with marigold and camomile able to clean and freshen up ears, donating a sense of well-being. It is also excellent to get rid of bad smells from ears and to remove ear wax.



Condizionatore, per nutrire

Il condizionatore ideale per il pelo del cocker spaniel americano è *Botanical Conditioner*, che ha il potere di nutrire la pelle e il pelo, facilitare il passaggio della spazzola, eliminare la staticità e donare quella corretta corposità che viene espressamente richiesta dalle lunghezze tipiche della razza. *Botanical Conditioner* deve essere totalmente risciacquato per il bagno pre-expo, mentre può essere risciacquato solo leggermente per i bagni di mantenimento.



Asciugatura, massima delicatezza

Proseguire con l'asciugatura del pelo passando a verso il cardatore *Slick Brush*, dotato di aghi molto fini e flessibili grazie al cuscinetto in gomma, particolarmente delicato ed efficace per i mantelli lunghi. Quando il pelo è asciutto al 90%, nebulizzare *Fabulous Grooming Spray* in modo omogeneo dalla distanza di circa 30 cm. Quindi procedere continuando a spruzzare un po' di prodotto fino a completa asciugatura del mantello. Questa rifinitura è efficace per eliminare lo stress della spazzolatura e rendere più corpose le lunghezze senza la staticità causata dall'aria calda. In questo modo si ottiene più corposità e compostezza per fissare la messa a punto.

Rifinitura, per mettere ogni pelo al suo posto

Per quanto riguarda i prodotti rifinitivi, utilizzare *Get It Straight* per testa, sottogola e dorso: bastano alcune gocce da amalgamare nelle mani e passare in modo omogeneo per donare lucentezza alla tessitura e rendere liscio il pelo. Sulle



frange, soprattutto nel caso di soggetti con pelo fine, utilizzare *Styling Gel*: versarne una piccola quantità tra le mani e stendere su tutta la lunghezza del manto, passando con una spazzola *Pin Brush* grande, in modo da "mettere ogni pelo al suo posto" con delicatezza e senza trasmettere staticità.

Per le orecchie delicate, da tenere ben curate, #1 All Systems ha formulato *Ear So Fresh*, un fluido con calendula e camomilla che pulisce e agisce come tonificante e rinfrescante del padiglione e del condotto uditivo, donando al cane una sensazione di benessere. È ottimo anche per eliminare i cattivi odori dell'orecchio e per asportare il cerume con facilità. (M.B.)

toelettatura

la voce di: Biagio Cellamare

Biagio Cellamare
 Toelettatura Casa del Cane s.a.s.
 www.deigini.it
 tatyscats@yahoo.it



Toeletta gatti da esposizione dal 1995. Tra i suoi clienti alcuni dei gatti più titolati, esposti nei circuiti americano, europeo e russo, nonché campioni del mondo "passati" tra le sue mani prima di salire sul palco (persiani, maine coon, norvegesi, ragdoll, cornish e devon rex, naturalmente orientali, da lui allevati dal 1993). Rileva il suo attuale salone nel 2005 e da autodidatta comincia a frequentare sporadicamente le gare di toelettatura, partecipando in tutte le 4 classi: in 5 presenze colleziona 5 medaglie d'oro, una d'argento e un Best in Show. Dal 2007 intraprende handling per razze che richiedono toelettatura e l'allevamento di barboni e cocker americani. Al suo attivo, tra cani di clienti, di proprietà o allevati, vanta vittorie sia di Campionati del Mondo che d'Europa, e diverse prestigiose vincite negli USA, tra le quali, per la prima volta per un europeo, il "Winner Bitch" al PCA (Poodle Club of America). È giudice EGA e ha tenuto diverse dimostrazioni anche all'estero.

TOELETTERE IL COCKER SPANIEL AMERICANO

Gioiello sul ring delle esposizioni cinofile, il cocker spaniel americano per raggiungere il suo aspetto curato ed elegante necessita di attenzioni meticolose nella cura del mantello, seguite da una specifica toelettatura di non facile esecuzione.

Poter raggiungere un grado di competenza tecnica adatto alla toelettatura del cocker americano è, a mio avviso, meta di ogni toelettatore che ami il proprio lavoro in ogni suo aspetto. Infatti il toelettatore di questa razza necessita di conoscere tutte le tecniche di un vero professionista in questo campo. Di primaria importanza nella cura estetica del cocker spaniel americano sono le attenzioni che si prestano alla tessitura del mantello, diversa a secondo della regione del corpo. Tali attenzioni si esplicano *in primis* con dei bagni regolari e frequenti effettuati con prodotti specifici. Le parti che presentano pelo setoso, quali frangiature della parte inferiore del corpo (gonna) e delle orecchie, dovranno essere lavate con shampoo e balsamo per manti lunghi, mentre per testa (ciuffo) e schiena, che presentano un pelo di copertura più duro, detto caprino, si deve usare esclusivamente uno shampoo per manti duri.

La frequenza dei bagni varia in base all'età del cane: un soggetto giovane, con pelo più lanoso e non ancora maturo, necessiterà di un bagno anche ogni 3 giorni per evitare la formazione di nodi. Il cane adulto invece andrà lavato con frequenza settimanale.

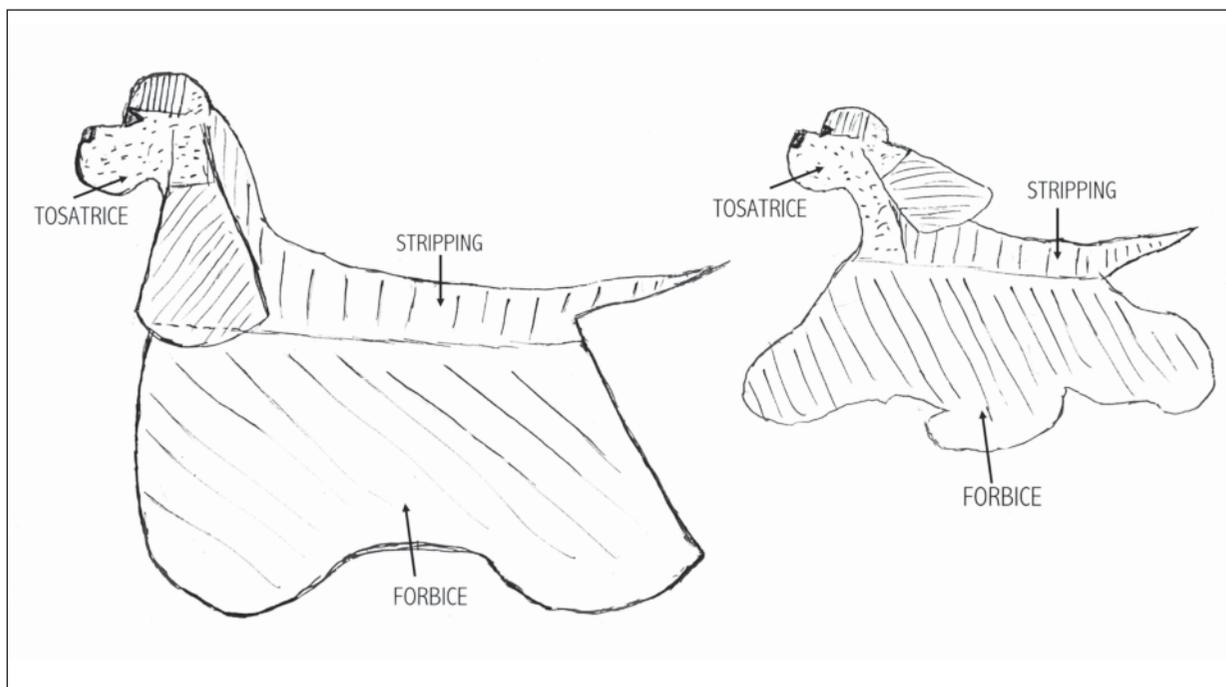
Appositi condizionatori e oli possono essere usati per proteggere il pelo dallo sporco e dalla formazioni di nodi tra un bagno e l'altro.

Approfondiamo...

Abbiamo già sottolineato che il cocker spaniel americano presenta tessiture di pelo differenti secondo la zona del corpo; andremo quindi a descrivere la tecnica adatta per ciascuna di esse.



Un soggetto da toelettare, prima e dopo l'intervento del professionista



Testa. Muso, cranio (a eccezione del ciuffo) e attaccatura delle orecchie necessitano di tosatura a macchinetta con lama corta che varierà fino al molto corto, per esaltare le forme della testolina dall'aspetto dolce e paffuto che caratterizza questa dolcissima razza.

Il ciuffo deve essere strippato a mano oppure, nel caso di ciuffi folti, con apposito strippino, facendo in modo che il pelo accompagni e valorizzi la sommità del cranio. All'occorrenza si possono utilizzare le forbici dentate per sfumare la parte posteriore del ciuffo, integrandola naturalmente con il resto del cranio tosato.

Collo e gola. La gola va tosata con lama corta scendendo fino alla punta dello sterno, in modo tale da conferire lunghezza ed eleganza al collo. L'ipotetica linea che divide la gola dalla parte posteriore del collo, che invece viene strippato, va sfumata con forbici dentate, stando attenti però a non abusarne rischiando di rovinare la tessitura del pelo del collo.

Orecchie. Come già detto, l'attaccatura delle orecchie deve essere tosata per circa 2/5 della lunghezza totale, per poi interrompersi bruscamente per dare libero sfogo alla frangiatura. La lunghezza della frangiatura, che dovrà solo essere pareggiata con le forbici alla sua estremità, è di fondamentale importanza e va regolata in base al soggetto che si sta toelettando, poiché un orecchio con frangiatura troppo lunga rischia di togliere al colpo d'occhio lunghezza al collo.

Schiena. Questa regione deve essere solo ed esclusivamente strippata, se possibile a mano o con l'ausilio di appositi strippini o pietra pomice nel caso di peli particolarmente difficili.

Spalla e natica. Queste regioni rischiano di venire trascurate. La linea di divisione tra fianchi e gonnola non dev'essere una semplice linea orizzontale: è importante che fluisca armoniosa e che segua la struttura del cane ponendo in evidenza le angolazioni di spalla e natica, in modo tale da valorizzare le proporzioni e il movimento del soggetto.

Arti e gonnola. La gonnola deve essere lunga e abbondante ma sempre comunque legata alle proporzioni dell'intero soggetto che verranno definite nella linea inferiore con le forbici in modo da sottolineare gli appiombi e relazionandosi al tipo di movimento del cane.

Scudo e coda. La parte superiore del primo quarto della coda va strippata come la schiena, in modo da evidenziarne la corretta attaccatura. Le restanti parti e lo scudo vanno tosati con lama corta.

Tutte queste operazioni rendono il cocker spaniel americano uno dei più affascinanti soggetti da toelettare per il professionista che desidera mettere in gioco le proprie abilità nell'esaltare i pregi e nascondere i difetti del soggetto sul quale sta lavorando.

Si ringrazia Elisabetta Colombo per la collaborazione.

pet app

INSEGUIMENTI... VIRTUALI

Sei livelli di interazione per stimolare il gatto attraverso un gioco che fa comparire oggetti in movimento da inseguire con le zampette

Pensate che al vostro gatto non basti più la solita pallina? Che cerchi qualcosa di nuovo per divertirsi? Che magari abbia voglia di giocare con quel piccolo telefono che il suo amico a due zampe tiene sempre in mano? Nessun problema! Tablet o smartphone a portata... di zampa, ed eccolo accontentato. Come? Scaricando *Cat Alone*. Come funziona? Semplicissimo. Basta un clic e questa app farà comparire sullo schermo degli oggetti in movimento che terranno abbastanza occupato il micio sviluppando i suoi riflessi.

Cat Alone, e il gioco è assicurato

La tecnologia ci dà una mano con i nostri amici quattrozampe; da anni infatti esistono applicazioni gratuite che aiutano ad approcciarsi alle esigenze dei nostri amati pet. Ci sono applicazioni che permettono di controllare il suo stato di salute, altre che ne annotano curiosità e comportamenti, e altre ancora a cui rivolgersi se si trova un animale abbandonato o se si è smarrito il proprio. Giochi, sfondi, informazioni utili interamente dedicati ai clienti appassionati di questi teneri felini... c'è proprio tanto da trovare sul web per coloro che amano i gatti e che vale la pena di provare!

Cat Alone ha il pregio di riuscire a strappare un sorriso... E non è poco! Il nome spiega già tutto. Il gatto soffre la solitudine? Il proprietario teme che possa cadere in depressione? È necessario stimolarlo quotidianamente attraverso un gioco pensato appositamente per lui!

Il divertimento del micio (e non solo) è assicurato con questa applicazione che fa comparire interessanti oggetti in movimento affinché l'animale possa inseguirli con le sue zampette. E lo si può anche lasciare da solo!

Sei livelli

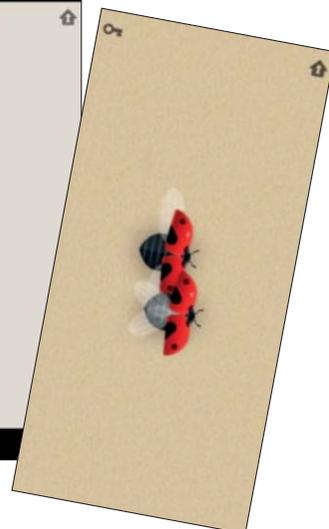
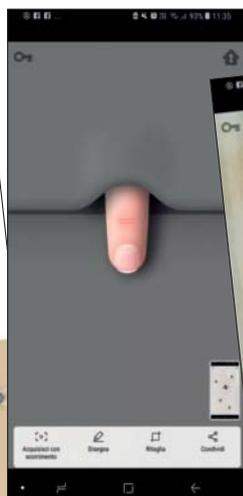
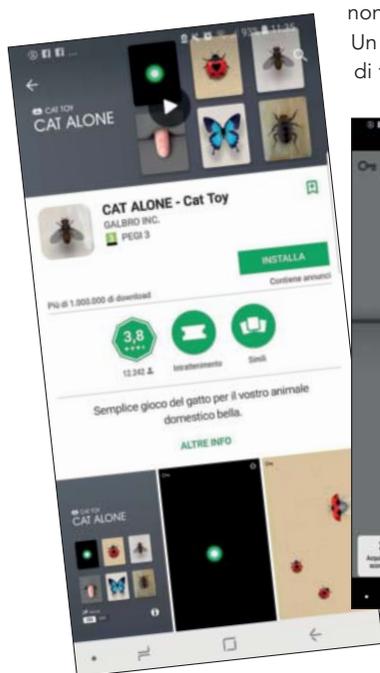
Pronti... via! Ed ecco sulla schermata principale apparire il primo dei sei livelli di gioco, con grafica brillante e un suono tipico per ciascuno: puntatore laser, coccinella, dito, volare, farfalla e scarafaggio.

Via via si vedono un'attraente pallina verde fosforescente che rimbalza, tre coccinelle rosse e nere che si rincorrono, mosche e farfalle che svolazzano, un dito che compare e scompare, ma anche piccoli scarafaggi - meno simpatici per noi umani - sicuramente molto graditi da cercare di catturare per il micio.

All'inizio ci vuole un po' di pazienza, ma poi i gatti si divertono da impazzire. C'è chi adora giocare con il puntino laser e con il dito, chi insegue gli scarafaggi in ogni angolo, chi resta affascinato dal volo della farfalla.

Esiste poi anche la versione *Cat Alone 2*, il sequel dell'applicazione, con altri sei livelli di difficoltà. Un divertimento affascinante non solo per i gatti che già hanno sperimentato *Cat Alone*, ma anche per i neofiti della app.

Un consiglio finale da dare ai clienti? Mettere una pellicola robusta sullo schermo per evitare di trovarselo completamente... graffiato!





BAMA SPA
www.bamagroup.com, info@bamagroup.com
enjoylifewithbamapet.com



RIMBALZA, GALLEGGIA ED È... TUTTO SUO!

L'evoluzione del classico bastone per il divertimento e la salute dei cani di ogni taglia

È il primo giocattolo firmato Bama Pet e, dal suo recente debutto, sta già riscuotendo un grande successo. Parliamo di *Tuttomio*, l'evoluzione del più classico dei giochi da riporto per i quattrozampe: un bastone. Ma... attenzione! Qui non si parla di un bastone qualsiasi, *Tuttomio* infatti rimbalza e galleggia, rivelandosi il compagno di giochi perfetto per tutte le situazioni, spiaggia compresa. Realizzato, come tutti i prodotti Bama Pet, con materiali garantiti, riciclabili e non tossici per gli animali, è una proposta eccellente per quei clienti che desiderano migliorare il rapporto con il proprio amico di zampa attraverso un giocattolo adatto a interni ed esterni, che ne migliori la capacità e la salute psicofisica, la coordinazione e soprattutto che si riveli estremamente divertente anche per i bipedi.



Imparare giocando

Tutti i cani, fin da cuccioli, adorano questa attività ludica che porta loro grandi benefici, come già detto, sia dal punto di vista fisico che mentale. Secondo gli esperti cinofili il gioco è infatti il mezzo più importante con il quale il padrone può entrare in sintonia con il proprio cane stimolando la sua capacità di ubbidire e di comunicare le proprie esigenze. Giocando, i cuccioli apprendono e sperimentano tutti gli atteggiamenti che potranno mettere in atto da adulti: la sottomissione (intesa come educazione e rispetto delle regole dettate dal padrone), l'inseguimento, la preda e, non ultima, la monta.

I giochi per cani, quindi, contribuiscono alla formazione del loro carattere e anche l'ultima creazione Bama Pet risponde appieno a questa importantissima funzione.

Un successo internazionale

Tuttomio si conferma dunque un prodotto di altissima qualità, che non deluderà dopo l'acquisto: osservandolo è subito evidente la grande attenzione dedicata ai dettagli, alla sicurezza e al design, aspetto questo che viene curato dalla progettazione fino al prodotto finito, secondo criteri di praticità ed eleganza. La mission dell'azienda è infatti quella di creare prodotti belli, innovativi, funzionali, facili da montare e resistenti. "Siamo felici" - dichiara Rossella Baiocchi, Responsabile Marketing e Comunicazione di Bama Pet - "di affermare che la gamma di articoli pensata per i nostri amici a quattro zampe e per i loro proprietari sia stata accolta positivamente e con entusiasmo dal mercato italiano ed estero. È stato apprezzato" - continua - "lo studio attento, volto a rispondere a esigenze e patologie specifiche di ogni animale con articoli innovativi e funzionali, dal design accattivante che da sempre contraddistingue tutti i nostri prodotti". *Tuttomio* di Bama Pet è adatto a cani di taglia media e grande, mentre per i più piccoli è stata realizzata una speciale taglia mini. (V.L.)

dogs

BOUNCES, FLOATS AND IT'S... ALL HIS!

The traditional stick has evolved to amuse and entertain dogs of any size

The very first Bama Pet toy is here, and it met with great success since its recent debut. It's *Tuttomio*, the evolution of the most traditional fetch toy: a stick, but so much more than a mere stick! *Tuttomio* bounces and floats, the perfect toy to bring with you anywhere, even on the beach. Like all Bama Pet products, it is made with safe materials, recyclable and non toxic for animals, an excellent choice for those customers wishing to deepen their bond with their pets. Suitable for indoors and outdoors, it helps improve dogs abilities, psychophysical health, coordination and it is also very amusing for bipeds too.

Learning whilst playing

All dogs, and puppies, love this kind of game, and it's very beneficial to them both physically and mentally. According to dog experts, playing is the best way to bond with dogs at the same time stimulating their ability to obey and communicate their needs. Whilst playing, puppies learn and experiment all kinds of behaviour they can enact once they reach adulthood: submission, (meant as good behaviour and respecting the rules set by their owner), chasing, prey, and mount. It follows that playing contributes to character building and Bama Pet latest toy does it perfectly.

An international success

Tuttomio is therefore a high quality product: attention to detail, to safety and design is clearly evident. The company mission is to create products which besides being innovative, functional, sturdy and easy to assemble are also beautiful. "We are happy to say" - says Rossella Baiocchi, Marketing and Communication manager at Bama Pet - "that our range of dog toys was met with enthusiasm on both the Italian and foreign markets. Customers appreciated the careful study behind our innovative and functional products which enables them to meet pets specific needs or disorders, all this with our trade mark catchy design.". *Tuttomio* by Bama Pet is suitable for medium to large dogs, and there's a special mini version for small breed dogs too.

Ozonoterapia e utilizzi

L'OZONOTERAPIA È UNA PRATICA MEDICA CHE ORMAI DA MOLTI ANNI VIENE UTILIZZATA PER DIVERSI SCOPI IN CAMPO UMANO. ANCHE LA MEDICINA VETERINARIA, IN TEMPI PIÙ RECENTI, HA RAGGIUNTO QUESTO TRAGUARDO. VEDIAMO COME

DI CRISTIANO PAPESCHI E LINDA SARTINI

gas, in natura, è concentrato in una fascia particolare dell'atmosfera, chiamata ozonosfera, che svolge una funzione protettiva per la vita sul nostro pianeta, tanto che tutti abbiamo sentito parlare e temiamo per il cosiddetto buco dell'ozono e le sue conseguenze.

Le applicazioni mediche

Dopo questo breve ma necessario preambolo, veniamo all'utilizzo dell'ozono in medicina. La miscela di ossigeno e ozono è ormai largamente utilizzata per il trattamento medico, sia umano che veterinario, il più delle volte come coadiuvante di altre terapie più classiche. L'ozono è naturalmente presente in piccole quantità anche all'interno dell'organismo vivente e svolge numerose funzioni biologiche.

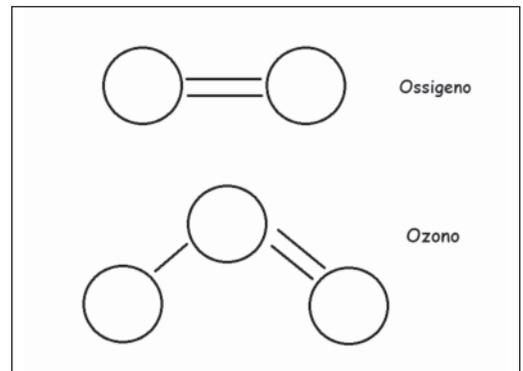
La somministrazione di miscele mediche di ossigeno e ozono favorisce la circolazione sanguigna, stimola il sistema immunitario, svolge attività antimicrobica e antinfiammatoria. Dalla comprensione di queste particolarità, come di molte altre peculiarità della suddetta molecola, sono derivate successivamente numerose applicazioni pratiche che consentono oggi di potenziare, e in alcuni casi sostituire, l'effetto di molti farmaci, portando benefici al paziente e riducendo gli effetti collaterali di diverse terapie farmacologiche. Attualmente il suo impiego trova ampio spazio in diversi settori della medicina tra cui la dermatologia, l'oncologia, l'ortopedia, la gastroenterologia, la reumatologia, l'angio-cardiologia, la fisioterapia e molti altri; non ultimo, l'ozono ha conquistato ampio spazio anche in campo estetico.

L'ossigeno-ozonoterapia in medicina veterinaria

Il più delle volte la medicina veterinaria segue a ruota i progressi di quella umana, pertanto questo tipo di terapia sta muovendo solo da poco tempo a questa parte i suoi primi passi nel nostro campo, promettendo però grandi successi per il futuro. L'ozono è un gas dall'odore pungente, dal colore vagamente bluastro e la sua molecola è particolarmente instabile, ciò significa che il medicamento deve essere preparato attraverso appositi generatori (ozonizzatori), che producono una miscela bilanciata di O_2 e O_3 , e somministrato immediatamente.

Vediamo alcuni esempi pratici di utilizzo. In campo fisioterapico, l'ossigeno-ozonoterapia sta dando ottimi risultati e viene spesso consigliata ed eseguita in molti centri specializzati. Le ernie discali, ad esempio, sono patologie molto diffuse nel cane (ben più rare nel gatto), che si manifestano in maniera più o meno grave in funzione del loro grado e del tipo di evoluzione, comportando sintomi che vanno dal semplice dolore fino a rendere impossibile la deambulazione dell'animale, e il più delle volte richiedono una risoluzione di tipo chirurgico. Nel trattamento delle ernie discali l'ossigeno-ozonoterapia viene spesso utilizzata per le sue proprietà antinfiammatorie e antidolorifiche, riducendo così la compressione discale, favorendo la circolazione sanguigna e l'ossigenazione del nervo e agevolando il processo di guarigione. Anche in corso di osteoartrosi, una patologia degenerativa che colpisce molti soggetti anziani, l'ossigeno-ozonoterapia può risultare molto utile come coadiuvante o sostituto di terapie antidolorifiche e antinfiammatorie, lo stesso vale per le tendiniti e altre forme flogistiche a carico dell'apparato muscolo-scheletrico. In dermatologia il suo utilizzo trova numerosi campi di applicazione per il trattamento di diverse problematiche, a partire da semplici piaghe, ferite e ulcere, fino a micosi, dermatiti, eczemi, piodermi e ascessi, poiché la somministrazione, locale o sistemica, di ozono medicale inibisce la proliferazione di microrganismi, in particolare batteri e miceti, favorisce la ri-vascularizzazione della lesione e i processi riparativi (cicatizzazione), senza contare l'effetto antinfiammatorio e antalgico che giova sempre in caso di lesioni dolorose o reattive.

Ozonoterapia è un termine che indica l'utilizzo di una miscela di ossigeno e ozono per il trattamento di numerosi stati patologici, le cui modalità di somministrazione possono variare in funzione del tipo di problema. Prima di addentrarci sommariamente in questo settore, è necessario chiarire il concetto di "ozono", termine ben noto ma il cui significato, per quanto semplice, viene spesso ignorato. Tutti conosciamo l'ossigeno, molecola indispensabile per la vita, la cui formula chimica è O_2 . L'ozono, invece, è una forma allotropica dell'ossigeno, ovvero una molecola di ossigeno caratterizzata da legami "particolari" che ne consentono un'aggregazione "tri-atomica", in modo tale che la formula chimica dell'ozono sia O_3 . Questo



L'ossigeno-ozonoterapia sembra essere promettente anche in campo oncologico, entrando di diritto a far parte della grande famiglia delle terapie complementari; i tumori, purtroppo, sono causa di sempre maggiore mortalità nei nostri animali, sia per una questione di allungamento dell'aspettativa di vita del soggetto che per la predisposizione che molte razze manifestano verso diverse forme neoplastiche. L'ozono medicale, associato alle comuni chemioterapie, sembra potenziarne l'efficacia e la capacità di attacco delle cellule tumorali, favorendo la microcircolazione e quindi la diffusione del farmaco stesso. Inoltre la sua attività immunostimolatrice aumenterebbe la reazione dell'organismo nei confronti delle cellule cancerose. Utilizzata anche per il trattamento di molte patologie del tratto gastroenterico, urinario e della cavità orale, l'ossigeno-ozonoterapia ormai è uno strumento sempre più sfruttato, così come sempre maggiore è il numero di strutture sanitarie che ne fanno utilizzo.

Come si somministra

La modalità di somministrazione e la sua frequenza variano a seconda del tipo di patologia da trattare, ma essendo un gas piuttosto tossico va maneggiato con attenzione, da personale esperto e non deve essere inalato. Come abbiamo già accennato, la sua produzione e il suo utilizzo devono avvenire praticamente in contemporanea.

Tra le modalità di somministrazione più diffuse e frequenti troviamo l'emotrasfusione, l'insufflazione rettale, l'iniezione intra-articolare, intramuscolare o locale, le irrigazioni con acqua ozonizzata e infine il *bagging*. Quindi il trattamento con ozono non può essere eseguito comodamente a casa come fosse una semplice iniezione o la somministrazione di una compressa, bensì richiede un proprietario motivato e molta costanza, ciononostante è una possibilità da non sottovalutare o trascurare. ↻



Centro di osservazione, studio e formazione sul comportamento del gatto

*Se li ami...
...li conosci*



Corsi formativi professionali e professionalizzanti nelle più grandi città italiane

Corsi online con contatto diretto con il docente

Percorso Formativo in Benessere Etologico del Gatto (BEG) con diploma finale in partenza a settembre in Friuli Venezia Giulia e a ottobre in Lombardia

Consulenze feline

Primo centro in Italia completamente ed esclusivamente dedicato al gatto

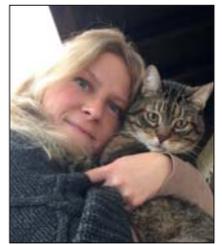


etologia felina

a cura della Dott.ssa Ewa Princi

Ewa Princi

www.culturafelina.it
centrodculturafelina@gmail.com



Dott.ssa Ewa Princi - Consulente esperta in comportamento, etologia, psicologia del gatto - Centro di Cultura Felina

Laureata in materie umanistiche, naturalista e studiosa di etologia animale, esperta in comportamento del gatto, accreditata I.S.A.P. (International Society of Animal Professionals). Operatore in Etologia Relazionale® iscritta nell'albo nazionale.

Fondatrice del "Rifugio A-micioso" di Gorizia, direttrice e docente del Centro di Cultura Felina, primo centro in Italia interamente ed esclusivamente dedicato al gatto.

I GATTI E LA GUARIGIONE

Non importa quanto pensiamo di conoscerli. Ci sono ancora alcuni aspetti della loro vita che non comprendiamo, e forse non comprenderemo mai. Gli animali infatti sono capaci di cose veramente stupefacenti!

Nel 2006 la ricerca scientifica ha mostrato che alcuni cani possono letteralmente "annusare" un cambiamento chimico che avviene a livello cellulare nelle persone affette dal cancro - in breve, i cani possono avvertire la malattia prima dei pazienti stessi. Altre ricerche hanno invece dimostrato che alcuni pesci possono percepire un terremoto prima che accada.

E per quanto riguarda i gatti?

Lo sapevate, ad esempio, che è stato dimostrato che questi incredibili animali possiedono poteri curativi? I gatti sono noti per la loro capacità di autoguarirsi attraverso le fusa, e spesso le loro capacità di guarigione possono avere un effetto positivo anche sull'uomo.

Scopriamo insieme tutti i benefici della relazione uomo-gatto.



I gatti ci liberano dallo stress

Questi piccoli amici portano quotidianamente gioia nelle nostre vite: ci fanno sorridere, sanno sciogliere il nostro cuore e hanno la capacità di farci sentire felici e rilassati. I gatti infatti sono in grado di indurre il rilascio di dopamina e serotonina che è un neurotrasmettitore presente soprattutto nel sistema nervoso centrale e nel tratto gastrointestinale e viene chiamata anche ormone del buonumore. Nell'apparato digerente la serotonina regola la digestione, mentre a livello del sistema nervoso centrale questo neurotrasmettitore è fondamentale per regolare l'umore, il sonno, l'appetito, l'apprendimento e la memoria. Vivere con un compagno felino permette quindi di essere felici e di buon umore e quindi di ridurre lo stress, che a sua volta riduce la pressione sanguigna e aumenta le difese immunitarie. Anche solo accarez-

zare la morbida pelliccia del gatto può aiutare a rilassarsi mettendo a riposo la mente e liberando i pensieri. Ma c'è di più: oltre a curare lo stress, i gatti possono aiutare a ridurre depressione e ansia.

Il gatto infatti fa fusa lente e ritmate, e ascoltarle fa sentire a proprio agio e fa focalizzare inconsciamente solo sul proprio respiro distogliendo in questo modo la mente dalle preoccupazioni.

Le fusa ci guariscono

Non solo convivere con un gatto è benefico per la pressione, le difese immunitarie, lo stress e la depressione, ma è stata accertata anche una diminuzione degli attacchi cardiaci. Ebbene sì! Le fusa di un gatto possono letteralmente guarire: le frequenze in cui vengono emesse hanno la capacità di promuovere il miglioramento in caso di dolori alle ossa e persino guarire dolori articolari. Le potenti vibrazioni delle fusa prodotte dai gatti hanno inoltre la forza di aiutare a guarire dai danni ai tessuti molli, come le lesioni muscolari, dei legamenti e dei tendini.



La chiave è la frequenza favorevole del gatto quando fa le fusa a 50-150 Hz.

La Fauna Communications Research Institute di Hillsborough (North Carolina) ha condotto uno studio in cui ha registrato le fusa di piccoli felini, appurando che le loro frequenze dominanti spaziano nel range di 23-30 Hz per i gatti e di 20-140 Hz per gli altri felini. Più in particolare, la frequenza dominante per le fusa del gatto domestico sarebbe di 25 Hz con una forte presenza dell'armonica a 50 Hz. Si tratta dunque di basse frequenze, le stesse che il mondo scientifico sfrutta per le loro qualità terapeutiche in ortopedia. Vibrazioni di 25 o 50 Herz accelerano la guarigione di problemi ossei, vibrazioni tra 50 e 150 Herz riducono i dolori, vibrazioni di 120 Herz cura-

no le lesioni tendinee! I gatti vantano infatti una velocità di ripresa dai traumi e dagli interventi chirurgici tre volte superiore a quella dei cani.

Sappiamo che il centro delle fusa viene attivato dalla produzione di endorfine dall'ipotalamo, morfine naturali che hanno un effetto calmante e analgesico; ecco perchè si può dedurre che le fusa calmino lo stato emotivo del gatto e che lui produca questo suono proprio per autoguarirsi. Le fusa infatti vengono emesse in molte situazioni diverse tra loro: quando il gatto si sente appagato e felice, ma anche quando non sta bene e spesso anche in punto di morte. La cosa grandiosa è che i benefici delle fusa sulla salute non riguardano solo il gatto che le produce, ma si estendono a tutti quelli che le ascoltano.

I gatti aiutano a vivere a lungo

Gli animali coinvolti nella pet therapy che visitano le case di cura e gli ospizi portano gioia agli ospiti. Almeno una volta nella vita tutti i proprietari di animali domestici hanno sperimentato il beneficio di averli nelle vicinanze quando si è malati più o meno gravemente. Quante volte è successo di non stare bene e Micio si è posato proprio sulla parte del corpo connessa al malessere? Che dire del suo comportamento che cambia e può diventare più o meno intimo con chi in casa non è in salute?

È stato anche dimostrato che le persone anziane che convivono con un gatto vivono più a lungo. Da una ricerca condotta nell'arco di 4 anni, tra 4.400 individui di età compresa tra i 30 e i 75 anni, è risultato oltretutto che i proprietari di gatti avevano il 30% di rischio in meno di soffrire di infarto.

Il gatto è anche un valido rimedio contro l'ansia, la depressione e l'insonnia. Inoltre giocare con un micio risulta estremamente efficace per la cura delle cefalee nei bambini e negli adolescenti e sembra che i gatti siano pure in grado di riconoscere i sintomi di una crisi epilettica alcune ore prima che questa si manifesti.



Gatti e pet therapy

Uno studio condotto dal Baker Medical Research Institute di Melbourne, in Australia, ha appurato che avere un gatto sia un valido supporto contro malattie degenerative quali l'Alzheimer. Anche i bambini trarrebbero beneficio dalla presenza di un animale tra le mura domestiche: uno studio dell'allergologo statunitense Dennis Ownby evidenzia come i bambini con un gatto in casa siano meno soggetti ad allergie e malattie asmatiche rispetto ai loro coetanei che invece non hanno mai avuto un amico a quattro zampe.

Questo è il motivo per cui il gatto viene utilizzato anche in interventi di pet therapy.

Relazionarsi con un gatto comporta una serie di effetti positivi, che coinvolgono la sfera emotivo-relazionale e quella fisica.

Si va dal piacere del contatto fisico con l'animale, allo stimolo a una vita più sana, con momenti di svago e passeggiate all'aria aperta. La compagnia di un animale riduce il senso di solitudine, soprattutto nelle persone anziane; prendersi cura di un altro essere vivente incoraggia il senso di responsabilità e aiuta la condivisione per bambini e adolescenti, fino ad arrivare all'attenuazione dei sintomi depressivi o ansiogeni e alla regolazione della pressione sanguigna e della frequenza cardiaca.

Il rapporto affettivo con un animale instaura dunque un circolo virtuoso in cui gli effetti fisici interagiscono con la parte psico-emotiva, e a loro volta le conseguenze a livello psicologico migliorano l'equilibrio della salute corporea.

Insomma, la presenza di un gatto migliora la qualità di vita sia sul piano emotivo che su quello fisico.

TORNARE A CAMMINARE? SI PUÒ

Sede a Roma, ma consulenze in tutta Italia per favorire le funzionalità psicomotorie attraverso la prevenzione, il recupero e il mantenimento

Clima disteso e musica soffusa favoriscono il rilassamento in modo che il paziente possa vivere il trattamento come un gradevole momento di relax. Stiamo parlando di pazienti a quattro zampe e il luogo è la sede di *Body Pet* a Roma, un vero e proprio centro di riabilitazione per animali dove professionisti competenti con impegno e passione sono al servizio di un unico obiettivo: prevenire, trattare e risolvere ciò che pregiudica la deambulazione, la forma, il benessere e l'aspetto del pet tanto amato dal suo proprietario.

È dimostrato che, come per l'uomo, molti cani e gatti motulesi, tetra o paraplegici - ma anche i cosiddetti esotici (cavie, cincillà, furetti, volatili, tartarughe ecc.) - grazie a una fisioterapia mirata possono tornare a camminare.

I risultati parlando da soli, come commenta la cofondatrice Sally Mascaro: "Mai scoraggiarsi. Anche quando la patologia è di lunga data vale sempre la pena tentare, la fisioterapia può dare risultati miracolosi".

Body Pet riceve a Roma su appuntamento, ma la dottoressa Mascaro è disponibile anche per visite fuori sede sul territorio italiano e studia insieme ai proprietari le soluzioni e le modalità praticabili.



Sempre in collaborazione con il veterinario

Tutti i trattamenti sono concordati con il medico di fiducia. La collaborazione fra veterinari e fisioterapisti è preziosissima per il raggiungimento degli obiettivi. *Body Pet* rispetta la figura del veterinario, mai sostituendosi alla sua competenza e capacità di diagnosi e ponendosi sempre con un approccio di disponibilità e aperta collaborazione. Le fasi pre e post-operatorie sono decise insieme in base al caso specifico, così come il recupero del paziente, in casi non operabili, con metodiche indolori che hanno anche il vantaggio di sostituire o ridurre l'uso dei farmaci.

A chi può essere di aiuto

I trattamenti sono utili principalmente ai pazienti ortopedici o con mobilità ridotta o nulla, e a quelli affetti da patologie neurologiche come ernie del disco, embolismo fibrocartilagineo, poliradicoloneurite, mielopatie degenerative, paralisi da botulismo e tetano, toxoplasmosi, neosporosi, discospondilite, labirintite, traumi del nervo sciatico, avulsione del plesso brachiale, patologie idiopatiche, sindrome della cauda equina, sindrome del cucciolo nuotatore, sindrome di Wobbler.

Sono utili anche per preparare l'apparato muscolo-scheletrico alla chirurgia, subito dopo la chirurgia per contrastare l'atrofia muscolare e accelerare i tempi di recupero e dopo un periodo di riposo postchirurgico.

E ancora, in casi di displasia, rottura o lesione del legamento crociato, lussazioni, lesioni muscolo-tendinee, contratture e traumi anche da investimento. In assenza di sensibilità agli arti posteriori, per lo sviluppo della cosiddetta andatura spinale che consente all'animale paraplegico di muoversi autonomamente.

Fisioterapia, andatura spinale, idroterapia...

Sono molteplici i trattamenti attuati, strumentali e manuali, che trattano patologie o disfunzioni neuro-muscolo-scheletriche riducendo l'atrofia muscolare e migliorando la funzionalità del movimento e lo stato di benessere fisico e psicologico.

Le modalità sono flessibili e spaziano dalle tecniche manuali per la riabilitazione passiva alla riabilitazione attiva con tavolette propriocettive, tappeti per la sensibilità, physioroll ecc., dal laser all'elettrostimolazione, dagli ultrasuoni alla magnetoterapia, tutti rigorosamente per uso specifico veterinario.

Body Pet dispone anche di vasche speciali - adatte anche al gatto - per l'underwater treadmill (tapis roulant in acqua), molto efficace nel recupero di pazienti neurologici, ortopedici o anziani, nella preparazione del cane sportivo e nel controllo del peso.

Per mettere a proprio agio anche i pazienti più sofferenti o più timorosi e diffidenti



Riabilitazione e Toelettatura

BODY PET - Centro di riabilitazione e toelettatura professionale
tel. 0664692190, cell. 3278179804
www.bodypet.it, bodypet2@gmail.com



Dott.ssa Sally Mascaro



WALKING AGAIN? IT'S POSSIBLE

Headquarters in Rome, but advisory all over Italy to support psychomotor function through prevention, recovery and maintenance

A relaxed environment and soft music support relaxation so that patients can live treatments as a pleasant, relaxing moment. We are talking about four legged patients, and the place is the *Body Pet* centre in Rome, a rehabilitation centre for pets where competent professionals work with dedication to help prevent, treat and solve what compromises walking, shape, wellbeing of our beloved pets.

It is a proven fact that, just like men, many disabled, quadriplegic and paraplegic dogs and cats - but also the so-called exotics (guinea pigs, chinchillas, ferrets, birds, turtles, etc.) - can walk again if treated to targeted physiotherapy. Results speak for themselves, as said by co-founder Sally Mascaro: "Never give up. Even when the problem is dated it always worth a try, because physiotherapy can achieve miracle results".

Body Pet takes appointments in Rome, but Dr. Mascaro is available for visits around Italy and is willing to study the most suitable and practical solutions with owners.

Always in collaboration with vets

All treatments are agreed with the pet's vet. Collaboration between vets and physiotherapists is crucial to achieve the desired results. *Body Pet* respects the vet, and never tries to replace his medical competence and diagnosis ability, and they always aim at being approachable and open to collaboration. The pre and post-surgery phases are agreed together according to each case specifics; the same is valid for patient recovery, when operating is not an option, with painless methods with the additional benefit of reducing or substituting drugs.

Who can benefit from these treatments

Treatments are usually recommended to orthopaedic patients or patients with reduced or no mobility, and to those suffering from neurologic disorders such as disc herniation, fibrocartilage embolism, polyradiculoneuritis, degenerative myelopathy, botulism and tetanus paralysis, toxoplasmosis, neosporosis, discospondylitis, labyrinthitis, sciatic nerve trauma, brachial plexus avulsion, idiopathic disease, cauda equina syndrome, swimming puppy syndrome, Wobbler syndrome.

They are also useful to prepare the musculoskeletal apparatus for surgery, immediately after surgery to prevent muscular atrophy and speed recovery, as well as after post-surgery rest.

And also, in case of dysplasia, cruciate ligament disruption or damage, dislocation, musculotendinous traumas, tension and blunt trauma. Also to develop spinal gait that enables paraplegic pets to move independently if there's no hind legs sensation.

Physiotherapy, spinal gait, hydrotherapy...

There are numerous treatments, either manual or with instruments, to treat neuro-musco-skeletal diseases or malfunctions reducing muscle atrophy, improving movement function and wellbeing.

Modalities are flexible and vary from manual passive rehabilitation techniques to active rehab with proprioceptive tablets, sensitivity mats, physioroll etc., from lasers to electrostimulation, from ultrasound to magnetotherapy, all strictly for vet use only.

Body Pet also has special tubs - also suitable for cats - for underwater treadmill, extremely effective for treating neurological, orthopaedic or elder patients, during preparation of sport dogs or in weight control programs.

To put at ease even the most suffering or fearsome and suspicious patients such as cats, *Body Pet* uses pillows and mats for passive therapies, entertaining toys to make treatments more pleasant, soft music and lighting. They also assist owners and pets even at home and in between therapy sessions.

And if you need extra help...

Body Pet makes custom carts for disabled dogs and cats, also deliverable, and offers extremely useful products that can improve dramatically the life of a disabled pet, but not only: tutors, anti-scratch shoes, antidecubitus mats, prosthesis, incontinence bands, anti-licking bands, fore, hind and full body slings.

Beauty space

Body Pet grooming takes place in the same relaxing environment, with a dedicated area for disabled pets equipped with jockstraps, non slip mats, tubs and drying and haircut areas. The beauty area also offers healing and parasiticide baths, stripping, trimming, wool removal, scissor or clipper haircut, ear and eyes cleaning, nail cutting, teeth cleaning and painless ultrasound teeth cleaning without anaesthesia.

Let's meet the protagonists

Professionalism, deontology, reliability and common sense are the keywords. *Body Pet* team consists of professionals with a common goal: patient wellbeing.

- Dr Sally Mascaro - graduated in Pets' safeguard and wellbeing, after her postgraduate courses she obtained the CCRP specialization in dogs and cats rehabilitation diploma and now collaborates with vet clinics and practices throughout Italy;

- Adriano Di Filippo - groomer, took classes with Oscar Ripamonti achieving the first grooming master in Cremona, and specialising in washing and grooming dogs, cats and other pets with walking problems and in assisting pets during water therapy, alongside Sally Mascaro;
- qualified vet nutritionists - give advice on how to aid and complete a rehab program with a custom diet.



Le vasche speciali, adatte anche al gatto, per l'underwater treadmill
Special tubs for underwater treadmill - also suitable for cats

come i gatti, *Body Pet* si serve di tappeti e cuscini per le terapie passive, giochi di intrattenimento per rendere più gradevoli i trattamenti, luci soffuse e musica di sottofondo. E segue il proprietario e l'animale anche nella gestione a casa e nei giorni di sospensione della terapia riabilitativa.

E quando serve un aiuto in più...

Body Pet realizza inoltre carrellini personalizzati per cani e gatti disabili, ordinabili anche a distanza, e propone prodotti di altissima utilità che possono rivoluzionare la vita del pet disabile e non solo: tutori, scarpette antigraffio, tappeti antidecubito, protesi, fasce per l'incontinenza, bende antileccamento, imbragature anteriori, posteriori e full body.

Lo spazio della bellezza

Sempre nello stesso clima disteso e rilassante si svolge l'attività di toelettatura a cui *Body Pet* affianca un'area dedicata agli animali disabili e dotata di sospensori e tappeti antiscivolo, vasche e zone asciugatura e taglio. È lo spazio della bellezza, con tanto di bagni curativi e antiparassitari, stripping, trimming, slanatura, tagli a forbice e a macchinetta, pulizia delle orecchie e degli occhi, taglio unghie, spremitura delle ghiandole perianali, lavaggio e pulizia indolore dei denti con ultrasuoni senza anestesia.

Conosciamo i protagonisti

Professionalità, deontologia, serietà e buonsenso sono le parole d'ordine. Il team *Body Pet* è composto da professionisti appassionati che hanno come obiettivo il benessere del paziente:

- Dott.ssa Sally Mascaro - laureata in Tutela e Benessere Animale, dopo i corsi post laurea ha conseguito al CCRP la specializzazione in riabilitazione del cane e del gatto e collabora con ambulatori e cliniche veterinarie in tutta Italia;



Adriano Di Filippo

- Adriano Di Filippo - si occupa della toelettatura con un innato amore per gli animali. Ha seguito i corsi di Oscar Ripamonti conseguendo a Cremona il primo master per toelettatori e specializzandosi in lavaggi e tagli per cani, gatti e animali con problemi deambulatori e nell'assistenza

in vasca per la riabilitazione in affiancamento a Sally Mascaro;

- veterinari nutrizionisti qualificati - suggeriscono come coadiuvare e completare il programma riabilitativo con un'alimentazione corretta e personalizzata. (M.F.)

Per non perdere la bussola!

UNA GIORNATA ALL'ARIA APERTA,
L'AMATO QUATTROZAMPE,
UNA BUSSOLA E UNA CARTINA.
ECCO TUTTO CIÒ CHE OCCORRE
PER IL DOG ORIENTEERING

DI LORENA QUARTA

Anche se boschi e foreste sono il luogo d'elezione, associazioni e centri cinofili offrono la possibilità di praticarlo ovunque, in un prato come nel parco vicino a casa e persino nei centri storici.

La gara

Una gara di Dog Orienteering prevede un percorso standard costituito da una partenza, una serie di punti di controllo chiamati "lanterne", e un arrivo. All'accreditamento vengono consegnati un cartellino-testimone (che dovrà essere punzonato a ogni controllo) e la mappa con l'indicazione dei punti di controllo. Per dare a ogni partecipante la possibilità di effettuare il proprio percorso senza essere "disturbato" dagli altri concorrenti, il regolamento prevede che le partenze siano scaglionate, con un intervallo di alcuni minuti una dall'altra. A ogni controllo, che va raggiunto nell'ordine segnato sulla mappa, l'orientista usa una punzonatrice appesa vicino alla lanterna per marcare il proprio cartellino. Il percorso non è specificato, la sua scelta costituisce l'essenza dell'*orienteering*.

Appena superata la linea di arrivo, viene rilevato il tempo e controllato il cartellino: se le punzonature sono complete la vittoria va al concorrente che ha impiegato il minor tempo.

L'equipaggiamento

Per gareggiare al meglio è consigliabile dotarsi di un abbigliamento adeguato: scarpe da trekking, tuta da ginnastica, zaino con attrezzatura di primo soccorso per sé e per il cane, torcia di segnalazione, impermeabile, acqua, documento di identificazione e cellulare.

I cani devono indossare una pettorina preferibilmente "ad H" (sono vietati i collari a strozzo, a semi-strozzo e fissi) e guinzaglio, ove previsto.

La bussola è uno strumento indispensabile per praticare il Dog Orienteering, serve a orientare la cartina e individuare la direzione da prendere e si rivela fondamentale nel caso sulla mappa ci siano pochi particolari di riferimento.

La carta da *orienteering* è molto accu-





Bene a sapersi

● Nel 1919 a Stoccolma venne organizzata la prima gara ufficiale di orientamento. In Italia la prima vera competizione si svolse nel Lazio nel 1967. Il cane si è successivamente affiancato all'uomo e così è nato il Dog Orienteering.

● Questa disciplina ha avuto la sua ribalta internazionale nel 2012 in occasione dei Dog Olympic Games a Lignano Sabbiadoro. Per ora non esiste un vero e proprio campionato e l'organizzazione di gare e prove è affidata ai centri cinofili.

● Una simpatica attività di ricerca da praticare con il proprio cane è la caccia al tesoro: senza bussole o cartine, si tratta di un lavoro di squadra in cui l'uomo deve interpretare gli indizi e il cane trovare gli oggetti nascosti.

Indirizzi utili

Il Dog Orienteering® è inserito nel più ampio progetto "Attività Pet Partner Acqua e Superficie" (APPAS) ideato e gestito dalla Federazione Italiana Cinofilia Sport e Soccorso (FICSS). Le regole di base sono quelle dell'orienteeing e derivano dai regolamenti ufficiali federali (FISO, Federazione Italiana Sport Orientamento). Per quanto riguarda l'attività di orientamento praticata con il cane, nel sito della FICSS è possibile leggere il regolamento completo (www.ficss.it).

rata e dettagliata, il terreno e gli oggetti sono rilevati in modo da essere facilmente visibili. Vengono usati convenzionalmente sette colori per caratterizzare le differenti situazioni: in nero gli oggetti in pietra (massi, dirupi o terreni sassosi) e tutto ciò che ha un aspetto lineare (strade, sentieri, ruderi o edifici); in marrone le forme del terreno (piccole colline, scarpate, fossi, variazioni di livello); in blu tutto ciò che è acqua (laghi, stagni, fiumi, ruscelli, paludi); in giallo il tipo di vegetazione; in verde la vegetazione che può rallentare il percorso; in bianco i boschi con poco sottobosco e in viola (o in rosso) il percorso sulla carta.

Cinque specialità... tra abilità e fantasia

Cinque sono le specialità tra cui scegliere:

- *Caccia alla lanterna*, in cui non sono segnalate tutte le lanterne ma solo alcune dove il concorrente troverà gli indizi per arrivare a quelle non indicate; il cane ha il compito di cercare la "velina" con l'indicazione della lanterna successiva.
- *Staffetta dedicata alle famiglie*. Al via il caposquadra, con il cane e con l'ausilio di mappa e bussola, deve trovare la prima lanterna. Il cane viene poi rimandato indietro dal secondo conduttore, che dovrà farsi portare alla prima postazione senza mappa né bussola. Quando il secondo conduttore (o il gruppo) avrà raggiunto il caposquadra, quest'ultimo deciderà chi dovrà procedere con il cane alla seconda lanterna e così via fino alla fine del percorso.
- *Trail-O (orienteeing di precisione e discriminazione olfattiva)*, non richiede particolari abilità atletiche, non è suddiviso in classi e categorie, è aperto a tutti, compresi i diversamente abili. Il cane deve identificare l'aroma scelto alla partenza (tra tè verde, tè nero, tè alla pesca, tè alla vaniglia o camomilla), segnalandolo al proprio conduttore e all'assistente di gara.
- *Palestra 5*, dedicata ai ragazzi, prevede anche degli ostacoli di *mobility dog*.
- *Ricerca* (persone e oggetti). Una specialità molto complessa, una ricerca di dispersi sportiva/simulata. Sono previste 3 classi e 3 categorie, variano lunghezza del percorso, numero delle lanterne e difficoltà. ↻

La carta d'identità... felina

**PEDIGREE, DISCENDENZE, RAZZE,
CURE DEI CUCCIOLI:
FACCIAMO UN PO' DI CHIAREZZA**

DI LAURA BURANI - FOTO RENATE KURY

La parola pedigree deriva dal francese *ped de grue*, letteralmente "zampa di gru": nell'antichità negli alberi genealogici i figli erano solitamente indicati con biforcazioni di linee rette rivolte verso il basso, forma che ricordava l'orma di una gru.

Inizialmente il pedigree venne usato per la genealogia dei cavalli da corsa inglesi, poi fu utilizzato dagli allevatori per indicare la genealogia di altri animali domestici a scopo di selezione artificiale. Con l'estendersi degli studi sulla genetica, elencare gli ascendenti è diventata poi una consuetudine e il termine è diventato di uso comune.

Cos'è il pedigree?

In sostanza il pedigree è la carta d'identità del gatto, l'unico documento che ne attesta la provenienza e ne qualifica l'origine come "gatto di razza"; è un documento emesso dalle Associazioni Feline, gli unici enti preposti a certificare le origini dell'animale.

Nel pedigree viene riportato l'albero genealogico del gatto e in particolare:

- il nome, il sesso, la data di nascita, il colore, il numero di registrazione, il microchip;
- il nome dell'allevatore, l'affisso (se posseduto) dell'allevamento, l'indirizzo;
- l'identità di padre e madre del cucciolo, con i rispettivi dati anagrafici, di colore e numeri di registrazione;
- la linea di discendenza (4 o 5 generazioni), con tutte le indicazioni anagrafiche, di colore e di registrazione per ogni singolo gatto.

Di conseguenza il registro del Libro Origini iscrive gatti che:

- appartengono a una razza pienamente riconosciuta;
- hanno una varietà riconosciuta in riferimento alle razze di cui al punto precedente;
- hanno un pedigree con gatti di razza pura con un minimo di tre generazioni precedenti il soggetto considerato.



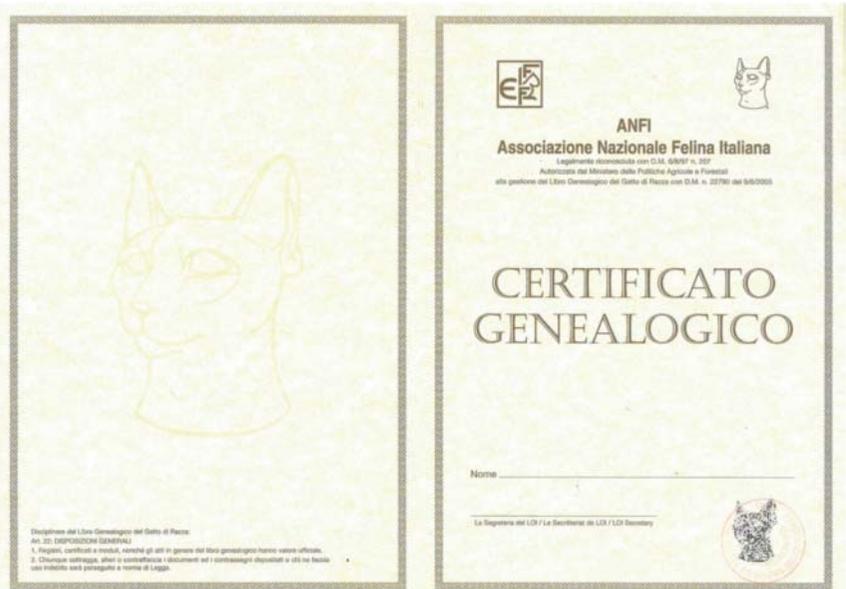
In base alle associazioni feline di cui l'allevatore fa parte, i regolamenti possono rivelarsi leggermente differenti ma, in linea generale, l'allevatore è tenuto a denunciare la nascita della cucciolata al Libro Origini della propria associazione in tempi che variano dai 30 ai 40 giorni dopo il parto e, successivamente, a richiedere i pedigree dei cuccioli.

L'ANFI (Associazione Nazionale Felina Italiana)

La prima associazione riconosciuta dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali (MiPAAF), quella che rilascia il maggior numero di pedigree di gatti in Italia, è l'ANFI (Associazione Nazionale Felina Italiana) presente sul territorio fin dal 1947, quando era conosciuta come Società Felina Italiana e faceva già allora parte del circuito internazionale FIFe (Fédération

Internationale Féline) a cui aderiscono ben 41 Paesi nel mondo che condividono gli stessi regolamenti basati sulla selezione di animali sani.

A livello europeo è vietata la commercializzazione di cuccioli senza pedigree, pertanto i negozi di animali e gli allevatori professionali sono tenuti a vendere soltanto animali con pedigree secondo i regolamenti fissati dalla Commissione Tecnica Centrale, organo tecnico di raccordo tra l'associazione autorizzata dal MiPAAF all'emissione di certificati (pedigree) e il MiPAAF stesso.



Un documento legale e ufficiale

Il pedigree è il certificato di iscrizione ai libri genealogici, in pratica il documento legale e ufficiale che sancisce che un gatto appartiene realmente a una particolare razza. È dunque l'unico modo per poter affermare: "questo gatto è di razza". Nessun altro documento può essere presentato con questo scopo, né valgono le affermazioni di veterinari o sedicenti esperti. A tal proposito vi è tutta una legislazione relativa all'emissione di certificati ufficiali a partire dalla Direttiva CEE 174/91 e dal Decreto Legislativo 529/92.

Insomma... se il gatto ha il pedigree è di razza, altrimenti no. Un animale senza pedigree, anche se nato da genitori con pedigree, non può e non è considerato di razza da nessuna associazione felina e da nessun allevatore serio.

Il pedigree è importante e "saperlo leggere" è una vera e propria abilità, perché solo attraverso questo documento l'allevatore può studiare le linee di sangue, i pregi e i difetti dei vari soggetti e pianificare la propria attività di selezione della razza.

Il gatto con pedigree costa di più?

In media un pedigree regolarmente emesso in Italia dalle associazioni feline riconosciute costa dai 13 ai 20 euro. Non credete a chi dice che costa di più, basta consultare i siti delle associazioni e verificare le tariffe. Quando un allevatore dice che il pedigree costa 200/300 euro, è meglio non credergli. È buona cosa scegliere sempre un esemplare per il quale venga rilasciato il pedigree e se l'allevatore dà giustificazioni diverse... meglio diffidare.

Gatto di casa o gatto di razza?

Non è consigliabile comprare un gatto senza pedigree, perché in questo caso state "pagando" un gatto di casa. Talvolta gli allevatori vendono soggetti senza pedigree perché il fatto di avere il pedigree per un cucciolo comporta la denuncia della cucciolata. E se la cucciolata è nata da gatte troppo giovani (quindi in violazione dei regolamenti delle associazioni che impongono solitamente almeno 10 mesi di età per la mamma) o da gatte che hanno gravidanze ravvicinate (i regolamenti, in generale, dicono che sono permesse 3 gravidanze nell'arco di 24 mesi) o ancora da accoppiamenti non permessi (tecnicamente *outcross*, incroci con altre razze), l'allevatore deciderà certo di non denunciarla, perché passibile di richiami o controlli, quindi preferirà piuttosto vendere senza pedigree.

Salute e confort, innanzitutto

Quando ci si iscrive a un'associazione felina è necessario seguirne i regolamenti e rispettarli. L'ANFI stabilisce, per esempio, che la salute e il benessere di ogni gatto devono rappresentare il primo fondamento per tutti gli allevatori e i proprietari di gatti e cuccioli. Deve essere incoraggiato un allevamento responsabile, basato su principi genetici, sulla prevenzione dei difetti e su un ambiente confortevole e amorevole. Inoltre deve essere tenuta un'accurata registrazione inerente la salute e l'allevamento dei gatti e dei cuccioli, che devono essere regolarmente vaccinati. I soggetti malati devono ricevere le appropriate cure veterinarie nel minor tempo possibile. Le infestazioni di parassiti, come pulci, zecche, vermi intestinali etc. sono a volte imprevedibili, ma ogni soggetto deve essere regolarmente controllato e trattato. Misure speciali vanno adottate per la prevenzione e la diffusione di malattie virali, batteriche o fungine, incluso l'utilizzo di vaccini, se disponibili.

L'ambiente in cui vivono i soggetti (comprese cucce, cassette igieniche, ciotole etc.), deve essere tenuto pulito costantemente. Acqua fresca deve sempre essere a disposizione, come pure la giusta quantità e qualità di cibo. Bisogna fornire posti comodi per il riposo, oggetti per il gioco, spazi per arrampicarsi e per altre attività fisiche. I soggetti devono poter vivere in spazi adeguati nei quali muoversi, giocare e poter partecipare alla vita domestica. Per gatti non abituati a temperature estreme, una temperatura tra i 10 e i 35 °C è da considerarsi accettabile. In caso di temperature inferiori o superiori alla media indicata, si richiede che si provveda con riscaldamento o condizionamento delle aree. I locali dovranno essere ben ventilati (porte, finestre, sistemi di condizionamento) per minimizzare odori, umidità e correnti d'aria. La luce dovrà essere sia naturale che artificiale. Le suppellettili, i pavimenti e i rivestimenti murali dovranno risultare facilmente pulibili e disinfettabili. Sebbene alcuni soggetti gradiscano la compagnia di altri consimili, il sovraffollamento deve essere evitato per ridurre situazioni di stress che potrebbero accentuare l'aggressività e incrementare, in modo molto più significativo, il rischio di malattie.

I cuccioli non possono allontanarsi dalla madre né essere ceduti a un nuovo proprietario prima delle 12 settimane di vita e devono essere stati completamente vaccinati contro la panleucopenia felina, il calicivirus felino e l'herpes virus felino, tranne in presenza di diversa indicazione del veterinario.

I gatti bianchi devono essere sottoposti a un test dell'udito prima di venire usati per riproduzione. Non è consentito l'accoppiamento di due gatti bianchi onde evitare la nascita di soggetti sordi.

Queste sono regole generiche a salvaguardia della salute e del benessere del gatto (ovviamente ci sono disposizioni per ogni razza che non stiamo a riportare in questa sede).

L'ANFI dispone controlli presso le abitazioni dei propri associati per verificare l'esistenza delle condizioni ottimali per la vita dei gatti di razza. Per maggiori delucidazioni è possibile consultare tutti i regolamenti sul sito www.anfitalia.it. 

La “cugina” (semi)sconosciuta

IMPARENTATA CON LE PIÙ DIFFUSE
ELODEA, VALLISNERIA & C.,
BLYXA AUBERTII, PUR ESSENDO
ACQUATICA AL 100%, STENTA A TROVARE
LA MERITATA POPOLARITÀ.
FORSE A CAUSA DELLA SUA INCAPACITÀ
DI CRESCERE... FUORI DALL'ACQUA!

DI ALESSANDRO MANCINI

spetto ricorda un folto cespuglio di vallisneria, con le sue delicate foglie nastriformi (se ne contano fino a un centinaio nei cespugli più rigogliosi) lunghe fin oltre mezzo metro. I motivi della sua scarsa diffusione nelle nostre vasche trovano in parte spiegazione nell'evoluzione recente del commercio delle piante d'acquario: oggi, come si sa, la maggior parte di esse viene prodotta in coltura idroponica a partire da meristemi in serre specializzate, un sistema che “premia” le specie anfibe o palustri e penalizza invece quelle esclusivamente acquatiche, di cui solo le specie più richieste e popolari (elodee, vallisnerie, ceratofilli, muschio di Giava, alcune ninfee, qualche galleggiante, ecc.) vengono perlopiù importate dall'Oriente, dove sono ancora coltivate sommerse.

Bella ma effimera

Vi è poi da aggiungere, a onor del vero, che la sontuosa bellezza di questa pianta, nota in acquariofilia anche con il sinonimo di *Blyxa echinosperma*, è - contrariamente alle più mode-

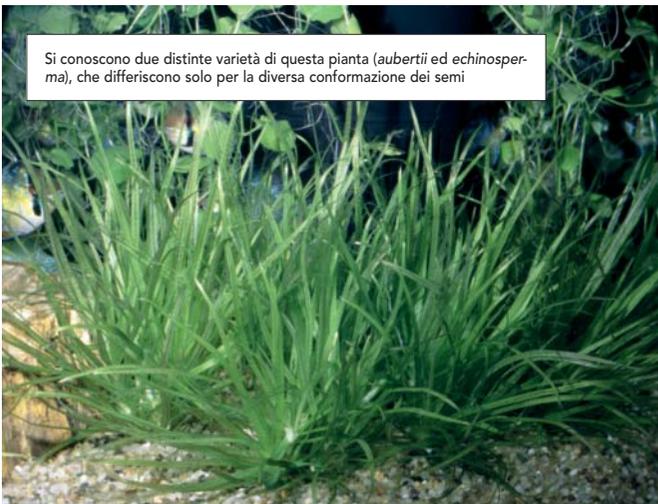
Le “vere” piante acquatiche

Vallisnerie ed elodee (generi *Vallisneria*, *Egeria*, *Elodea*, *Hydrilla* e *Lagarosiphon*) sono piante popolarissime tra gli acquariofili, sin dagli albori di questo hobby, quando i primi appassionati le raccoglievano negli stagni e nei fiumi insieme ai pesci e agli altri organismi ospitati nelle loro vasche. Tutte appartengono alla famiglia delle Idrocaritacee che, come suggerisce il nome, è tra le poche a comprendere pressoché esclusivamente specie acquatiche nel senso letterale del termine, cioè in grado di crescere e riprodursi solo in acqua. Assai meno nota - ed è un vero peccato - è un'altra Idrocaritacea, proveniente dall'Asia tropicale nonché dall'Australia e dall'Africa sud-orientale, incluso il Madagascar (è stata introdotta e acclimatata anche negli USA, precisamente in Louisiana): si tratta di *Blyxa aubertii*, una bella pianta descritta dal botanico inglese L.C. Richard nel lontano 1814 e che nell'a-

Il nome *Blyxa* deriva dal greco “scorrere” e allude ai torrenti di foresta nei quali la pianta fu scoperta dai botanici. In realtà essa vive anche in acque palustri e risaie



Si conoscono due distinte varietà di questa pianta (*aubertii* ed *echinosperma*), che differiscono solo per la diversa conformazione dei semi



ste ma longeve cugine - piuttosto effimera: raramente sopravvive più di un anno in acquario e non si moltiplica tramite stoloni o talee con la rigogliosa spontaneità delle altre Idrocaritacee. In compenso non ha esigenze particolari riguardo ai valori chimici, anche se cresce senz'altro meglio in acqua leggermente acida (pH 6-7) e tenera. Un fondo soffice e ben fertilizzato, nonché un'intensa illuminazione, contribuiscono allo sviluppo di “cespugli” particolarmente folti. Tipica pianta da coltivare in filari sullo sfondo e lungo le pareti laterali, si presta bene per gli angoli e per occultare accessori sommersi. I cespugli più folti possono costituire anche un ottimo punto di richiamo a centro vasca negli acquari più grandi. È una specie adatta per acquari piuttosto grandi e comunque profondi non meno di 50 cm. Richiede una regolare somministrazione di CO₂, acqua ben filtrata, forte illuminazione (sotto luce intensa le foglie verdi assumono spesso suggestive tonalità rossastre) e temperatura di 20-28 °C. ↻

DA METTERE AL TOP

Un coperchio completo di illuminazione e sistema di ventilazione, con un design intelligente e adatto a qualsiasi acquario di dimensioni standard

Se il cliente appassionato di acquariologia sta cercando un nuovo coperchio per il suo acquario, *Eheim variluxLED* è proprio quello di cui ha bisogno. Una scelta da consigliare per i suoi molteplici vantaggi: *Eheim variluxLED* è completo di illuminazione e sistema di ventilazione ed è adatto per la maggior parte degli acquari di dimensioni standard, quindi non solo per i modelli prodotti da Eheim. Inoltre l'illuminazione a LED integrata è economica ed efficiente e può essere facilmente spostata per lavori di manutenzione. Le coperture scorrevoli in alluminio composito possono essere aperte da entrambe le estremità. Il flusso d'aria viene mantenuto grazie alla tecnologia CAF (constant air flow - flusso d'aria costante), che aiuta a prevenire la condensazione e l'accumulo di calore. Le aperture per i cavi e i tubi flessibili sono nascoste in ordine nel coperchio. *Eheim variluxLED* è disponibile in due colori: bianco e nero.



Tecnologia di alta qualità

Ecco le principali caratteristiche di *Eheim variluxLED*:

- coperchio rimovibile con unità di illuminazione a LED;
- adatto per vasche di dimensioni standard 80x35, 100x40 e 120x40 cm (non solo per modelli Eheim);
- striscia di luce integrata *Eheim classicLED*, mobile, che può essere prolungata in qualsiasi momento aggiungendo un'ulteriore striscia LED;
- striscia di luce integrata *Eheim classicLED*, a movimento libero (scorrevole), la cui luminosità può essere incrementata con una striscia LED aggiuntiva;
- colore della luce (6500 K) simile alla luce diurna (l'alba e il tramonto possono essere simulati quando il sistema è collegato a un dimmer - regolatore di luce - non incluso);
- alta efficienza energetica: le luci a LED hanno una durata media di 35.000 ore;
- tecnologia CAF (constant air flow), sviluppata da Eheim, che garantisce la circolazione dell'aria e previene la formazione di condensa e l'accumulo di calore;
- pannelli scorrevoli in alluminio composito;
- aperture dei tubi e dei cavi ben nascoste nella parte posteriore;
- design piatto: solo 8,5 cm di altezza;
- disponibile nei colori bianco o nero.

Il gruppo Eheim, con sede a Deizisau, vicino a Stoccarda, è uno dei principali produttori di pompe, filtri e accessori per acquariologia, ed esporta in Europa e Asia. Inoltre l'azienda propone una nuova gamma di laghetti e attrezzature per l'allestimento di negozi specializzati per animali. (E.P.)

aquarium & co.

TOP COVER

The complete lighting, ventilation and maintenance cover. A smart design suitable for standard aquarium

If your customer is looking for a new aquarium cover you should suggest *Eheim variluxLED*: it is suitable for most standard tank sizes, not only EHEIM ones, and features integrated LED lighting and ventilation system. LED lighting is both economical and efficient, the light strip can be easily moved for maintenance work and the aluminium composite sliding covers can be opened from both ends. Air flow is maintained through CAF (constant air flow) technology, preventing condensation and heat accumulation and the openings for cables and hoses are neatly concealed in the flat cover. *Eheim variluxLED* is available in either black or white.

Premium technology

The following are *Eheim variluxLED* main features:

- removable cover with LED lighting unit;
- suitable for standard sized tanks: 80 x 35 / 100 x 40 and 120 x 40 (not only for EHEIM aquariums);
- integrated *Eheim classicLED* strip daylight, freely movable (can be extended with a further LED strip);
- integrated, free moving (sliding) *Eheim classicLED* daylight strip (light can be increased with an additional LED strip);
- the light colour (6500 K) closely reproduces daylight (sunrise and sunset can be simulated when the light is connected to a dimmer, which is not included);
- highly efficient: LED lights have an average 35000 hours service life;
- CAF (constant air flow) technology, developed by EHEIM, ensures air circulation at the same time preventing condensation and heat accumulation;
- sliding panels made of aluminium composite;
- hose and cable openings are neatly concealed at the back;
- flat design: only 8,5 cm thick;
- available in black or white.

The Eheim group, based in Deizisau, near Stuttgart, is one of the leading manufacturers of aquarium filters and accessories, with operations in Europe and Asia. The company also offers a new pond range and shop fitting equipment for specialist pet shops.

Lo sapevate che... Curiosità sul pesce rosso

QUESTA NUOVA RUBRICA, A CADENZA IRREGOLARE, È DESTINATA A SODDISFARE LE CURIOSITÀ DEI NOSTRI AFFEZIONATI LETTORI: VI RACCONTIAMO, SU UN ARGOMENTO DI VOLTA IN VOLTA DIVERSO, QUELLO CHE SEMPRE AVRESTE VOLUTO SAPERE MA NON AVETE MAI OSATO CHIEDERE...

DI LUCIANO DI TIZIO

risce, tra gli altri, Vittorio Menassé nel suo classico e ormai "antico" testo *Carassi, koi e gli altri pesci d'acqua fredda*, pubblicato da Edizioni Encia di Udine nel 1974.

Lo sapevate che le prime citazioni certe della sua esistenza risalgono invece ad alcuni documenti riconducibili alla dinastia Sing (960-1278)? Da allora e per qualche secolo *chi-hy* (questa è la trascrizione più o meno precisa del suono che ha il nome del nostro amico in cinese) è stato considerato un dono degli dei del quale erano degni unicamente imperatore e nobili. La diffusione, al di là della cerchia privilegiata delle classi dominanti, avvenne durante i tre secoli circa della dinastia Ming

Lo sapevate che originariamente il pesce rosso (*Carassius auratus*) era diffuso in natura unicamente in Asia orientale? La specie, per via di successive e ripetute immissioni, è oggi invece presente, all'occorrenza, in varie regioni del mondo.

Il fatto che le origini del pesce rosso si perdano nella notte dei tempi è cosa ben nota. Si dice (non esistono tuttavia documenti inconfutabili a provarlo) che carassi di colore rosso vivo venissero allevati a scopo puramente estetico in alcune regioni della Cina già nel 400 a.C.: lo rife-

Questa rubrica è nata qualche mese fa (esordio sul n° 6/2017 di *Vimax Magazine*, la rivista dalla quale è nata *Zampotta*). Abbiamo iniziato occupandoci di testuggini e tartarughe ed era pressoché inevitabile proseguire con il pesce rosso, l'animale da compagnia in assoluto più diffuso in Italia e nel mondo e amato non meno di cani, gatti e canarini.



Nel Black Moor predominano i melanofori, portatori della melanina, pigmento nero o bruno

(1368-1644), lo stesso periodo nel quale il pesce rosso cominciò a essere esportato all'estero.

Lo sapevate che le varietà eteromorfe (quelle in cui varia anche la forma del corpo: fantail, ninfa, occhi a bolla, ecc.), alcune delle quali erano già state selezionate nei secoli precedenti, hanno avuto un formidabile impulso a partire dal 1500, da quando la specie è arrivata in Giappone, dove ha trovato pazienti e capaci allevatori?

È impossibile affermare con esattezza assoluta quando il pesce rosso sia giunto in Europa. Si narra che la prima importazione sia avvenuta in Portogallo intorno al 1600. Ma **lo sapevate che** sono invece noti con ragionevole certezza l'anno e il Paese della prima riproduzione ottenuta nel vecchio continente? La nazione che vanta questo primato è l'Olanda e l'anno è il 1728, ben prima di qualsiasi altro pesce allevato dall'uomo a fini ornamentali. In Italia l'importazione risalirebbe a quello stesso secolo XVII e quasi allo stesso periodo l'immissione in acque libere in diverse delle quali è oggi presente, rinselvatichito, con una colorazione che lo avvicina a quella del carassio comune (*Carassius carassius*).



La variabilità di colore dei carassi dorati deriva dalla diversa combinazione nei vari individui delle cellule cromatofore, portatrici di pigmenti coloranti

Lo sapevate che in Italia i primi allevamenti in cattività del carassio dorato vennero realizzati nel bolognese utilizzando i maceratoi della canapa o le risaie e che tuttora in quell'area geografica sono presenti i maggiori impianti per la sua riproduzione?

E **lo sapevate che** la riproduzione del pesce rosso, anche se poco praticata, può avvenire facilmente anche in acquario? Per ottenerla è sufficiente anche una vasca non grandissima (da una cinquantina di litri in su) con acqua fresca e neutra e con temperatura intorno ai 22 °C. Sarà gradita la presenza di una zona ricca di piante, meglio se a foglie fini (es: *Eleocharis*, *Riccia*, *Utricularia*...). Le uova vengono deposte sulle piante e schiudono in circa una settimana. Gli avannotti alla nascita sono lunghi 3/4 mm e sono di colore bruno.

Lo sapevate che la notevole variabilità di colore dei carassi dorati deriva dalla diversa combinazione nei vari individui di eritrofori (cellule cromatofore portatrici del pigmento rosso), xantofori (pigmento giallo) e melanofori (portatori di melanina, pigmento nero o bruno)?

I carassi dorati assumono la loro vivace colorazione soltanto intorno agli otto mesi di vita, mentre prima hanno una livrea uniformemente brunastra. E **lo sapevate che**, a causa di questa colorazione poco appariscente, i giovani sono da diversi autori definiti "bronzini"? Un nome volgare, in verità poco usato in acquariofilia, che la specie ha in comune con la spigola, *Dicentrarchus labrax*, il ben noto serranide marino detto appunto anche bronzino (o branzino).



I pesci rossi sono presenti, in acque libere o in vasche e fontane pubbliche e private, in tutte le regioni d'Italia

La spigola è un pesce pregiato dal punto di vista alimentare e di discreta taglia. Al pesce rosso siamo invece abituati a pensare come a un animaletto di una decina di centimetri o poco più, ma **lo sapevate che** gli individui che vivono in natura, compresi ovviamente quelli rinselvatichiti (oggi i più numerosi nel mondo) possono raggiungere taglie ragguardevoli? Ci sono casi documentati, in Italia, di pesci di lunghezza sino a 36 cm e peso di 900 gr!

E infine **lo sapevate che** il pesce rosso è oggi presente, in acque libere o in vasche e fontane di giardini pubblici e privati, in ogni regione italiana? Un dato che forse dovrebbe indurre tutti noi a un maggior rispetto verso l'ambiente e la fauna nostrana. ↻

Contrasti

COMUNICARE AL CLIENTE
 ALCUNE IDEE FONDAMENTALI
 DI ARREDAMENTO
 E FORNIRE I MATERIALI
 NECESSARI A REALIZZARLE
 SERVE AD ACCRESCERE
 IL SUO GRADO DI SODDISFAZIONE
 NEI CONFRONTI DELL'ACQUARIO

DI VALERIO ZUPO

pochi coralli e di un paio di pesci dalle forme insolite crea senz'altro quell'atmosfera misteriosa che accende le fantasie di grandi e piccini. Eppure, troppo spesso riusciamo a ottenere effetti scialbi e poco attraenti anche nel marino tropicale.

L'acquario d'acqua dolce, tuttavia, viene spesso considerato quasi come una soluzione... di consolazione. Dopo aver appreso prezzi e difficoltà si rimanda l'acquisto dell'ambito marino, accontentandosi di un più "modesto" dolce tropicale. Ma è davvero così?

L'acquario può stupire ancora?

Le tecniche di *aquascaping* attraggono continuamente nuovi adepti e gli esperti che ci spiegano modi diversi di associare sassi e piante sono sempre più numerosi. Questo è senz'altro un dato interessante e utile alla diffusione dell'hobby degli acquari, poiché lo scopo ultimo di un acquario è certamente quello di stupire. Quando, in passato, nacquero i primi acquari era facile impressionare l'osservatore occasionale: un pesce marino o d'acqua dolce in una vasca da trenta litri rappresentava senz'altro motivo di meraviglia! Ma gli anni passano e siamo diventati sempre più "smaliziati": oggi possiamo ancora stupire con un acquario?

Il volto dei clienti che entrano in negozio, laddove una bella vasca allestita faccia bella mostra di sé dice di sì. Occorre però che l'acquario sia davvero spettacolare, con organismi dalla forma insolita e pesci dai colori inattesi, per produrre gli effetti desiderati. Questo spiega in parte anche il successo sempre frizzante del marino tropicale, a dispetto dei suoi costi e della relativa difficoltà di mantenimento. In un marino tropicale bastano un'anemone e una coppia di pagliaccio per produrre effetti mozzafiato. L'aggiunta di



In questo acquario è bastata l'aggiunta di alcune pietre rosse per modificare totalmente l'estetica nel rispetto della teoria dei contrasti. Infatti le rocce rosse, che si distinguono bene sulla vegetazione bassa che è scura, rappresentano punti di richiamo evidenti, insieme alla vegetazione di un colore verde chiaro. In queste condizioni qualsiasi specie ittica risalta e appare ben evidente

Aquascaping

Gli acquari d'acqua dolce hanno cominciato a stupire qualche decennio fa, quando famosi arredatori (oggi chiamati *aquascapers*) hanno proposto le prime soluzioni mozzafiato: acquari che sembrano spaccati di oceano con piccole scuole di pesci che si muovono di concerto. Ogni *aquascaper* ha una propria personale filosofia, anche se cominciano a circolare delle "teorie" più o meno condivisibili. Alcuni propongono l'associazione di ardesia e legni di torbiera come base di lavoro per un buon acquario d'acqua dolce. Altri sostengono che muschi e sassi lisci siano fondamentali per realizzare un ambiente speciale. Alcuni propongono l'osservazione della natura, altri fondano la riuscita di un bell'arredamento sul giusto mix di alcuni elementi fondamentali. Le teorie più ardite, di origine orientale, spiegano come tre sassi possano trasferire il giusto

"messaggio" all'osservatore, se disposti a triangolo e se delle giuste dimensioni. Certamente alcune teorie si basano su concetti di bellezza storicamente dimostrati, come nel caso del calcolo della sezione aurea per definire la posizione ideale per gli oggetti di rilievo destinati ad "accompagnare lo sguardo" dell'osservatore. Altre teorie sono assolutamente opinabili, come quelle basate sui segni zodiacali o sulla natura astrale dei minerali adottati. Ma dobbiamo davvero trasferire al cliente una particolare filosofia di vita per vederlo finalmente sorridere soddisfatto dei risultati raggiunti?

Senza dubbio le teorie dei grandi esperti di *aquascaping*, in un modo o nell'altro, permettono di raggiungere risultati straordinari, anche se non sempre le basi teoriche delle varie scelte sono scientificamente dimostrabili. Tuttavia, non è detto che tutti gli acquirenti di un negozio vogliano addentrarsi in particolari strategie di vita zen. Eppure, tutti i clienti desiderano sedersi soddisfatti davanti a un acquario ben arredato e godere della vista di un ambiente spettacolare.

Apologia dell'acquario "fritto misto"

Per ottenere risultati soddisfacenti senza doversi iscrivere a un corso di filosofia, potremmo assecondare i banali desideri del cliente medio, quello che sceglie i pesci in base ai... colori! Questa pratica, giustamente bandita dai puritani, ha comunque delle basi logiche. Da sempre criticiamo questa consuetudine poiché le specie da introdurre in un acquario dovrebbero essere scelte in base alla loro provenienza geografica o, almeno, in base alle loro esigenze ambientali e in termini di valori chimico-fisici. Tuttavia non tutti desiderano allestire un acquario biotopo e, nel caso dell'acquario "fritto misto" (che rappresenta comunque il 70% degli acquari domestici) si possono certamente rispettare le esigenze ecologiche delle specie allevate senza dover rinunciare a una piacevole scelta di colori. Rivalutiamo dunque alcune scelte da sempre criticate per motivi quasi "religiosi" dai puritani dell'acquariofilia, per concludere che, tutto sommato, la richiesta del cliente di associare un pesce rosso con una pianta verde potrebbe avere un senso pratico!

La teoria dei contrasti

Difficilmente il negoziante specializzato potrà insegnare al cliente i principi di base di un *aquascaping* basato su particolari leggi zen, ma di certo potrà suggerire delle scelte di colore e di forma basate su una teoria molto semplice, quella dei contrasti. È facile osservare, come nelle foto di queste pagine, che alcuni contrasti di colore creano semplicemente degli ambienti piacevoli senza la necessità di studi approfonditi (che il cliente potrà comunque condurre in modo indipendente), producendo degli acquari dall'aspetto tridimensionale, molto attraenti. Il negoziante troppo spesso si concentra solo sulla tecnica e sulle esigenze delle specie commercializzate (cosa di per sé corretta, intendiamoci) senza tener conto delle aspettative estetiche del cliente. Si conclude così la scelta di pesci e piante destinati al nuovo acquario, che producono un ambiente dalle tinte tenui, dall'aspetto uniforme, piacevole certamente, ma non in grado di stupire. Anche un fitto gruppo di neon, che si staglia su una parete popolata da *Anubias nana*, accompagnato magari da un gruppetto di grigi *Corydoras*, potrà apparire scialbo, poco attraente, nonostante i colori brillanti dei pesci. Eppure tutte le esigenze ecologiche sono rispettate... persino alcune compatibilità geografiche sono corrette. Tuttavia non è questo l'acquario sognato dai più! Una bella roccia rossa che si staglia sullo sfondo di una vegetazione verde chiaro (pensiamo a una *Blyxa japonica*) e una popolazione ittica diversificata che si distingue bene dallo sfondo invece di mimetizzarsi, potrà fare la differenza. Gli stessi *Corydoras*, posizionati su un fitto prato di *Echinodorus tenellus*, possono apparire vividi e ben evidenti, mentre sul fondo di sabbia silicea semplicemente si mimetizzano, divenendo quasi invisibili all'osservatore.



I discus da sempre rappresentano soggetti interessanti per gli appassionati, anche perché la loro colorazione peculiare crea facilmente contrasti con un ambiente di per sé scialbo. Ecco perché un semplice legno di torbiera e un paio di piante possono creare un ambiente interessante, se popolato da discus



Le teorie descritte valgono per grandi acquari come per mini-vasche. Ecco un mini acquario arredato con gusto, ma in assenza di contrasti. Appare poco profondo e poco interessante per l'osservatore medio

Disponibilità di materiali in negozio

I grandi cuochi affermano che una buona ricetta inizia dalla spesa. Potremmo parafrasare ricordando che un buon arredamento inizia dalla disponibilità di materiali in negozio. Invece di scegliere rocce e substrati, piante e pesci, in base ai costi all'ingrosso e alle richieste medie dei clienti, bisognerà cominciare a "sognare". Immaginiamo i possibili acquari dei clienti e fantastichiamo su come possano essere realizzati utilizzando i materiali disponibili "oggi" nel negozio. Provate a fare ora questo esercizio e tirate le somme. Probabilmente scoprirete che la teoria dei contrasti non può essere rispettata, perché le piante che offriamo sono tutte dello stesso colore, le rocce sono tutte marroni, i

ghiaietti sono solo di due colori, adatti però ad acquari diversi! La disponibilità di legni è limitata, quella dei materiali sintetici addirittura nulla. Questo esercizio, in definitiva, ci aiuterà a immaginare possibilità di arredamento che dovremo di fatto trasferire al cliente al momento opportuno, per migliorare la qualità estetica del suo acquario. In effetti, utilizzando la teoria dei contrasti, che asseconda il banale desiderio del cliente di associare un pesce rosso con una pianta verde (!), riusciremo a razionalizzare e sintetizzare efficacemente le teorie di arredamento e a fornire al cliente tutti quei materiali e quelle specie che potranno assicurare il suo ritorno in negozio. ↪

10 errori da non commettere con il coniglio

PIÙ VOLTE ABBIAMO AFFRONTATO ARGOMENTI SOTTO FORMA DI FAQ, OVVERO 10 SPUNTI DI RIFLESSIONE TRATTI DALLE DOMANDE PIÙ FREQUENTI POSTE SU UNA DETERMINATA SPECIE. QUESTA VOLTA ABBIAMO DECISO DI FARE UN ESPERIMENTO, OVVERO DI TRATTARE IN 10 PUNTI GLI ERRORI PIÙ FREQUENTI CHE VENGONO COMMESSI, ONDE EVITARE DI CADERE IN "TRAPPOLE" CHE POSSONO ESSERE EVITATE

DI CRISTIANO PAPESCHI E LINDA SARTINI

Gli errori di gestione sono spesso alla base di problematiche o patologie che potrebbero essere semplicemente prevenute. Vediamo insieme quali sono i principali "luoghi comuni" che ancora popolano la fantasia di molti. Prenderemo in considerazione questo mese il giovane coniglio di recente acquisto, proponendo alcuni luoghi comuni che devono essere assolutamente sfatati.

① Il coniglio è un roditore

Questo è il primo errore, spesso ancora radicato nell'immaginario comune: il coniglio non è un roditore, bensì un lagomorfo. E nonostante questa consapevolezza sia diffusa da molto tempo, è ancora possibile assistere al ripetersi del suddetto errore anche sul web. Oltre a tante piccole differenze che lo distinguono dai roditori (porcellini d'India, cincillà, ratti, ecc.), la caratteristica principale del coniglio è infatti quella di possedere una doppia coppia di incisivi nell'arcata superiore: questi piccoli denti accessori, praticamente invisibili a bocca chiusa, prendono proprio il nome di "lagomorfi".

② Non somministrare erba fresca al coniglio perché fa male

Chissà come mai ancora molti la pensano in questo modo. In natura il coniglio si alimenterebbe prevalentemente di erba, in quanto trattasi di una specie erbivora. Pertanto l'erba fresca, oltre a non fare male, dovrebbe rappresentare la base dell'alimentazione del coniglio. Quando non disponibile, come nella maggior parte dei casi, deve essere sostituita con fieno di ottima qualità. Ovviamente vale sempre il principio secondo cui alimenti nuovi (l'erba, ad esempio, nel caso di soggetti alimentati esclusivamente con il "secco") devono essere introdotti gradualmente.

③ Il coniglio si nutre di mangime e basta

Gli errori sull'alimentazione sono davvero frequenti. Per quanto esistano in commercio mangimi "completi" per conigli, l'alimentazione di questi animali, come già accennato, dovrebbe essere prevalentemente a base di fieno ed erba e integrata con verdure fresche. Il mangime dovrebbe essere somministrato in piccole quantità, scegliendo sempre un prodotto adatto sotto forma di *pellet*, che contenga elevate quantità di fibra (min. 18%), un basso contenuto di grassi e carboidrati e che sia possibilmente privo di semi.



④ *Il coniglio non ha bisogno di essere vaccinato*

Non è vero! Esistono in particolare due malattie virali (Mixomatosi e MEV) molto contagiose e gravi, addirittura mortali, contro le quali il coniglio dovrebbe essere vaccinato regolarmente, sempre su indicazione del veterinario.

⑤ *Il coniglio in casa può vivere tranquillamente in gabbia*

Il coniglio ha bisogno di spazio e movimento. Una gabbia, per quanto spaziosa, è utile per tenere al sicuro l'animale di notte o in assenza del proprietario e in mancanza di una stanza appositamente dedicata; ma non può essere considerata sufficiente come unica soluzione. L'animale deve poter uscire quotidianamente, fare esercizio fisico e giocare.

⑥ *Il coniglio un animale solitario che non ha bisogno di compagnia*

Il coniglio è un animale sociale, che in natura vive in colonia. Quando possibile, bisognerebbe evitare di acquistare un solo coniglio, in quanto la socialità è veramente importante in questa specie. Ovviamente bisogna scegliere con cura il sesso nel caso di più conigli oppure optare per la sterilizzazione.

⑦ *Il coniglio può convivere con tutti gli altri animali domestici*

Anche questo non è del tutto vero. Per quanto molti conigli si adattino bene alla convivenza, ad esempio, con cani o gatti (molto dipende dal temperamento e dal carattere di ognuno), in alcuni casi proprio non si può fare nulla... Il coniglio non può convivere con quelli che sarebbero i suoi naturali predatori, come un furetto o un serpente di grandi dimensioni. Anche solo l'odore o il contatto visivo potrebbero generare stress.

⑧ *Sterilizzare o castrare il proprio coniglio è controindicato e pericoloso... non fatelo!*

Al contrario! Ormai si considera "moralmente" obbligatorio sterilizzare la femmina in giovane età per prevenire patologie uterine quali, ad esempio, l'adenocarcinoma, e il maschio per evitare patologie testicolari. Inoltre sterilizzazione e castrazione sono spesso indicate per non andare incontro a problemi quali, nel caso di più soggetti, gravidanze indesiderate o lotte per la gerarchia, ma anche comportamenti aggressivi o attenzioni sessuali potenzialmente fastidiose nei confronti dei proprietari.

⑨ *Il coniglio può essere afferrato per le orecchie*

Lasciamo questa immagine alla cinematografia e ai cartoni animati per bambini. Il coniglio non deve mai, per nessuna ragione, essere afferrato per le orecchie, poiché si tratta di una pratica dolorosa e pericolosa per la salute dell'animale. Esistono delle tecniche di contenimento appropriate che permettono di manipolare il coniglio in tutta sicurezza, senza arrecare danno né all'animale né al proprietario.

⑩ *Il coniglio è un ottimo saltatore*

Data la potenza degli arti posteriori, il coniglio è piuttosto bravo a compiere salti relativamente lunghi in avanti. Al contrario, questa specie non è particolarmente ferrata nei salti in alto e, meno che mai, "dall'alto". Il che significa che un coniglio che cada da un tavolo, da un divano o dalle braccia del proprietario non è in grado di atterrare come fosse un gatto. Nell'esperienza degli autori, molte sono le visite ortopediche che conseguono a caduta, anche da altezze relativamente ridotte: fratture degli arti anteriori e della mandibola sono gli eventi più comuni ma non mancano anche lesioni agli arti posteriori e alla colonna vertebrale. ❧



Il pappagallo del Senegal

Il Pappagallo del Senegal, *Poicephalus senegalus*, noto anche come jujù o you-you, è un pappagallo africano caratterizzato da una livrea inconfondibile con piumaggio base verde e testa completamente grigia. Il nome scientifico *Poicephalus* deriva infatti dal greco e significa appunto "testa grigia".

Al genere *Poicephalus* appartengono 9 specie di pappagalli di media taglia, dal corpo forte e dalla coda a spatola, alcuni dei quali perfettamente adattati alla vita a contatto con l'uomo. Hanno colonizzato vasti areali dell'Africa adattandosi sia alle foreste

primarie (alberi alti e medi, piuttosto fitti), sia a quelle secondarie (alberi sparsi e sottobosco rado), sia alle savane (ricche di alberi sparsi e cespugli), che alle foreste ricche d'acqua, a quelle costiere (lungo le coste del mare con palme e mangrovie), e a quelle a galleria (con la boscaglia che si sviluppa lungo un corso d'acqua).

ORIGINARIO DELL'AFRICA CENTRO-OCCIDENTALE

È UNO DEI PIÙ APPREZZATI E POPOLARI

VOLATILI DA COMPAGNIA,

PER LA GRANDE INTELLIGENZA

E L'OTTIMA PROPENSIONE

A SOCIALIZZARE CON L'UOMO

DI GIANNI RAVAZZI

FOTO ALLEVAMENTO LUISA

zona superiore delle zampe sono gialle mentre il collo e i "calzettoni" sono di un verde pallido. Le remiganti sono grigio scuro con vessillo esterno verde e le timoniere sono bruno-verdastre. Il becco è grigio antracite con cera molto scura, l'iride gialla e le zampe brune. Maschio e femmina mostrano un leggero dimorfismo sessuale, in quanto il sottocoda del primo è giallo, mentre quello della seconda è verde. I giovani si presentano con un piumaggio più pallido.

Il Pappagallo del Senegal viene classificato in tre sottospecie:

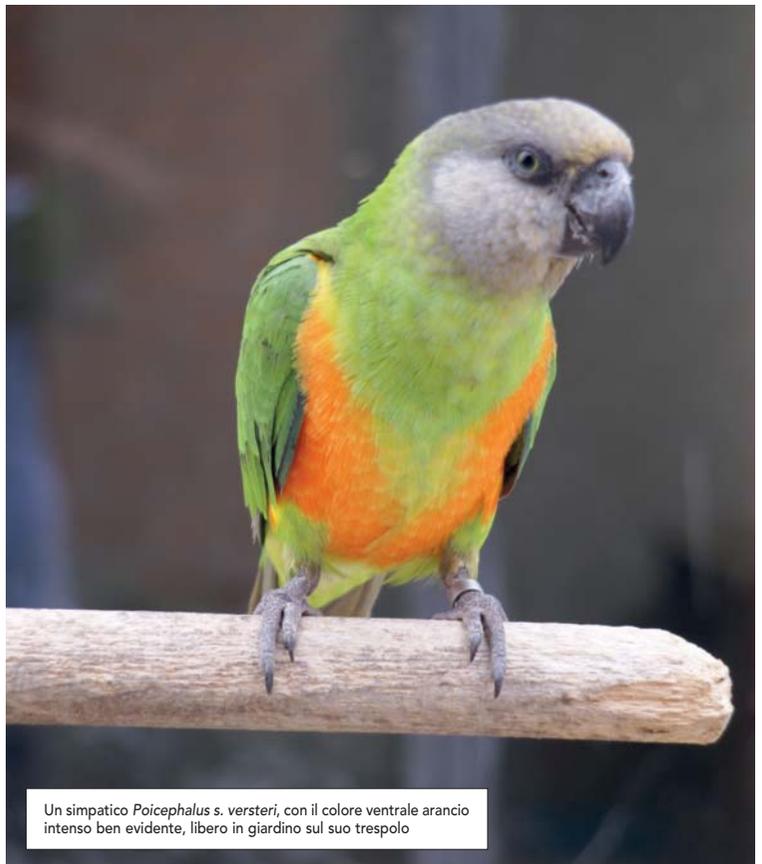
- *P.s. senegalus*, specie di riferimento, con il giallo ventrale di un colore limone acceso. Vive nelle regioni meridionali del Senegal, in Gambia e nella zona nord della Guinea;
- *P.s. versteri*, con colore ventrale arancio intenso. È diffuso in Costa d'Avorio, Alto Volta, Ghana, Togo e Niger;
- *P.s. mesotypus*, con il giallo ventrale sfumato in arancio. Abita le zone nord-orientali della Nigeria e quelle centrali del Camerun.

Ambiente naturale e distribuzione

Abita le savane alberate e aride a le foreste aperte ricche di Baobab (*Adansonia digitata*) e di carrubi (gen. *Ceratonia*). La colorazione del piumaggio gli consente di mimetizzarsi perfettamente nel fogliame, dove risulta praticamente invisibile. Vive in coppia o in gruppi di

Colori e sottospecie

Pappagallo compatto, dal corpo forte ma agile, ha una taglia attorno ai 23 cm. Presenta le parti superiori del corpo di un bel verde intenso; la testa è invece coperta da un ampio cappuccio grigio. Il passaggio dal grigio della testa al verde del copro è netto e nella zona auricolare il cappuccio presenta tonalità argentea. I lati del petto, il sottocoda, la parte sotto dell'attaccatura delle ali e la



Un simpatico *Poicephalus s. versteri*, con il colore ventrale arancio intenso ben evidente, libero in giardino sul suo trespolo



Coppia di *Poicephalus s. senegalus*. La caratteristica colorazione giallo limone delle parti ventrali si intravede sui fianchi

10/20 individui che a volte compiono piccole migrazioni locali da nord a sud nelle stagioni aride. Si nutre di semi, frutta, germogli e gemme. Goloso di varie specie di fichi, ha poi una vera predilezione per i semi e i frutti di baobab, i semi di acacia, di grano e di miglio. Apprezza anche i semi della *Khaya senegalensis*, del *Pterocarpus erinaceus* e della marula (*Sclerocarya birrea*).

Il periodo riproduttivo inizia con la fine della stagione delle grandi piogge e va da settembre a novembre. Il nido è di norma allestito all'interno di un ramo cavo di un grande baobab almeno a 10 metri da terra: qui la femmina depone 2-5 uova che cova per 24/28 giorni. I piccoli nascono ricoperti di un piumino grigio e nelle prime 2/3 settimane crescono lentamente per poi "sprintare" in quelle successive. Si involano attorno alla nona-decima settimana di vita.

È diffuso in Africa centro-occidentale, nella fascia sud-sahariana che va dal Senegal al Ciad.

La vita con l'uomo

È comune sia in natura che in ambiente controllato, dove la sua riproduzione è da anni praticata con successo, ma dove tuttavia sono ancora molti i soggetti di cattura che vengono immessi sul mercato illegalmente. Per questo si consiglia sempre di acquistare soltanto animali con regolari documenti di denuncia di nascita, che mostrino il riferimento all'anello inamovibile o al microchip di cui l'animale deve essere dotato.

In ambiente controllato, se si vuole ottenere un buon livello riproduttivo bisogna isolare le coppie evitando l'allevamento in colonia, e fornire un nido a cassetta verticale di dimensioni minime 22x22x50 cm, con il fondo ricoperto da un abbondante strato (2-3 cm) di trucioli fini depolverizzati. È poi opportuno mettere a disposizione dei rametti freschi di salice, pioppo o acacia, in modo che l'animale possa tritararli e tappezzare ulteriormente il fondo del nido a proprio piacimento.

In ambiente controllato la sua alimentazione base deve partire da un buon estruso o pellettato per pappagalli africani, con tasso proteico attorno al 14-16% e un contenuto di grassi attorno al 6%, o da una miscela di sementi secche che comprenda circa 30% di scagliola, 30% di miglio bianco o giallo, 10% di grano saraceno, 10% di girasole striato piccolo e piccole quantità di canapa (4%), avena decorticata (4%), arachidi sgusciate, bacche di peperoncino piccante e di ginopro (2% in totale). È anche possibile trovare un equilibrio che comprenda sia estrusi o pellettati che sementi secche. In ogni caso una buona integrazione quotidiana di frutta e verdura non va mai trascurata: mela, finocchio, insalate verdi, carota, fichi freschi, erbe prative come tarassaco o centocchio bianco sono le sue preferite. Come golosità e "coccola" si può offrire occasionalmente qualche tarma della farina o un biscotto (tipo savoiardo, senza lo zucchero della superficie). Questi pappagalli adorano le spighe di panico soprattutto perché si divertono a distruggerle...

Il Pappagallo del Senegal è uno dei più apprezzati e popolari volatili da compagnia, per la grande intelligenza e l'ottima propensione a socializzare con gli esseri umani. È molto attivo se alloggiato in un'ampia voliera. Vivace e poco chiososo, emette gridolini e stridii continui mentre si muove, ma trascorre il suo tempo a rosicchiare qualunque suppellettile in legno a sua disposizione, per questo è bene arricchire il suo alloggio con rametti di salice o pioppo freschi con i quali adora giocare, distruggendoli e trasformandoli in trucioli. Se allevato artificialmente e cresciuto in famiglia si dimostra eccezionalmente dolce e affettuoso con i suoi genitori e amici umani e non mostra mai atteggiamenti difensivi od offensivi con il pur forte e affilato becco. È importante garantirgli qualche ora al giorno di volo libero per la casa. Non è un grandissimo imitatore della voce umana.

È ovviamente indispensabile, come per qualsiasi animale, un'accurata pulizia dell'alloggio che lo ospita, dei posatoi e soprattutto delle mangiatoie e degli abbeveratoi. È un animale che non beve moltissimo ma spesso ama intingere alcuni alimenti nell'acqua, quindi è importante fornirgliela fresca ogni giorno. ↪

Classificazione scientifica	
Regno	Animalia
Phylum	Chordata
Classe	Aves
Ordine	Psittaciformes
Famiglia	Psittacidae
Genere	<i>Poicephalus</i>
Specie	<i>P. senegalus</i>

bacheca classified ads

MANDA IL TUO CURRICULUM VITAE IN REDAZIONE

Per agenti e rappresentanti che desiderano ampliare la propria attività, *Zampotta* 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 info@zampotta.it - Citare Rif. A/R

LAVORO / domanda

Tolettatore con 35 anni di esperienza **valuta proposte di lavoro** per la zona di Milano.

Info: Gerry cell. 3331303748

LAVORO / offerta

Azienda commerciale con oltre quarant'anni di esperienza nel settore dell'alimentazione per cani e gatti, rivenditore ufficiale ed esclusivista di prodotti grain free per un noto brand spagnolo, nell'ottica di potenziamento della rete commerciale, **ricerca agente** rappresentante autonomo per il Friuli Venezia Giulia e Veneto.

Offresi fisso più provvigioni.

Info: inviare CV a lisa.pasin67@gmail.com

Aries srl, azienda leader nel settore della cosmesi professionale per cani e gatti, al fine di potenziare la propria rete commerciale **ricerca agenti di vendita** con esperienza consolidata nel settore pet, e inseriti nelle toelettature, con forte propensione alla vendita ed alle relazioni interpersonali.

Zone libere: Piemonte, Veneto, Toscana, Sicilia, Lazio.

Info: inviare CV a commerciale@ariesrsl.eu

Importatore unico per l'Italia di un innovativo alimento superpremium funzionale **ricerca**, per potenziamento rete vendita, **agenti o distributori** ben introdotti nel mercato specializzato.

Info: bacterfield.italia@virgilio.it

Azienda di livello internazionale, leader nella produzione di petfood, nel quadro del suo sviluppo commerciale e al fine di consolidare una nuovissima e innovativa linea di alimenti superpremium per cani e gatti con caratteristiche uniche, **cerca agenti** commerciali plurimandatari su tutto il territorio nazionale. Si offre: pacchetto di prodotti innovativi dall'alto profilo tecnico-scientifico supportati da ricerche scientifiche documentabili e da numerose e originali iniziative commerciali, ottime opportunità di crescita professionale, reali possibilità di sviluppo e di guadagno, provvigioni di sicuro interesse, formazione costante sui prodotti in vendita, importanti supporti commerciali e di marketing (sell-in e sell-out).

Si richiede: esperienza pregressa nel settore, massima serietà, forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi, autonomia organizzativa in linea con le strategie aziendali, ottime capacità di comunicazione e relazionali e utilizzo dei principali strumenti di comunicazione informatica.

Info: inviare CV a info@chemivit.com

Mast srl azienda italiana in forte espansione, distributrice esclusivista dei marchi Woolf, Lolo Pet's Classic, Combi, **seleziona agenti plurimandatari**. L'azienda garantisce un interessante trattamento provvigionale, incentivi alle vendite e un adeguato supporto aziendale per lo sviluppo e il consolidamento del parco clienti.

Info: inviare CV a info@mastpet.it

KO.ME. sas, azienda con oltre vent'anni di esperienza nel settore alimenti e accessori pet, distributrice di prodotti leader come Belcando e Leonardo, **ricerca agenti** plurimandatari per le regioni: Lazio, Abruzzo, Molise, Campania, Basilicata, Calabria, Sardegna.

Info: tel. 0863529170, inviare CV a selezioni@komepetfood.com

Rinaldo Franco spa alla luce del nuovo piano di sviluppo commerciale, **ricerca agenti plurimandatari** nelle seguenti zone: Liguria, Lombardia, Trentino Alto Adige.

Info: inviare CV a sales@recordit.it

United Pets è alla ricerca di **agenti plurimandatari** per alcune zone scoperte. Si richiede tanta passione ma si offrono buone provvigioni e prodotti unici.

Info: inviare CV a info@unitedpets.it

Mister Pet azienda produttrice di alimenti superpremium **ricerca concessionari e agenti** ben inseriti per zone libere.

Info: tel 0521340323 inviare CV a info@misterpetsrsl.com

Distributore nazionale del marchio M-PETS, accessori per animali, **cerca agenti** per le regioni: Emilia Romagna, Toscana, Liguria, Lombardia, Piemonte.

Info: inviare CV a info@m-pets.it

Piccolo negozio in provincia di Roma con clientela affezionata aperto 6 giorni a settimana con orario 9-13 e 15:30-19:30. **Cercasi addetto/addetta alle vendite** dotato di entusiasmo e conoscenza del settore pet care o molto motivato a imparare. Indispensabile grande empatia con il pubblico e capacità oratoria.

Si offre affiancamento e formazione nell'ambito dell'alimentazione animale sia industriale che surgelata, accessoriistica e zootecnica. Inserimento in organico con iniziale contratto di stagista per 6 mesi.

Info: inviare CV a info@dogpro.it con oggetto "Stage Bacheca"

Mea Pet Food azienda distributrice degli alimenti per cani Markus-Muhle (azienda produttrice di pellet a estrusione a freddo) **cerca rappresentanti o eventuali distributori** per l'incremento e potenziamento della propria rete commerciale di vendita in alcune zone libere.

Info: meapetfood@gmail.com

Switchdog by Pet Ita srl, produttore di collari, guinzagli, pettorine e accessori per cani 100% made in Italy, **cerca agente** monomandatario per le regioni Emilia, Lazio e Campania.

Verrà riconosciuto concorso spese e inquadramento di legge.

Info: inviare CV a ls@switchdog.it

Antichi Fenici srl, azienda con oltre 20 anni di esperienza nel settore pet food, **ricerca agenti** per la vendita di integratori naturali e mangimi a proprio marchio. Garantiti ottimi compensi e premi produzione.

Info: cell. 3476711950, antichifenicisrl@gmail.com,

antichifenici@libero.it

Hamiform, azienda leader in Francia nella produzione di alimenti per piccoli animali e accessori e snack per cani e gatti, con 25 anni di esperienza nell'allevamento di conigli e roditori e produttrice di alimenti a partire dalle materie prime, per l'ampliamento del catalogo italiano nelle aree cane e gatto con snack, accessori, tiragraffi e shampoo di alta gamma e per il lancio nei primi mesi del 2018 di una nuova linea di food gatto, **ricerca nuovi agenti plurimandatari** già introdotti nel canale pet specializzato, per le seguenti province: Bergamo, Brescia, Mantova, Cremona, Piacenza, Reggio Emilia e nelle seguenti regioni: Puglia, Campania e Sicilia.

Info: inviare CV a hamiformitalia@gmail.com

M-PETS Italia, brand europeo di accessori per animali, per completare lo sviluppo sul territorio italiano è alla ricerca di persone motivate per le regioni: Toscana, Lazio, Marche, Sardegna, Abruzzo e Calabria.

Info: inviare CV a info@m-pets.it

Dog Line snc azienda leader nel settore abbigliamento e accessori per cani e gatti cerca agenti per zone libere.

Info: tel. 0444240653, dogline@dogline.it

ATTIVITÀ & ATTREZZATURE / offerta

Cedes pet shop avviato, causa trasferimento all'estero. Il negozio è situato nel comune di Susegana (TV) in zona di forte passaggio. 75 mq di superficie di vendita più spazioso magazzino al piano interrato. Clientela fidelizzata, fascia medio-alta, affitto assolutamente sostenibile.

Info: tel. 0438445308 orari di negozio.

Cedes pet shop, attivo dal 2000, ubicato in zona e su viale a forte sviluppo commerciale, città Varese.

Info: cell. 3483661732

A Milano zona San Siro, dopo trent'anni di attività, **cedes negozio** con annesso locale di toelettatura. Zona residenziale con ottime potenzialità di incremento di lavoro, prezzo interessante.

Info: Gerry cell. 3331303748

Vendesi attrezzatura per toelettatura semi nuova zona Siracusa e Catania, composta da tavolo attrezzato, tosatrice Aesculap II e testine, set forbici, soffiatore, phon e pettini.

Prezzo da concordare.

Info: Sig. Giuseppe cell. 3392862903

Cedes grazioso negozio di toelettatura con vendita animali e accessori, sito a Milano; completamente ristrutturato con bagno e cantina. Buona posizione, affitto modico, clientela ventennale fidelizzata. Possibilità di affiancamento gratuito.

Prezzo richiesto 28.000 €.

Info: cell. 3491622590

Cedes toelettatura ad Asti di 35 mq, completa di attrezzatura, ben avviata, con buon pacchetto clienti e zona commerciale adatta alla vendita.

Impianto elettrico rimesso a nuovo ad aprile 2017. Ottimo affitto.

Info: cell. 3496512073

Cedes pet shop con toelettatura aperto da 25 anni a Bari, quartiere Poggiofranco. Il negozio è una realtà storica del quartiere. Si cede completo di merce, attrezzature e arredamento a un prezzo molto interessante.

Info: cell. 3473310462 e tel. 0809909969

Vendesi piccola fornitura di oggetti per roditori, volatili e acquari del valore di euro 295 al prezzo di euro 100 per cessata attività. Questa comprende: 5 nidi piccoli per uccelli, 5 nidi medi, 2 nidi grandi, 2 nidi chiusi, 1 cestino per la nidificazione, 1 altalena per gabbia, 2 astine per gabbie, 3 piante grandi per acquario, 11 piante piccole per acquario, 2 statuine per acquari, 1 anfora per acquario, 2 altalene per roditori, 1 casina per roditori, 10 beverini per roditori, 12 confezioni di erbagatta, 2 sacchi da 10 l di lettiera per roditori, 1 gabbia piccola, 1 gabbia medio piccola.

Info: cell. 3391494167

Cedes, causa trasferimento, attività avviata da 5 anni, specializzata nella vendita di pesci tropicali d'acqua dolce e salata e animali esotici. Allestita con espositori, vasche, vetrine, scaffali e attrezzature in ottimo stato. Fornitori affidabili, ampia clientela fidelizzata, un grande potenziale di sviluppo. Situata nel centro polifunzionale, posizione centrale della città di Gubbio, ampio parcheggio; è possibile acquistare il locale.

Prezzo trattabile. Per chi fosse interessato, vendita anche in parte di arredamento, espositori, vasche.

Info: cell. 3297028889, acquarioperpassione@gmail.com

Cedes attività di toelettatura con SPA e ozonoterapia ben avviata e in continua crescita, con annesso negozio per vendita di cibi e accessori per animali.

Cedes pacchetto clienti e attrezzature professionali (Iv San Bernard). Situato accanto a uno studio veterinario.

50 mq totali, ottimo affitto.

Info: cell. 3207223883

Vendesi lotto di circa 2.750 mq, sito in un parco naturale a Fonte Nuova in provincia di Roma, con attività trentennale di pensione cani e gatti e piccoli animali, pet shop e toelettatura.

Trattative private.

Info: tel. 069050551, cell. 3663224627, info@loasisrl.it

Vendesi espositore per animali cm 300x50x220h composto da: 3 vasche divise in tre e 2 vasche divise in due, accessoriate con pompa materiale filtrante riscaldatore ghiaino e decorazioni; 3 gabbie cova divise in 2; 3 gabbie coniglio e 1 terrario in vetro diviso in due per roditore e/o rettili, con rivestimento esterno bianco, acquistato a dicembre 2015, prezzo interessante.

Info: jonathan.audrey.14@gmail.com

Vendesi piccolo stock di merce per animali: accessori per uccelli, roditori, articoli per cani e gatti, marche principali Trixie, Ferribiella, Imac. Prezzo richiesto 500 €, la merce si trova a Masone (GE).

Info: cell. 3405092611, serena015@yahoo.it

Cedes attività di toelettatura e boutique (mangimi ed accessori) aperta dal 2005 a Marina di Carrara (MS). Il negozio è una realtà ben radicata sul territorio, con un ottimo pacchetto clienti, area espositiva, toelettatura a vista, retro con antibagno/magazzino e bagno. Grande visibilità mediatica sui social più utilizzati. Si cede completo di attrezzature, arredamento e merce.

Possibilità di affiancamento. Affitto modico, ampio parcheggio.

Info: cell. 3246016138

Cedes attività di garden, sita a Segrate (MI) in zona residenziale, di 1.500 mq di cui 70 mq destinati alla vendita, 70 mq dedicati a serra chiusa e 600 mq dedicati all'esposizione di piante.

Ampio parcheggio interno.

Affitto ragionevole.

Info: cell. 3470083545, rino.musca@ilgardenfiorito.com

Vendesi lavaggio self service per cani e gatti (dog shower) ultimo modello, anno 2015, vasca in acciaio inox composto da diversi programmi: sanificazione, acqua, shampoo, balsamo, aspiratore, phono. Comprensivo di tessere ricaricabili più sistemi lettore card e apertura automatica ingresso lavaggio. Garanzia 2 anni e mezzo, in ottima condizione.

Trattativa riservata.

Info: cell. 3334190671

COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO. LA BACHECA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato via e-mail (info@zampotta.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. Zampotta 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.

appuntamento not to be missed

PET EXPO

6-8 MARZO 2018 - AgraME

Dubai World Trade Centre, UAE

Info: www.agramiddleeast.com/en/aqua/

6-8 MARZO 2018 - VETme

Dubai World Trade Centre, UAE

Info: www.agramiddleeast.com/en/Veterinary.html

15-17 MARZO 2018 - IBERZOO + PROPET

Fiera de Madrid, Madrid, Spain

Info: www.ifema.es, ifema@ifema.es

20-21 MARZO 2018 - PATS SANDOWN

Sandown, UK

Info: www.patshow.co.uk

21-23 MARZO 2018 - GLOBAL PET EXPO

Orange County Convention Center Orlando, Florida, Usa

Info: tel. +1/203/5320000, fax +1/203/5320551, www.globalpetexpo.org

29 MARZO - 1 APRILE 2018 - INTERPETS

Tokyo Big Sight, East hall 1, 2, 3, 4, Tokyo, Japan

Info: www.interpets.jp.messefrankfurt.com

6-8 APRILE 2018 - ZOOSPHERE 2018

ExpoForum International Ltd St. Petersburg, Russia

Info: tel. +7/812/240/40/40, www.lenexpo.ru, s.hansen@expoforum.ru

12-15 APRILE 2018 - FOR PETS 2018

Exhibition Centre Prague Letnany, Prague, Czech Republic

Info: +420/225/291111, www.for-pets.cz, www.abf.cz, recepc@abf.cz

15-16 APRILE 2018 - PETINDUSTRY

The Richmond Olympic Oval in Richmond, BC

Info: www.pijaccanada.com

15-16 APRILE 2018 - WESTERN PET SUPPLIES 2018

The Richmond Olympic Oval in Richmond, BC, Canada

Info: www.pijaccanada.com

17-19 APRILE 2018 - ZOOVETEXPO

International Exhibition Center, 15 Brovarskiy Avenue, Kyiv, Ukraine

Info: www.zoovetexpo.com

20-23 APRILE 2018 - WORLD PET SUPPLIES 2018

Hong Kong Convention and Exhibition Centre, Hong Kong

Info: www.hktc.com, exhibitions@hktc.org

21-22 APRILE 2018 - CALGARY PET EXPO

18011 Spruce Meadows Way Calgary, AB Canada

Info: tel. +1/855/7231156, www.calgarypetexpo.com

24-28 APRILE 2018 - SEAFOOD EXPO

Brussels Expo, Brussels Belgio

Info: www.seafoodexpo.com

28-29 APRILE 2018 - 100X100MASCOTA 2018

Fera de Madrid, Madrid, Spain

Info: tel. +34/91/7225092, www.ifema.es/100x100mascota_06/,

100x100mascota@ifema.es

8-11 MAGGIO 2018 - INTERZOO 2018

Nürnberg, Germany

Info: +49(0)91186060, fax +49(0)91186068228, www.interzoo.com

15-17 GIUGNO 2018 - PETEXPOROMANIA

Romexpo, Pavilionul C6, Bucharest, Romania

Info: www.petexpo.ro

16-19 GIUGNO 2018 - AUSGROOM 2018

Hawkesbury Racecourse, Clarendon Sydney, Australia

Info: www.piaa.net.au, events@piaa.net.au

26-28 GIUGNO 2018 - SUPERZOO

Mandalay Bay, Las Vegas, Nevada, USA

Info: www.superzoo.org

18-19 LUGLIO 2018 - LATIN ZOO

World Trade Center, Mexico City, Mexico

Info: +52/55/84219977, www.laexpoveterinaria.com/

20-22 LUGLIO 2018 - WORLD OF DOGS & CATS 2018

Gallagher Convention Centre, Midrand, Johannesburg, South Africa

Info: tel. +27/31/7654286, www.dogscats.co.za, info@dogscats.co.za

22-25 AGOSTO 2018 - AQUARAMA 2018

Shanghai New International Expo Centre, Shanghai, China

Info: www.aquarama.com.cn/en, info@aquarama.com.cn

22-26 AGOSTO 2018 - PET FAIR ASIA 2018

Shanghai New International Expo Centre (SNIEC), Shanghai, China

Info: www.petfairasia.com, pfa@vnuexhibitions.com.cn

26-27 AGOSTO 2018 - EXPOZOO 2018

Centrexpo Drummondville, Drummondville, QC, Canada

Info: tel. +1/613/7308111, www.pijaccanada.com

31 AGOSTO - 2 SETTEMBRE 2018 - AQUATERRA SHOW

Kyiv, Ukraine

Info: www.aquaterrashow.com.ua/en/, aquaterrashow@gmail.com

2-4 SETTEMBRE 2018 - SPOGA GAFA 2018

Cologne, Germany

Info: www.spogagafa.com

19-21 SETTEMBRE 2018 - PARKZOO 2018

Sokolniki Expo Centre Moscow, Russia

Info: tel. +7/495/7976443, www.parkzoo.ru, info@parkzoo.ru,

promopet.estero@zoomark.it

CONGRESSI INTERNAZIONALI / international forums

28 MARZO 2018 - PETFOOD FORUM ASIA

Bangkok, Thailand

Info: www.petfoodforumevents.com/asia/

EXPO CANI / dog shows

10-11 MARZO 2018 - ESP INT.LE CANINA Gonzaga (MN) - Info: ENCI

tel. +39/0270020346, fax +39/0270020323, www.enci.it, expo@enci.it

16-18 MARZO 2018 - ESP INT.LE CANINA Reggio Emilia - Info: ENCI

25 MARZO 2018 - ESP INT.LE CANINA Catanzaro - Info: ENCI

31 MARZO 2018 - ESP INT.LE CANINA Sassari - Info: ENCI

7-8 APRILE 2018 - ESP INT.LE CANINA Montichiari - Info: ENCI

14 APRILE 2018 - ESP INT.LE CANINA Livorno - Info: ENCI

14-15 APRILE 2018 - ESP INT.LE CANINA Campobasso - Info: ENCI

21 APRILE 2018 - ESP INT.LE CANINA L'Aquila - Info: ENCI

22 APRILE 2018 - ESP INT.LE CANINA Marsala (TP) - Info: ENCI

25 APRILE 2018 - ESP INT.LE CANINA Ravenna - Info: ENCI

28 APRILE 2018 - ESP INT.LE CANINA Alessandria - Info: ENCI

29 APRILE 2018 - ESP INT.LE CANINA Novara - Info: ENCI

30 APRILE 2018 - ESP INT.LE CANINA Martina Franca (TA) - Info: ENCI

1 MAGGIO 2018 - ESP INT.LE CANINA Ostuni (BR) - Info: ENCI

5-6 MAGGIO 2018 - ESP INT.LE CANINA Ercolano (NA) - Info: ENCI

12 MAGGIO 2018 - ESP INT.LE CANINA Rieti - Info: ENCI

13 MAGGIO 2018 - ESP INT.LE CANINA Ferrara - Info: ENCI

EXPO GATTI / cat shows

24-25 MARZO 2018 - EXPO FELINA Chivasso - Info: ANFI

tel. +39/0114344627, fax +39/0114332479, www.anfitalia.it, sede@anfitalia.net

21-22 APRILE 2018 - EXPO FELINA Forlì - Info: ANFI

5-6 MAGGIO 2018 - EXPO FELINA Trento - Info: ANFI

19-20 MAGGIO 2018 - EXPO FELINA Castelletto Ticino - Info: ANFI



AVVISO IMPORTANTE AGLI ABBONATI

IMPORTANT NOTICE TO OUR SUBSCRIBERS

Caro abbonato, ogni mese ti inviamo *Zampotta* gratuitamente, convinti dell'importanza che riveste per te l'informazione su quanto accade nel mondo della produzione e della distribuzione dei prodotti e dei servizi destinati agli animali da compagnia e certi del tuo apprezzamento per il nostro impegno editoriale ed economico.

Per garantirti un servizio accurato, puntuale e di qualità e soprattutto per poter continuare a mandarti *Zampotta* gratuitamente nel corso dell'anno, ti chiediamo pochi minuti del tuo tempo per seguire le istruzioni riportate qui sotto.

Grazie per la collaborazione! La redazione

Dear subscriber, we are currently mailing you Zampotta at no charge as we believe that our magazine is a useful source of information on the developments and trends of the international pet supplies market. We are sure you appreciate the publication and our editorial and economic engagement. To allow us guarantee you an accurate, punctual, quality and free service throughout 2018, we kindly ask you to devote us a few minutes to confirm your mailing address. Thanks for your support! The editorial team

SI DESIDERO RINNOVARE L'ABBONAMENTO GRATUITO PER L'ANNO 2018

YES I'D LIKE TO CONFIRM MY FREE SUBSCRIPTION FOR THE YEAR 2018

● SE I TUOI DATI DI SPEDIZIONE SONO ESATTI

invia una mail a: abbonamenti@zampotta.it INDICANDO SOLO IL TUO CODICE ABBONATO

● IF YOUR MAILING INFORMATION IS CORRECT

send an e-mail to: abbonamenti@zampotta.it and SIMPLY SPECIFY YOUR SUBSCRIPTION CODE

● SE I TUOI DATI DI SPEDIZIONE NON SONO ESATTI

compila la parte sottostante in stampatello e restituisci la scheda via fax al numero 031301418 o via mail a: abbonamenti@zampotta.it oppure spedisce la scheda a Vimax srl, via Rezzonico 23, 22100 Como

● IF YOUR MAILING INFORMATION IS NOT CORRECT

complete the form below in block letters and fax it back to +39/031301418 or send an e-mail to: abbonamenti@zampotta.it or post it to Vimax srl, via Rezzonico 23, 22100 Como, Italy

CODICE ABBONATO SUBSCRIPTION CODE

(riportare il numero stampigliato sull'etichetta di spedizione)
(write the number printed on the mailing label)

RAGIONE SOCIALE O INSEGNA / COMPANY NAME

COGNOME / SURNAME

NOME / NAME

QUALIFICA (SPECIFICARE SE TITOLARE, AMMINISTRATORE, DIRETTORE GENERALE, ECC.) /
TITLE (SPECIFY IF OWNER, CEO, GENERAL MANAGER, ETC.)

INDIRIZZO / ADDRESS

CAP / ZIP CODE

PROVINCIA

CITTÀ / CITY

NAZIONE / COUNTRY

TELEFONO / PHONE

FAX

E-MAIL

SITO / WEB SITE

ATTIVITÀ PREVALENTE / TYPE OF BUSINESS

- Negozio specializzato individuale / Individual pet shop
- Negozio specializzato facente parte di una catena / Chain pet shop
- Toilettatura / Grooming salon
- Ambulatorio veterinario / Veterinary surgery
- Allevamento professionale / Professional breeding
- Produzione / Manufacturing
- Import-export / Import-export
- Distribuzione all'ingrosso / Wholesale
- Grande distribuzione / Mass market
- Garden centre / Garden centre
- Negozio non specializzato / Grocery store
- Agente / Agent
- Stampa specializzata / Specialised press
- Associazione di categoria / Trade association
- Altro / Other

CONSENSO AL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI. INFORMIAMO, AI SENSI ART. 23 D.LGS 30/06/03 N. 196 "CODICE IN MATERIA DI PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI", CHE I DATI FORNITI CON LA COMPILAZIONE DEL PRESENTE MODULO VERRANNO RACCOLTI IN UNA BANCA DATI E POTRANNO ESSERE TRATTATI ANCHE AVALENDOSI DI TERZI, NEL RISPETTO DELLA NORMA CITATA, PER OPERAZIONI DI PROMOZIONE, PER FINALITÀ COMMERCIALI E DI MARKETING, PER L'INVO DI MATERIALE PUBBLICITARIO (ANCHE DI TERZI), PER COMUNICAZIONE INTERATTIVA E PER SCOPI STATISTICI. L'INTERESSATO HA IL DIRITTO DI ACCEDERE AI DATI CHE LO RIGUARDANO E DI ESERCITARE I DIRITTI DI INTEGRAZIONE, RETTIFICAZIONE, AGGIORNAMENTO ECC. GARANTITI DALL'ART. 7 D.LGS 196/2003. LA COMPILAZIONE DEL PRESENTE MODULO COSTITUISCE CONSENSO AL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI PER LE FINALITÀ SOPRA INDICATE.

PRIVACY POLICY. ACCORDING TO ART. 23 OF THE DECREE LAW 30/06/03 NO. 196 "CODE RULING THE PROTECTION OF PERSONAL DATA" THE DETAILS SUPPLIED THROUGH THE FORM ARE RECORDED IN A DATABASE AND MAY BE PROCESSED RESPECTING THE ABOVE MENTIONED LAW WITH THE SUPPORT OF THIRD PARTIES FOR PROMOTIONAL, COMMERCIAL AND MARKETING PURPOSES, TO SEND PROMOTIONAL MATERIAL (ALSO ON BEHALF OF THIRD PARTIES), FOR INTERACTIVE COMMUNICATIONS AND STATISTICS. THE OWNER AND RESPONSIBLE OF THE DATABASE IS VIMAX SRL, VIA REZZONICO 23, 22100 COMO, ITALY. YOU MAY EXERCISE THE RIGHTS SPECIFIED IN ART. 7 OF THE ABOVE MENTIONED LAW TO COMPLETE, MODIFY, UPDATE ETC. YOUR DATA AT ANY TIME. FILLING THE FORM YOU CONSENT TO THE PROCESSING OF PERSONAL INFORMATION FOR THE PURPOSES INDICATED ABOVE.



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

Acquariolandia Italia ● tel. e fax 024598320
 Via F. Rismondo, 119
 20153 Milano
 acquariola@tiscali.it

Acquario Lombardo S.r.l. ● ● 0392459689
 Via Trento, 18/35 tel. e fax 039482534
 20035 Lissone (MI)
 www.acquariolombardo.com
 info@acquariolombardo.com

All Pet S.r.l. ● 0296450470
 Via Trieste, 603 fax 0296450464
 21042 Caronno Pertusella (VA)
 www.allpet.it - info@allpet.it

Also S.r.l. ● ● ● 090632636
 SS 114 km - 4,260 Contesse fax 0906258082
 98125 Messina
 www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it

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 080352501
 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 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 fax 0882374476
 71016 San Severo (FG)
 www.aquariumlt.com - aquariumlatorre@libero.it

Aquatronica ● ● ● ● 05221472375
 Via Garonna 2/B
 42124 Reggio
 www.aquatronica.com - info@aquatronica.com

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. ● ● ● ● 0444930260
 Via Industria, 30 fax 0444930380
 36031 Povolario di Dueville (VI)
 www.askoll.com - askoll@askoll.com

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 Corrazzato P. & C. ● ● ● ● 0423724073
 Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48 fax 0423742252
 31033 Castelfranco V.to (TV)
 www.calciomare.com, www.aqualine.it
 info@calciomare.com

Carmar S.a.s. ● ● ● ● 0815743501-0815743459
 Via San Giorgio Vecchio, 192 fax 0815743496
 80046 San Giorgio a Cremano (NA)
 www.carmar.it - info@carmar.it

Carmar New S.r.l. ● ● ● ● 0817529205
 Via Repubbliche Marinare, 126/128 fax 0817529262
 80147 Napoli
 www.carmarnew.it - carmar.pr@tin.it

CE.A.B. di Ferrari Pierluigi ● 0302667121
 Via Pietro Rescatti, 20 fax 0302168469
 25124 Folzano (BS)
 www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it

Cia S.r.l. ● ● ● ● 0114508893
 Strada del Francese, 152/6L fax 0114508901
 10156 Torino
 www.cia-acquari.it - commerciale@ciasrl-acquari.it

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

Eheim GmbH & CO. KG ● ● ● ● +49/7153/700201
 Plochinger Straße, 54 fax +49/7153/7002174
 73779 Zeitzsau (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
 Str. 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)
 www.fishfan.it - rocco@fishfan.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.iemmiermannocacuari.com
 iemmi.ermanno@tiscalinet.it

Kuda Tropical Fish S.r.l. ● ● ● ● 0373234461
 Via delle Industrie, 34 fax 0373236714
 26010 Bagnolo Cremasco (CR)
 www.kudafish.it - info@kudafish.it

Pineta Zootecnici ● ● ● ● tel. e fax 0522553616
 Via A. Cugini, 30
 42122 Reggio Emilia
 www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

Piranha Tropical Life ● ● ● ● 0881638838
 Ill Traversa Corso del Mezzogiorno fax 0881339154
 71100 Foggia
 www.piranhatropicalife.it - info@piranhatropicalife.it

Porsa Italy S.r.l. ● ● ● ● 0302650248
 Via Romolo Gessi, 210 0302150016-0302650211
 25135 Sant'Eufemia (BS) fax 0302151221-0302158315
 www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com

Pro.D.Ac. International S.r.l. ● ● ● ● 0495971677
 Via Padre Nicolini, 22 fax 0495971113
 35013 Cittadella (PD)
 www.prodacinternational.it - info@prodac.it

Reef International S.a.s. ● ● ● ● 0331792443
 Via Arconti, 11 fax 0331772839
 21013 Gallarate (VA)
 www.reef-international.com - reefint@tin.it

Reefsnow - Comas S.r.l. ● ● ● ● tel. 0331880350
 C.so Martiri Patrioti, 70 fax 0331878497
 20022 Castano Primo (MI)
 www.reefsnow.com - info@reefsnow.com

Rinaldo Franco S.p.a. ● ● ● ● 0248376157
 Via Kuliscioff, 26/28 fax 0241291840
 20152 Milano
 www.recordit.com - record@recordit.com

Spectrum Brands Italia ● ● ● ● 0290448310
 Tetra Italia fax 0290756096
 Via Ludovico il Moro, 6
 20060 Basiglio (MI)
 www.spectrumbrands.com
 info@spectrumbrands.com

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

Teco S.r.l. ● ● ● ● 0544408333
 Via A. Sansovino, 35 fax 0544280084
 48124 Ravenna
 www.teconline.com - tec@teconline.com

Trixie Italia S.p.a. ● ● ● ● 0444835329
 Via E. Fermi, 6 fax 0444833352
 36045 Alonte (VI)
 www.trixie.de - info@trixie.it

Valpet S.r.l. ● ● ● ● 051760349
 Via Marconi, 4/2 fax 0516056448
 40057 Granarolo E. (BO)
 www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

Velma Group S.r.l. ● ● ● ● 0423452987
 Via Munaron, 26/A
 31050 Veduggio (TV)
 www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

Vitakraft Italia S.p.a. ● ● ● ● 075965601
 Via Piana, 4 fax 0759656020
 06061 Castiglione del Lago (PG)
 www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

Zanolli Mario ● ● ● ● 045973472
 Via Mattarana, 11/A fax 045973473
 37141 Verona
 www.mariozanolli.it - info@mariozanolli.it

Zolux Italia ● ● ● ● 0516414318
 Via Caduti di Amola, 17
 40132 Bologna
 www.zolux.com - info@zolux.it

cani & gatti dogs & cats

Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l. ● 092423013
 Via Porta Palermo, 131 fax 092422424
 91011 Alcamo (TP)
 www.adragna.net - info@adragna.it

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

Affinity Petcare Italia S.r.l. ● ● ● ● 0289633029
 Via F. Turati, 40 fax 0266719002
 20121 Milano
 www.affinity-petcare.com

Agras Delic S.p.a. ● ● ● ● 010588586
 Via San Vincenzo, 4 fax 010588914
 16121 Genova
 www.schesir.it - contact@agras-delic.com

Aldog ● ● ● ● 0363938698
 Via Giacomo Gregis, 111
 24050 Covo (BG)
 www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it

Alframa S.r.l. ● ● ● ● tel. e fax 0226141945
 Via Leoncavallo Ruggero, 41
 20131 Milano
 www.greencat.it - alframasrl@virgilio.it

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

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

Also S.r.l. ● ● ● ● 090632636
 SS 114 km - 4,260 Contesse fax 0906258082
 98125 Messina
 www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it

Animali.it ● ● ● ● 0293591343
 Via Adige, 26 fax 0293591343
 20010 Pregnana Milanese (MI)
 www.animali.it - info@animali.it

Aries S.r.l. ● ● ● ● 3931769652
 Via Quarnaro I, 7
 89135 Reggio Calabria (RC)
 www.ariessrl.eu - info@ariessrl.eu

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

B&F Italia S.r.l. ● ● ● ● 035808109
 Via del Pascolo, 8
 24046 Osio Sotto (BG)
 www.bfitalia.net - bfitalia@bfitalia.net

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

Ballatore Pietro ● tel. e fax 067236701
Via Gasperina, 96
00118 Roma
www.ballatoreroma.com - info@ballatoreroma.com

Bama S.p.a. ● 0583286353
Via Pertini, 2 fax 0583287754
55011 Altopascio (LU)
www.bamagroup.com - info@bamagroup.com

Bau Floc Madigest S.r.l. ● tel. e fax 075828217
Via dell'Industria tel. e fax 075827337 / 075828059
06065 Passignano Sul Trasimeno (PG)
www.baufioc.com, www.madigestsrl.com
info@madigestsrl.com

Bayer S.p.a. ● ● 0239781
V.le Certosa, 130 fax 0239784660
20156 Milano
www.vetclub.it - www.petclub.it

B.Braun Milano S.p.a. ● 02662181
Via V. da Seregno, 14 fax 0266218290
20161 Milano
www.bb Braun.com - servizio.clienti@bb Braun.com

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

Camon S.p.a. ● ● ● ● 0456608511
Via Lucio Cosentino, 1 fax 0456608512
37041 Albaredo d'Adige (VR)
www.camon.it - camon@camon.it

Candioli S.p.a. ● 0113490232
Via Manzoni, 2 fax 0113490526
10092 Beinasco (TO)
www.candioli.it - info@candioli.it

Canicom S.r.l. ● 0583462363
Via di Sottopoggio, 32 fax 0583462411
55060 Guamo (LU)
www.canicomitalia.com - info@canicomitalia.com

Carbone Pet Products S.r.l. ● 0573837868
Via Antonio Gramsci, 1537 fax 0573859163
51036 Larciano (PT)
www.petproductscarbone.it - info@petproductscarbone.it

Cargill S.r.l. ● 02890441
Via Ripamonti, 89 fax 0289044820
20141 Milano
www.cargill.com

Cerberus S.r.l. a.s.u. ● ●
Via Sant'Alessandro, 8
21040 Castronno (VA)
www.cerberus-pet.com - info@cerberus-pet.com

Cerere S.p.a. ● 017367271
Via del Molino, 42 fax 017367180
12057 Neive (CN)
www.cerere.com - cerere@cerere.com

Cesarano S.a.s. ● 0818507330
Via Nolana fax 0818507467
80045 Pompei (NA)
www.cesarano.it - loredana@cesarano.it

Ceva Salute Animale S.p.a. ● 03965591
Via Colleoni, 15 fax 0396559244
20041 Agrate Brianza (MI)
www.ceva.com - marketing.italy@ceva.com

Chemi-Vit S.r.l. ● ● ● ● 0522887959
Via Don Milani, 5/C fax 0522888200
42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com

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

Cinotecnica S.r.l. ● 0583469673
Via Nottolini, 440 fax 0583466778
55100 Lucca
www.pacdogitalia.com - info@pacdogitalia.com

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

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

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

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

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

Diusa Pet S.r.l. ● 0382947500
S.P. per Lardirago, 8 fax 0382947488
27010 Marzano (PV)
www.diusapet.it - info@diusapet.it

Dog Line S.n.c. ● 0444240653
Via Della Tecnica, 28 fax 0444532511
36043 Camisano Vicentino (VI)
www.dogline.it - dogline@dogline.it

Dog Performance ● 0321923244
strada dei Boschi, sn fax 0321923211
28040 Marano Ticino (NO)
www.dogperformance.it - info@dogperformance.com

Dorado S.r.l. ● 042659140
Via Roma, 10 fax 0426308158
30010 Monsole di Cona (VE)
www.baubon.it - infoservice@baubon.it

DRN S.r.l. ● ● ● ● 0373938345
Via Bellisario, 23/25 fax 0373982427
26020 Palazzo Pignano (CR)
www.drnpet.info - marketing@drnsrl.it

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

Eagle S.r.l. ● ● ● ● tel. e fax 050803275
Via Pavoncella, 8
56010 Migliarino Pisano (PI)
www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it

Enac S.p.a. ● 0382483059
Strada Paola, 16 fax 0382483056
27010 Cura Carpignano (PV)
www.enac.it - info@enac.it

Euroitalia Pet S.r.l. ● 069032657
Via Italia, 2
00060 Capena (RM)
www.euroitaliapet.it - info@euroitaliapet.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

Fashion Dog S.r.l. ● 0596232450
Via Lago di Carezza, 11 fax 059687984
41012 Carpi (MO)
www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it

Fashionglobetrotter ● 3383528728 / 3483474521
Via di Barbiano, 2/4
40136 Bologna
www.doganddolls.com - info@doganddolls.com

Faza S.r.l. ● ● ● ● 069476129
Via Casilina Km 22.600 fax 069476033
00040 Laghetto Di Montecompatri (RM)
www.areaspet.it - info@areaspet.it

Ferplast S.p.a. ● ● ● ● 0445429111
Via 1° Maggio, 5 - Z.I. fax 0445429115
36070 Castelgomberto (VI)
www.ferplast.com - info@ferplast.com

Ferriabella S.p.a. ● ● ● ● 0152558103
Strada Trossi, 33 fax 0152558083
13871 Verone (BI)
www.ferriabella.it - info@ferriabella.it

Fides Petfood N.V. ● ● ● ● +32/059242790
Industriezone Plassendale 2 fax +32/059242799
Solvaylaan 12
B8400 Oostende (Belgio)
www.arionhealthcare.com/en, www.arionpetfood.com
info@arionpetfood.be

Contatti per l'Italia 3287932535 - 3287934875
commercialearion@gmail.com

F.I.E.M. S.n.c. ● ● ● ● 031976672
Via G. Galilei, 3 fax 031899163
22070 Guanzate (CO)
www.fiem.it - info@fiem.it

Flexi-Bogdahn Int. GmbH & Co. KG ● ● ● ● +49/4532/40440
Carl Benz Weg, 13 +49/4532/404466
22941 Bargtheide (Germania) fax +49/4532/404442
www.flexi.de - info@flexi.de

Formevet S.r.l. ● ● ● ● 024345891
Via Savona, 97 fax 0243458922
20144 Milano
www.formevet.com - vetline@formevet.it

Forza10/SANYPet S.p.a. ● ● ● ● 0429785401
Via Austria, 3 fax 0429767006
35023 Bagnoli di Sopra (PD)
www.forza10.com - forza10@forza10.com

Gheda Mangimi S.r.l. ● ● ● ● 038632677
Via Comuna Santuario, 1 fax 038632664
46035 Ostiglia (MN)
www.gheda.it - gheda@gheda.it

Gimborn Italia S.r.l. ● ● ● ● 05225452
Via Giorgio De Chirico, 3 fax 0522945365
42124 Reggio Emilia
www.gimborn.it - www.butcherspetcare.com
marketing@gimborn.it

Giolo Giorgio ● ● ● ● 042659305
Via Marconi, 76/78 fax 042659306
30010 Pegolotte di Cona (VE)
www.giologiolo.it - info@giologiolo.it

GR-TECH S.r.l. ● ● ● ● 0423605478
Via Cal Trevisana, 6 fax 0423604511
31044 Montebelluna(TV)
www.pratiko-pet.com - info@pratiko-pet.com

Happypet S.r.l. ● ● ● ● 0444436470
Via E. Majorana, 10 fax 0444436509
36045 Lonigo (VI)
www.fop.it - info@happypetsrl.it

Heiniger AG ● ● ● ● +41/62/9569200
Industrieweg 8 fax +41/62/9569281
3360 Herzogenbuchsee (Switzerland)
www.heiniger.com - kontakt@heiniger.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

I.G.C. S.r.l. ● ● ● ● 05731942826
Via Giacomo Matteotti, 879 fax 05731942827
51036 Larciano (PT)
www.leopet.it - info@leopet.it

Imac S.r.l. ● ● ● ● 0444482301
Via Ghisa, 24 fax 0444482500
36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it

Innovet Italia ● ● ● ● 0498015583
Via Einaudi, 13 fax 0498015737
35030 Saccolongo (PD)
www.innovet.it - innovet@innovet.it

Interpet S.r.l. ● ● ● ● 058394480
Via San Pieretto, 42 fax 0583403381
55060 Badia Contignano (LU)
www.interpetmarket.com - interpet@libero.it

Italsystem S.a.s. ● ● ● ● 0541731428
Via Corciano, 14 fax 0541731328
47924 Rimini
www.1allsystems.com - info@1allsystems.com

It.Design S.r.l. ● ● ● ● 0119378016
Via Caduti del Lavoro, 6
10094 Giaveno (TO)
www.cucciolotta.com - info@cucciolotta.com

Iv San Bernard S.r.l. ● ● ● ● 0571509106
Via Limitese, 116 fax 0571509618
50053 Spicchio Vinci (FI)
www.ivsanbernard.it - info@ivsanbernard.it

Kronos S.r.l. ● ● ● ● 0515947498
Via Traversetolo, 186 fax 1997070740517
43123 Parma
www.kronossrl.it - info@kronossrl.it



- Landini Giuntini S.p.a.** ● 075851781
Via Rosa Luxemburg, 30
06012 Città di Castello (PG)
www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it
fax 0758517804
- Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.** ● 0586434000
Via L. Da Vinci, 21
57123 Livorno
www.laviosa.it - lcm@laviosa.it
fax 0586434210
- Lazzari Luigi S.r.l.** ● 035640118
Via Borgo Antico, 9
24031 Almenno San Salvatore (BG)
www.lazzarigabbie.it - info@lazzarigabbie.it
fax 035644927
- Life Petcare S.r.l.** ● 0575411013
Via di Basserone, 57
52041 Badia al Pino (AR)
www.lifeptecare.it - info@lifeptecare.it
tel. e fax 0575411013
- Lory Progetti Veterinari S.r.l.** ● 3929091598
Via Buozzi, 3/A
42025 Cavriago (RE)
www.loryprogettiveterinari.it
- Ma-Fra S.p.a.** ● 023569981
Via Aquileia, 44/46 I
20021 Baranzate (MI)
www.mafraropet.com - www.mafr.it
fax 0235699800
- Manitoba S.r.l.** ● 0375310418
Via Delmoncello, 9
26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com
tel. e fax 0375310418
- Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** ● 051969413
Via Giulio Pastore, 31
40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com
mantovani@mantovanipetdiffusion.com
fax 051969348
- Marchioro S.p.a.** ● 0444901700
Via Croce, 60
36030 Castelnuovo (VI)
www.marchioro.it - info@marchioro.it
fax 0444901710
- Marpet S.r.l.** ● 0456600134
Via Don Sasselli d'Era, 13
37041 Albaredo d'Adige (PD)
www.marpet.it - info@marpet.it
fax 0457000124
- Mars Italia S.p.a.** ● 025776111
V.le MilanoFiori Str. 2 Pal C3
20090 Assago (MI)
www.pedigree.it
fax 0257510890
- Mennuti Group S.r.l.** ● 0571581661
Via Ponte Cerretano, 10-12-14
50050 Carreto Guidi (FI)
www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it
fax 0571580016
- Merial Italia S.p.a.** ● 02535581
Via Giovanni Lorenzini, 8
20139 Milano
www.merial.com - merial.italia@merial.com
fax 025355822
- Merini Maurizio** ● 0661560728
Via Baveno, 7/A
00166 Roma
www.merinioverline.it - maurizio.merini@libero.it
tel. e fax 0661560728
- Mister Pet** ● 0521340327
Via Pedemontana, 35
43029 Mamiano di Traversetolo (PR)
www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com
fax 0521340319
- Monge & C. S.p.a.** ● 0172747111
Via Savigliano, 31
12030 Monasterolo di Savigliano (CN)
www.monge.it - info@monge.it
fax 0172747198
- Morando S.p.a.** ● 0119433311
Via Chieri, 61
10020 Andezeno (TO)
www.morando.it - morando@morando.it
fax 0119434289
- Mp Bergamo S.r.l.** ● 0358361301
Via Passerera, 2/C
24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
fax 0354496738
- MPS 2 S.r.l.** ● 0444572190
Via Zambon, 17
36051 Creazzo (VI)
www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it
fax 044437902
- MSD Animal Health Italia** ● 02516861
Via Fratelli Cervi, snc
Centro direzionale MilanoDue - Palazzo Borromini
20090 Segrate (MI)
www.exspot.it - www.scalbor.it
fax 0251686685
- MSM Pet Food S.r.l.** ● 0309361245
Via dell'Agricoltura, 5
25028 Verolanuova (BS)
www.msmpetfood.com
amministrazione@msmpetfood.com
fax 0309921858
- My Family S.r.l.** ● 0131950063
Strada Solero, 1/A
15048 Valenza (AL)
www.myfamily.it - info@myfamily.it
fax 0131952944
- Natural Line S.r.l.** ● 0187413799
Via Repubblica, 82
54011 Frazione Albiano Magra Aulla (MS)
www.natural-line.eu - info@natural-line.eu
fax 0187415142
- Naturina S.a.s.** ● 0109415459
Via Bobbio, 1/3 rosso
16137 Genova
www.naturina.it - info@naturina.it
fax 0108392921
- Nestlé Purina Petcare S.p.a.** ● 0281811
Via del Mulino, 6
20090 Assago (MI)
www.purina.it
fax 800-525505
fax 0281817133
- Nova Foods S.r.l.** ● 0445941494
Via Pecori Giralardi, 59/A
36070 Castelgomberto (VI)
www.novafoods.com - info@novafoods.it
fax 0445941522
- N.P. Industries S.r.l.** ● 0432699322
Via Valcellina, 37
33097 Spilimbergo (PN)
www.professionalpets.it - info@professionalpets.it
fax 0427488000
- Nuova Cuoiò** ● 0817744833
Via Lufrano, 69
80040 Volla (NA)
www.eurocuoiò.it - info@eurocuoiò.it
fax 0817735989
- Nuova Fattoria S.r.l.** ● 039032308
Via Industriale, 70
25016 Ghedi (BS)
www.nuovafattoria.com - info@nuovafattoria.com
fax 039031460
- Nutrigene S.r.l.** ● 3498403900
via Pozzuolo, 337
33100 Udine
www.nutrigenefood.com - info@nutrigenefood.com
- Nutrix Più S.r.l.** ● 0737641171
Via Potenza, 92
62022 Castelraimondo (MC)
www.nutrixpiu.com - nutrix1@nutrixpiu.com
fax 0737643011
- On Site S.r.l.u.** ● 0342200070
Via Nazionale, 5
23012 Castione Andevenno (SO)
www.onsite.pet - info@onsite.pet
fax 0342211815
- Original Legno Italia S.a.s.** ● 0924514511
di Maltese & C.
Zl C.da Fegotto
91013 Calatafimi Segesta (TP)
www.original-legno.it - info@original-legno.it
fax 0924515292
- Pappadrin S.r.l.** ● 0444371521
Via Verona, 66/B
36077 Altavilla - Tavernelle (VI)
www.pappadrin.it - pappadrin@pappadrin.it
fax 0444335285
- Pet360 S.r.l.** ● 022043764
P.le Bacone, 2
20129 Milano
www.pet360.it - info@pet360.it
tel. e fax 022043764
- Petinitaly** ● 0245712959
Via Palermo, 9
20090 Assago (MI)
www.petinitaly.it - info@petinitaly.it
fax 0245714694
- Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r.l.** ● 3334168155
Via San Maurizio 184/15
10073 Cirié (TO)
www.petitamis.it - info@petitamis.it
fax 0119222641
fax 0119224084
- Petness S.a.s. di Circuri G. & C.** ● 0666182041
Via Tullio Ascarelli, 181
00166 Roma
www.smartbones.com/it/
italia@smartbones.com - info@petness.it
- Pet's Creation di Valentino Sante** ● 0804735719
Via F.lli Rosselli, 36
70042 Mola di Bari (BA)
www.pets-creation.com - info@pets-creation.com
tel. e fax 0804735719
- Pets Fitness** ● 0712868013
Via Soderini, 8
60027 Osimo (AN)
www.petsfitness.com - info@petsfitness.com
tel. e fax 0712868013
- Pet Village S.r.l.** ● 054464418 - 0544471768
Via Stradello, 35
48124 Madonna dell'Albero (RA)
www.petvillagesrl.it - info@petvillage.it
fax 0544479252
- Pet & Hug International S.p.a.** ● 0424383101
Corso Magenta, 85
20123 Milano
www.flairpet.com - info@flairpet.com
fax 0424390792
- Pineta Zootecnici** ● 052253616
Via A. Cugini, 30
42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
tel. e fax 052253616
- Porri Pet S.r.l.** ● 0302791814
Via Einaudi, 1
25086 Rezzato (BS)
www.porripet.it - info@porripet.it
fax 0302793319
- Q.Vet S.r.l.** ● 0110160050
C.so Nizza, 54
12100 Cuneo
www.qvet.it - info@qvet.it
fax 0110160049
- Rebo S.r.l.** ● 0331502700
Via Morelli, 34/B
21053 Castellanza (VA)
www.happydog.de - reboitalia@libero.it
fax 0331502703
- Rinaldo Franco S.p.a.** ● 0248376157
Via Kuliscioff, 26/28
20152 Milano
www.recordit.com - record@recordit.com
fax 0241291840
- Royal Canin Italia S.r.l.** ● 023347611
Via Anton Checov, 50/2
20151 Milano
www.royalcanin.it - info@royal-canin.it
fax 0233490091
- Sepiol S.a.** ● 0233610725
Ufficio Italia
Via General Govone, 56
20155 Milano
www.sepiolsa.com - info@sepiolsa.com
fax 023319855
- Stefanplast S.p.a.** ● 0444639011
Via Piazza, 47
36020 Castegnero (VI)
www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it
comm.estero@stefanplast.it
fax 0444638315
- Ticinese Petfood S.r.l.** ● 0382573789
Via Vicentina, 102
27100 Pavia
www.laticinese.it - info@laticinese.it
fax 0382575576
- Trixie Italia S.p.a.** ● 0444835329
Via E. Fermi, 6
36045 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
fax 0444833352
- Unipro S.r.l.** ● 0758085198
Via Barrocchi, 19
06081 Santa Maria degli Angeli (PG)
www.unipronline.it - info@unipronline.it
fax 0758044167
- United Pets S.r.l.** ● 023927041
V.le Certosa, 46
20155 Milano
www.unitedpets.it - info@unitedpets.it
fax 0239219774
- Valpet S.r.l.** ● 051760349
Via Marconi, 4/2
40057 Granarolo E. (BO)
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it
fax 0516056448
- V.B.B. S.r.l.** ● 075985151
Via della Fattoria, 39
06084 Bettona (PG)
www.vbbpetfood.eu - info@vbbpetfood.eu
tel. e fax 075985151
- Velma Group S.r.l.** ● 0423452987
Via Munaron, 26/A
31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
- Vema Petfood&Care S.r.l.** ● 0249474139
Via Lura, 236
21042 Caronno Pusterla (VA)
www.vemapetfood.it, info@vemapetfood.it
- Venturi Giuseppe** ● 0543945316
Via Partisani, 10/12
47016 S. Savino di Predappio (FC)
www.venturionline.it - info@venturionline.it
fax 0543945184
- Virbac S.r.l.** ● 024092471
Via Ettore Bugatti, 15
20142 Milano
www.virbac.it - virbac@virbac.it
fax 0240924777
- Visan Italia** ● 0694800700
Via Sistina, 149
00187 Roma
www.visanpet.it - info@visanpet.it
- Vitakraft Italia S.p.a.** ● 075965601
Via Piana, 4
06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
fax 0759656020
- WINNER Pet Food Solution S.r.l.** ● 0690375587
Via Italia, 4
00060 Capena (RM)
www.winnerplus.eu - info@winnerplus.eu
- Wonderfood S.p.a.** ● 0549943311
Strada dei Censiti, 2
47891 Repubblica di San Marino
www.wonderfood.com - info@wonderfood.com
fax 0549943312
- Zolux Italia** ● 051754816 - 051759896
Via Caduti di Amola, 17
40132 Bologna
www.zolux.com - info@zolux.it
- Zodiaco** ● 0425474645
V.le della Cooperazione, 16
45100 Borsea (RO)
www.zodiaco.com - www.prolife-pet.it
zodiaco@zodiaco.com
fax 0425474647

Zoo Planet S.r.l. ●●
Via Malcantone, 6
35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

0499350400
fax 0499350388

uccelli birds

All Pet S.r.l. ●
Via Trieste, 603
21042 Caronno Pertusella (VA)
www.allpet.it - info@allpet.it

0296450470
fax 0296450464

Also S.r.l. ●●●
SS 114 km - 4,260 Contesse
98125 Messina
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it

090632636
fax 0906258082

Boccacci S.r.l. ●●●
Via Casilina, 1670
00133 Roma
www.boccaccisrl.com - info@boccaccisrl.it

0620433565
fax 0620433512

Borgovit S.r.l. ●
Via Roma, 48
22046 Merone (CO)
www.borgovit.it - info@borgovit.it

031650344
fax 031651419

Calcio Mare S.n.c. di Corrizato P. & C. ●●●
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48
31033 Castelfranco V.to (TV)
www.calcioimare.com - www.aqualine.it
info@calcioimare.com

0423724073
fax 0423742252

Chemi-Vit S.r.l. ●●●
Via Don Milani, 5/C
42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com

0522887959
fax 0522888200

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

0332870860
fax 0332462439

Fioretta Rag. Gianni S.n.c. ●●●
Via Provinciale, 89
23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com

0341530138
fax 0341530392

Formevet S.r.l. ●●●
Via Savona, 97
20144 Milano
www.formevet.com - info@formevet.it

024345891
fax 0243458922

Gimborn Italia S.r.l. ●●●●
Via De Chirico, 3
42124 Reggio Emilia
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it

05225452

Happypet S.r.l. ●
Via E. Majorana, 10
36045 Lonigo (VI)
www.fop.it - info@happypetsrl.it

0444436470
fax 0444436509

Imac S.r.l. ●
Via Ghisa, 24
37071 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it

0444482301
fax 0444482500

Mantovani Pet Diffusion S.r.l. ●●●●
Via Giulio Pastore, 31
40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com
mantovani@mantovanipetdiffusion.com

051969413
fax 051969348

Max Ornithology S.r.l. ●●●●
Via Monte Santo, 1
31037 Loria (TV)
www.pappagalli.com - info@pappagalli.com

tel. e fax 0423485691

Mp Bergamo S.r.l. ●●
Via Passerera, 2/C
24060 Chiuduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com

0358361301
fax 0354496738

Nestlé Purina Petcare S.p.a. ●●
Via del Mulino, 6
20090 Assago (MI)
www.purina.it

0281811
800 525505
fax 0281817133

Pineta Zootecnici ●●●●
Via A. Cugini, 30
42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

tel. e fax 0522553616

Rinaldo Franco S.p.a. ●●●●
Via Kuliscioff, 26/28
20152 Milano
www.recordit.com - record@recordit.com

0248376157
fax 0241291840

Sementi Dotto S.p.a. ●
Via Lavariano, 41
33050 Mortegliano (UD)
www.sementidotto.it - info@sementidotto.it

0432760442
fax 0432761665

Tombolan S.r.l. ●●●●
Via Vittorio Veneto, 78
35019 Tombolo (PD)
www.tombolan.eu - commerciale@tombolan.eu

0495969090
fax 0495968283

Trixie Italia S.r.l. ●●●●
Via E. Fermi, 14/16
36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it

0444835329
fax 0444833352

Tropical World ●
Via Torretta, 68
21029 Vergiate (VA)
www.tropicalworld.it - info@tropicalworld.it

0331964758
fax 0331949929

Valpet S.r.l. ●●●●
Via Marconi, 4/2
40057 Granarolo E. (BO)
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

051760349
fax 0516056448

Velma Group S.r.l. ●●
Via Munaron, 26/A
31050 Vedelago (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

0423452987

Vergerio Mangimi S.r.l. ●●
Via Roma, 56
35010 Cadoneghe (PD)
www.canary.it - info@canary.it

049700622
fax 049703440

Vitakraft Italia S.p.a. ●●●
Via Piana, 4
06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

075965601
fax 0759656020

Viten S.r.l. ●
Via Faedis, 21
33040 Povoletto (UD)
www.viten.it - info@viten.it

0432664401
fax 0432679043

Zodiaco ●●●●
V.le della Cooperazione, 16
45100 Rovigo
www.zodiaco.com - zodiaco@zodiaco.com

0425474645
fax 0425474647

Zoomania ●●●●
Via Vittorio Veneto, 414
80058 Torre Annunziata (NA)
www.zoomaniarettili.com - info@zoomaniarettili.com

tel. e fax 0818610459

Zoo Planet S.r.l. ●●
Via Malcantone, 6
35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

0499350400
fax 0499350388

Zoo Varese ●●●
Via Giovanni Macchi, 55
21100 Varese
www.zoovarese.com - info@zoovarese.com

0332310280
fax 0332313111

piccoli mammiferi small mammals

Also S.r.l. ●●●●
SS 114 km - 4,260 Contesse
98125 Messina
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it

090632636
fax 0906258082

Boccacci S.r.l. ●●●●
Via Casilina, 1670
00133 Roma
www.boccaccisrl.com - info@boccaccisrl.it

0620433565
fax 0620433512

Calcio Mare S.n.c. di Corrizato P. & C. ●●●●
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48
31033 Castelfranco V.to (TV)
www.calcioimare.com - www.aqualine.it
info@calcioimare.com

0423724073
fax 0423742252

Chemi-Vit S.r.l. ●●●●
Via Don Milani, 5/C
42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com

0522887959
fax 0522888200

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

0332870860
fax 0332462439

Fioretta Rag. Gianni S.n.c. ●●●●
Via Provinciale, 89
23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com

0341530138
fax 0341530392

Formevet S.r.l. ●●●●
Via Savona, 97
20144 Milano
www.formevet.com - info@formevet.it

024345891
fax 0243458922

Gimborn Italia S.r.l. ●●●●
Via De Chirico, 3
42124 Reggio Emilia
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it

05225452
fax 0522945365

Happypet S.r.l. ●●
Via E. Majorana, 10
36045 Lonigo (VI)
www.fop.it - info@happypetsrl.it

0444436470
fax 0444436509

Imac S.r.l. ●●●●
Via Ghisa, 24
36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it

0444482301
fax 0444482500

Laviosa Chimica Mineraria S.p.a. ●●●
Via L. Da Vinci, 21
57123 Livorno
www.laviosa.it - laviosaminerals@laviosa.com

0586434000
fax 0586434210

Mantovani Pet Diffusion S.r.l. ●●●●
Via Giulio Pastore, 31
40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com
mantovani@mantovanipetdiffusion.com

051969413
fax 051969348

Mp Bergamo S.r.l. ●●●●
Via Passerera, 2/C
24060 Chiuduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com

0358361301
fax 0354496738

Nestlé Purina Petcare S.p.a. ●●●●
Via del Mulino, 6
20090 Assago (MI)
www.purina.it

0281811
800 525505
fax 0281817133

Pineta Zootecnici ●●●●
Via A. Cugini, 30
42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

tel. e fax 0522553616

Rinaldo Franco S.p.a. ●●●●
Via Kuliscioff, 26/28
20152 Milano
www.recordit.com - record@recordit.com

0248376157
fax 0241291840

Trixie Italia S.r.l. ●●●●
Via E. Fermi, 14/16
36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it

0444835329
fax 0444833352

Valpet S.r.l. ●●●●
Via Marconi, 4/2
40057 Granarolo E. (BO)
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

051760349
fax 0516056448

Velma Group S.r.l. ●●●●
Via Munaron, 26/A
31050 Vedelago (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

0423452987

Vitakraft Italia S.p.a. ●●●●
Via Piana, 4
06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

075965601
fax 0759656020

Viten S.r.l. ●●●●
Via Faedis, 21
33040 Povoletto (UD)
www.viten.it - info@viten.it

0432664401
fax 0432679043

Zodiaco ●●●●
V.le della Cooperazione, 16
45100 Rovigo
www.zodiaco.com - zodiaco@zodiaco.com

0425474645
fax 0425474647

Zoomania ●●●●
Via Vittorio Veneto, 414
80058 Torre Annunziata (NA)
www.zoomaniarettili.com - info@zoomaniarettili.com

tel. e fax 0818610459

rettile & anfibi reptiles & amphibians

Also S.r.l. ●●●●
SS 114 km - 4,260 Contesse
98125 Messina
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it

090632636
fax 0906258082

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

0332870860
fax 0332462439

Fioretta Rag. Gianni S.n.c. ●●●●
Via Provinciale, 89
23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com

0341530138
fax 0341530392

Gimborn Italia S.r.l. ●●●●
Via De Chirico, 3
42124 Reggio Emilia
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it

05225452
fax 0522945365

Happypet S.r.l. ●●
Via E. Majorana, 10
36045 Lonigo (VI)
www.fop.it - info@happypetsrl.it

0444436470
fax 0444436509

Imac S.r.l. ●●●●
Via Ghisa, 24
36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it

0444482301
fax 0444482500

Mantovani Pet Diffusion S.r.l. ●●●●
Via Giulio Pastore, 31
40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com
mantovani@mantovanipetdiffusion.com

051969413
fax 051969348

Pineta Zootecnici ●●●●
Via A. Cugini, 30
42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

tel. e fax 0522553616

marzo 2018

Direttore editoriale
Cristina Mandaglio

Direttore responsabile
Cristina Mandaglio
cristina.mandaglio@zampotta.it

Coordinatore editoriale
Valeria Longhi
valeria.longhi@zampotta.it

Revisore scientifico settore veterinario
Cristiano Papeschi

Hanno collaborato a questo numero:

Marina Moretti, Sahara Sebastiani, Daniela Graziadio,
Federica Farini, Stefano Toria, Cosimo Errede, Manlio Dozzo,
Cristiano Papeschi, Linda Sartini, Ewa Princi, Lorena Quarta,
Laura Burani, Alessandro Mancini, Luciano Di Tizio,
Valerio Zupo, Gianni Ravazzi

Direzione e redazione
Vimax srl
via Rezzonico 23 - 22100 Como
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

valeria zampotta

ZampottaMagazine

ZampottaMag

zampottamagazine

Segreteria di redazione
valeria.longhi@zampotta.it

Produzione grafica
Mariagiulia Peduzzi



Ufficio pubblicità
Vimax srl - info@zampotta.it
tel. 031301059 - fax 031301418 - cell. 3289226601

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@zampotta.it - fax 031301418

Stampa
PAPERGRAF srl - Piazzola sul Brenta (PD)

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.

Informiamo i lettori che le opinioni personali degli Autori non sempre collimano con quelle della Direzione e della Redazione. Tuttavia, poiché crediamo nel diritto alla pluralità dell'espressione, riteniamo opportuno pubblicarle. È ovvio che riconosciamo un identico diritto anche ai nostri lettori, che invitiamo pertanto a scriverci e ad aprire un dibattito ogni volta che lo crederanno giusto. La libertà e la possibilità di dialogo sono valori che una rivista come Zampotta non smetterà di difendere.

The Authors' personal opinions not always coincide with the Editorship or Editorial Staff's ones. Still, we do believe in everyone's right to express their own ideas, and we think it right to publish them. Evidently we do consider our readers as entitled to do the same, thus we invite you all to write us and open a debate whenever you think it right. Zampotta will never stop supporting those values such as freedom and possibility of dialogue.

La presente pubblicazione viene inviata da Vimax srl in Italia a tutti i petshop, agristorie, tolettori, veterinari, allevatori e rappresentanti. Viene inoltre inviata gratuitamente in Italia e in tutto il mondo a produttori, grossisti, importatori, esportatori, associazioni e stampa specializzata del settore pet.

This magazine is distributed by Vimax srl to all Italian pet shops, seed shops, groomers, vets, breeders and agents. It is also sent to all Italian and foreign manufacturers, wholesalers, importers, exporters, associations and specialized press working in the pet field.

Sebbene la rivista venga inviata con abbonamento gratuito, si rende noto che i dati in nostro possesso sono impiegati nel pieno rispetto del D.Lgs 196/2003. L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla suddetta legge. In conformità a quanto disposto dal Codice di deontologia relativo al Trattamento di dati personali art. 2, comma 2, si comunica che presso la nostra sede di Como, via Rezzonico 23, esiste una banca dati a uso redazionale. Chi interessati potessero 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@zampotta.it)

Although the magazine is delivered under free subscription, the personal data we are using are processed pursuant to 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@zampotta.it)

Piranha Tropical Life ● ● ● ● ●
0881638838
III Traversa Corso del Mezzogiorno
fax 0881339154
71100 Foggia
www.piranhatropicalife.it
info@piranhatropicalife.it

Rinaldo Franco S.p.a. ● ● ● ● ●
0248376157
Via Kuliscioff, 26/28
fax 0241291840
20152 Milano
www.recordit.com - record@recordit.com

Spectrum Brands Italia ● ● ● ● ●
0290448310
Via Ludovico il Moro, 6
fax 0290756096
20060 Basiglio (MI)
www.spectrumbrands.com
info@spectrumbrands.com

Trixie Italia S.r.l. ● ● ● ● ●
0444835329
Via E. Fermi, 14/16
fax 0444833352
36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it

Valpet S.r.l. ● ● ● ● ●
051760349
Via Marconi, 4/2
fax 0516056448
40057 Granarolo E. (BO)
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

Velma Group S.r.l. ● ● ● ● ●
0423452987
Via Munaron, 26/A
31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com
info@velmagroup.com

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
Via Giovanni Macchi, 55
fax 0332313111
21100 Varese
www.zoovarese.com - info@zoovarese.com

marketing & servizi marketing & services

GBS Marketing ● ● ● ● ● (+49)6074/861009
Moselstrasse, 2
fax (+49)6074/861089
63322 Rodemark (Germany)

Marketing Consulting ● ● ● ● ● 3491326697
Viale Monte Nero, 70
20135 Milano
www.petaward.it - info@petaward.it

Masidef S.r.l. - Storedesign ● ● ● ● ● 029651011
Via Oberdan, 125
21042 Caronno Pertusella (VA)
www.masidef.com - info@masidef.com

PETPRO S.r.l. ● ● ● ● ● numero verde 800-984706
Via Piemmarini 10
20145 Milano
www.petpro.it - info@petpro.it

Polypro S.p.a. ● ● ● ● ● 0516781333
Via Sagittario, 3
fax 051 6781273
40037 Sasso Marconi (BO)
www.polyprodisplaysstands.com - info@polypro.it

Vimax S.r.l. ● ● ● ● ● 031301059
Via Rezzonico, 23
fax 031301418
22100 Como
www.zampotta.it - info@zampotta.it

Zoo Planet S.r.l. ● ● ● ● ● 0499350400
Via Malcanton, 6
fax 0499350388
35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

AVVERTIAMO I LETTORI CHE GLI INDIRIZZI DI QUESTA RUBRICA VENGONO PUBBLICATI A PAGAMENTO E CHE LO SPAZIO È RISERVATO ESCLUSIVAMENTE A PRODUTTORI, IMPORTATORI, ESPORTATORI E ORGANIZZAZIONI COMMERCIALI CHE OPERANO IN QUALITÀ DI GROSSISTI

inserzionisti advertisers

cover 1 PET VILLAGE

INTERZOO p. 15

cover 2 AGRAS DELIC

MASIDEF/STOREDESIGN p. 9

cover 3 ALSO

MISTER PET p. 5, 45

cover 4 ROYAL CANIN

MONGE p. 41

MPS2 p. 20-21

NOVA FOODS p. 53

ON SITE p. 47

ALPI SERVICE p. 65

B.BRAUN p. 25

PINETA ZOOTECNICI p. 2

CAMON p. 1

RINALDO FRANCO p. 39, 59

CENTRO DI CULTURA FELINA p. 77

VALPET p. 7

CHEMI-VIT p. 55

VITAKRAFT ITALIA p. 57

DRN p. 101

ZOODIACO p. 61

ECO PETS ITALIA p. 33

ZOOMARK IN RUSSIA p. 19

PET FOOD INDUSTRY



RICETTE ALL'ITALIANA

Animalin®

... per la felicità dei tuoi animali



Ricerca

Innovazione

Analisi

Controllo

L'Attenzione per il Gusto...

Le Ricette

del Made in Italy



RICERCA AGENTI SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE

inviare CV ad also@alsoitalia.it - www.alsoitalia.it

segui su    

Prodotti realizzati e distribuiti da ALSO S.R.L. - S.S. 114 km 4,260 - 98125 Messina (ME)

LA SALUTE È LA BASE PER UN MAGNIFICO FUTURO.

OGNI FASE DELLA LORO CRESCITA MERITA UN'ALIMENTAZIONE SPECIFICA

In questa tenera età il tuo cucciolo è più vulnerabile. La sua digestione e il suo sistema immunitario, sensoriale e nervoso sono estremamente fragili e in fase di sviluppo.

Gli alimenti completi per cuccioli Royal Canin® contengono una combinazione di sostanze nutritive che supporta le difese naturali.



1^a

FASE DI CRESCITA

DA 1 A 2 MESI



START COMPLEX

Una combinazione esclusiva di nutrizionali elementi presenti nel latte materno, rinforzati con nutrienti specifici.

2^a

FASE DI CRESCITA

DA 2 MESI ALL'ETÀ ADULTA



NUOVO



SUPPORTO ALLE DIFESE NATURALI

Per tutti gli alimenti Puppy e Junior

PRODOTTI SPECIFICI PER CUCCIOLI DI RAZZA



Scegli ROYAL CANIN® e fai diventare il tuo cucciolo il magnifico cane che dovrebbe essere!

ALIMENTI PER CUCCIOLI