

# Zampötta

LA RIVISTA LEADER PER I NEGOZianti DI PRODOTTI PER ANIMALI

SPECIALE  
ZOOMARK 2018  
INTERNATIONAL



**monge**<sup>®</sup>  
*Il pet food che parla chiaro*

**VIMAX**  
Pet Trade Service

# Mongee®

Natural Superpremium

**KITTEN**

RICCO IN SALMONE

**ADULT**

RICCO IN AGNELLO

**ADULT**

RICCO IN CONIGLIO

**STERILISED**

RICCO IN GALLETTO

**STERILISED**

RICCO IN TROTA

**STERILISED**

RICCO IN VITELLO

**SENIOR**

RICCO IN SGOMBRO

I nuovi bocconcini **Mongee grill in jelly**, cotti al forno, sono pensati per offrire al vostro amico a quattro zampe un alimento completo e bilanciato, preparato con **ingredienti selezionati e di qualità, digeribili e appetibili.**

Sette stuzzicanti proposte, dedicate ai diversi stili di vita ed età del vostro gatto, tutte ricche di carne o di pesce e realizzate **senza l'aggiunta di cereali**, per offrire al tuo gatto ciò che più ama e soddisfare i suoi bisogni nutrizionali.



# mo

## I NUOVI B



**100%**  
MADE IN ITALY

# Mongee® Grill

BOCCONCINI IN JELLY PER IL VOSTRO GATTO  
GRAIN FREE E COTTI AL FORNO





Pad. 30 Stand C05-D12

# Schesir®

NATURE FOR CAT & DOG

20<sup>th</sup>  
anniversary  
1999 - 2019

**DRY LINE** Schesir amplia la gamma e migliora ancora il suo look con la qualità di sempre:



with **NATURAL INGREDIENTS\***

NO preservatives,  
NO colorings added

con ingredienti naturali,  
più vitamine e minerali,  
privo di coloranti e di  
conservanti aggiunti



formulato con un'unica  
fonte proteica animale



integrato con una speciale  
miscela di estratti di piante  
aromatiche con **attività  
antiossidante sinergica**

## NOVITÀ



Formula approvata dal punto di  
vista nutrizionale dal Dipartimento  
di Scienze Mediche Veterinarie -  
Alma Mater Studiorum  
Università di Bologna



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
DIPARTIMENTO DI SCIENZE MEDICHE VETERINARIE



PRODOTTO ITALIANO



www.schesir.it



# PetShine™



Linea di prodotti completa,  
per la cura e l'igiene del pet

25 REFERENZE

17 PROFUMAZIONI

6 FORMATI



- SALVIETTE
- PANNOGUANTO
- DEODORANTI
- DETERGENTI

DAL LUNEDÌ 6 - GIOVEDÌ 9  
MAGGIO  
SIAMO PRESENTI  
**PAD. 25**  
STAND A4 - B3



**PORRINI**  
GROUP

Via Maestri del Lavoro 25 25014  
Castenedolo BS Tel.: +39.030.2791814  
[WWW.PORRINIGROUP.COM](http://WWW.PORRINIGROUP.COM)





## I legami, il valore più importante

I collari e i guinzagli MyFamily sono il frutto della nostra passione artigianale per la qualità.



Distribuito in Italia da



Camon S.p.A. Via L. Cosentino, 1 - 37041 Albaredo D'Adige (VR) - Italy  
T 045 6608511 - [camon@camon.it](mailto:camon@camon.it) - [www.camon.it](http://www.camon.it)

*i primi con  
le erbe*



*L'innovazione  
continua...*



## NUOVA FORMULA LESS DRY



Questo fitocomplesso di *Erbe Officinali Certificate e Titolate* è testato e approvato dalla *Associazione Italiana di Fitoterapia e Fitofarmacologia*.



STIAMO SELEZIONANDO COLLABORATORI PER LA NOSTRA RETE VENDITA

Per candidature: [info@vet-line.sm](mailto:info@vet-line.sm)



@vet-line

OLISTIKA S.r.l. Via Venticinque Marzo, 19  
Domagnano - Rep. San Marino

[www.vet-line.it](http://www.vet-line.it)

# Editoriale



Cristina Mandaglio  
Direttore Editoriale  
Editor in chief

## La rinascita - o la rivalsa - dei piccoli negozi

La notizia non poteva certo passare inosservata. Secondo un sondaggio Confcommercio, oltre il 55% dei consumatori italiani compra nei negozi alimentari o nei supermercati di quartiere. Insomma, pare che gli italiani stiano riscoprendo il piacere di fare la spesa nel negozio sotto casa.

Lo scenario della distribuzione moderna delineato da questo studio indica come l'invecchiamento della popolazione, l'aumento delle famiglie unipersonali e la crescita dei residenti stranieri abbiano modificato, negli ultimi anni, le abitudini di spesa.

Gli ipermercati entrano in crisi, le superfici della GDO smettono di crescere, i discount abbandonano la versione "hard" aggiungendo qualità e servizi, mentre le imprese del commercio al dettaglio alimentare specializzato tengono meglio delle non specializzate. Secondo il sondaggio Confcommercio, come già detto, la buona notizia è che oltre il 55% dei consumatori italiani compra nei negozi e supermercati di quartiere; ma forse ancora più importante è un altro dato: l'indice di soddisfazione da parte del cliente nei confronti dei negozi specializzati è veramente alto, pari al 47,7%.

Siamo di fronte a un cambiamento che non interessa solo il settore alimentare, ma anche molti altri comparti, fra cui - ne siamo sicuri - il mercato pet.

Oggi i consumatori sono imprevedibili, esigenti, alla ricerca di un acquisto che contraddistingua il proprio essere e, nel contempo, di un assortimento pressoché infinito, prezzi competitivi, negozi sempre aperti, consegne veloci, assistenza post vendita super efficiente. Fino a qualche tempo fa i grandi magazzini erano affollati di persone che, approfittando del week-end, si concedevano a uno shopping smodato e compulsivo. Oggi l'inversione di rotta è visibile. Il cliente si sta chiedendo perché non tornare a rifornirsi dal negozio di fiducia, ricominciando a fare della spesa un momento felice di condivisione e dialogo.

I vantaggi sono innumerevoli, anche a livello emotivo, perché acquistare nel piccolo negozio permette di creare rapporti umani, di sapere che il negoziante ti conosce e sa cosa ti serve, abbandonare l'auto e i mezzi di trasporto, comprare meno e meglio, instaurare un dialogo sul prodotto, evitare la confusione da ipermercato ritornando a dare importanza alla qualità piuttosto che alla quantità.

Per il tuo cliente pensi sia già una lista sufficientemente convincente?

A mio parere, occorre aggiungere qualcosa in più. Dare qualche altro motivo che convinca ulteriormente il cliente a fare la spesa nel tuo negozio.

Quindi la domanda è: come portare il business un passo avanti? Ne abbiamo già ampiamente parlato in queste pagine, ma vale sempre la pena ribadirlo.

I punti chiave sono principalmente l'unicità, la focalizzazione, la specializzazione. In una città dove ci sono decine di negozi dello stesso settore (senza contare la GDO), la via d'uscita strategica è proporre qualcosa che non si trova altrove.

E non sto parlando solo di prodotti. Sto parlando di qualità della customer experience. Ricordate? Quando sceglie un negozio, il consumatore si orienta su chi gli permette di vivere la migliore esperienza di acquisto. Chi si focalizza su questo punto, chi cerca di soddisfare al meglio un bisogno del cliente, ottiene risultati.

Per risolvere i propri problemi o soddisfare i propri desideri, chi ha potere d'acquisto cerca lo specialista, non un commerciante generico. Quindi, per fare il salto di qualità, fai in modo di essere uno specialista. E non dimenticare che, una volta conquistato, il cliente va mantenuto e coccolato, stabilendo con lui un legame continuo grazie anche agli strumenti suggeriti dalle strategie di marketing. Ma per diventare sempre più unici, focalizzati e specializzati, occorre conoscere molto bene il nostro settore, essere sempre professionali e aggiornati, sfruttando le occasioni che vengono offerte.

Come per esempio Zoomark International, la principale fiera di settore che dal 6 al 9 maggio porta a Bologna oltre 600 aziende di tutto il mondo con i loro prodotti esclusivi e i loro trend per il mondo pet.

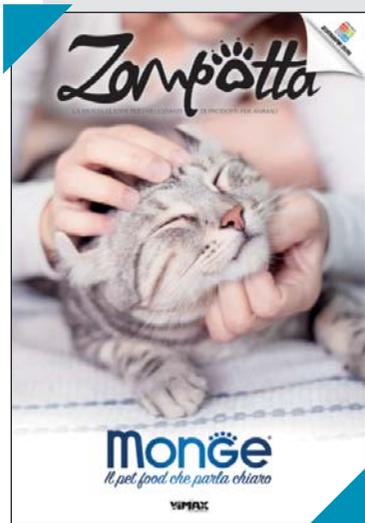
Leggendo le prossime pagine, scoprirete che questo numero di *Zampotta* è in buona parte dedicato a Zoomark. Anche la *Guida* di questo mese, uno strumento per aiutare i negozianti a non farsi sfuggire le novità, è un invito alla visita, che tra l'altro per i nostri lettori è a ingresso gratuito grazie al ticket omaggio pubblicato a pagina 19.

Quale altra occasione per vedere riuniti tutti i principali protagonisti del pet market? Il mio consiglio è quello di andare di persona, guardare, curiosare. Scoprirete i trend, i partner e i prodotti che vi permetteranno di diventare più unici, focalizzati e specializzati.

E noi di *Zampotta* vi aspettiamo al nostro stand: Mall Stand M38. A Zoomark International anche noi non possiamo mancare, venite a trovarci. Buona visita!

# sommario

**zampotta**  
**anno III**  
**maggio 2019**



## speciale zoomark

- 18 Tre, due, uno, pronti... via!
- 26 Le novità dagli USA
- 32 Nuovi trend dal Regno Unito
- 42 Benvenuti in Canada
- 46 CIPS a Zoomark International
- 48 Dalla Repubblica Ceca per il mercato italiano
- 52 India al debutto

## rubriche

- 5 editoriale
- 8 notizie brevi
- 62 fisioterapia & riabilitazione
- 66 pet app
- 78 i mastini della pubblicità
- 110 la voce di...
- 132 etologia felina
- 150 l'oasi del fisco
- 152 il negozio del mese
- 154 economia & finanza
- 156 video marketing
- 158 team out
- 160 bacheca
- 163 appuntamenti
- 164 contatti
- 168 inserzionisti

## copertina

- 10 In continua crescita (*Monge*)

## cani&gatti

- 56 Che non voli una mosca! (*Pineta Zootecnici*)
- 58 Fra tradizione ed evoluzione (*Fanconfood*)
- 70 Crescere insieme (*Adragna Pet Food*)
- 72 Uno + uno = grande rilancio (*MPS 2*)
- 76 Obiettivo: offrire di più (*Bewital Petfood*)
- 84 Diamoci un taglio (*Heiniger*)
- 88 Una strana voglia di cuccioli di *C. Papeschi e L. Sartini*
- 90 Un'estate di freschezza (*Farm Company*)
- 92 Meno asciutto e con erbe salutari (*Olistika*)
- 94 Razze a confronto di *L. Burani*
- 98 Unici ed esclusivi (*Camon*)
- 100 Verso una nuova esperienza nutrizionale (*Wonderfood*)
- 104 Semplice, sicuro e buono... anche nel nome (*Chemi-Vit*)
- 106 È arrivata la splash dog mania! (*Bama*)
- 108 Da vent'anni protagonista del pet shop (*Agras Pet Food*)
- 114 Ogni pelo al suo posto (*Italsystem*)
- 116 Innovazione, gusto e salute (*Vitakraft*)
- 118 Il futuro della nutrizione non è mai stato così presente (*Zoodiaco*)
- 120 Proprio come... Ace Ventura di *L. Quarta*
- 122 Nuovo stile, stessa performance (*Dorado*)
- 130 Tira e molla (*Tether Tug*)
- 131 Facciamoci una birra! (*Pearhead*)

## fiere&marketing

- 67 Visto su Zampotta TV (*Zampotta TV*)
- 126 Atuttacoda - Expo Around Pets (*Atuttacoda*)
- 128 Global Pet Expo (*Global Pet Expo*)

## acquari&co.

- 140 Un classico senza età di *A. Mancini*
- 142 Quando l'acqua diventa design (*Oase*)
- 144 Il trattamento dell'acqua di *L. Di Tizio*
- 146 Ricominciamo dai poecilidi di *V. Zupo*

## altri animali

- 134 Una casa a misura di coniglio di *C. Papeschi e L. Sartini*
- 136 Il mangime del futuro (*Valman*)
- 138 Voglia di novità (*Fioretta Rag. Gianni*)

## uccelli

- 148 La colomba maculata di *G. Ravazzi*

*Cammeriere?  
Tanta carne e niente cereali!*



**Oasy**<sup>®</sup>  
world of love

Scopri la nuova Linea Grain Free Formula, ricette selezionate per una qualità straordinaria

Servizio Clienti Numero Verde 800 555040

  OasyItalia

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

 **ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL  
Bologna - 6-9 May 2019  
Hall 30 - Booth B27-D30

# notizie brevi

## ROYAL CANIN TRA I BEST WORKPLACES ITALIA 2019

Passione e senso di appartenenza, inclusione e diversità, attenzione alla sostenibilità a 360 gradi: questi i fattori che hanno portato Royal Canin a confermarsi tra i migliori luoghi di lavoro in Italia, secondo la società Great Place to Work® Institute, che premia le compagnie con gli ambienti migliori nei quali aspirare a lavorare. Pioniera nel pet-friendly office, Royal Canin ha conquistato l'undicesimo posto nella categoria di aziende con un numero di dipendenti da 150 a 499 che hanno preso parte all'indagine che analizza il clima organizzativo, basandosi principalmente sulle opinioni dei dipendenti.

"Confermarci tra i Best Place To Work Italia 2019 è per noi molto importante." afferma Fabrice Ribourg General Manager di Royal Canin Italia "da sempre il benessere di tutti i dipendenti e l'impegno comune a costruire un mondo migliore per cani e gatti sono principi fondanti su cui basiamo la nostra cultura aziendale". La filosofia aziendale è semplice: cani e gatti rendono le nostre vite migliori. Spinta da questo obiettivo strategico, l'azienda ha incoraggiato i propri dipendenti a portare i propri animali a lavoro promuovendo una cultura inclusiva al massimo. **Info: [www.royalcanin.it](http://www.royalcanin.it)**



## ANDREA BARONE NUOVO NAM DI VITAKRAFT

Nato ad Ivrea, 39 anni, Andrea Barone è il nuovo National Account Manager di Vitakraft Italia. Ha una Laurea in Comunicazione, un Master in Marketing e Product Management e una significativa esperienza professionale in importanti aziende presenti nel mass market. Barone è approdato in Vitakraft, azienda specializzata nel settore degli animali da compagnia, dove integra lo staff commerciale. "La crescita di fatturato a due cifre e il recente raddoppio della struttura logistica ci proietta verso grandi sfide - dichiara l'Amministratore Delegato Claudio Scirpa - e l'inserimento in Vitakraft di questa nuova figura rafforza così le nostre potenzialità commerciali". **Info: [www.vitakraft.it](http://www.vitakraft.it), [info@vitakraft.it](mailto:info@vitakraft.it)**



## OASE ACQUISISCE IL GRUPPO SÖLL

Oase Living Water annuncia ufficialmente l'acquisizione del Gruppo tedesco Söll che vanta una storia di 25 anni di sviluppo e produzione di prodotti innovativi e rispettosi dell'ambiente per il trattamento delle acque di alta qualità per consumatori finali e professionisti. Con circa 80 dipendenti, Söll progetta sistemi per la manutenzione ecologica di impianti idrici naturali e artificiali e per il trattamento dell'acqua potabile e delle acque reflue. "L'esperienza di Söll è altamente complementare all'attuale linea di prodotti e servizi Oase", ha dichiarato Thorsten Muck, CEO di Oase. "I nostri clienti, dagli hobbisti agli utenti esperti agli appaltatori commerciali, trarranno grandi vantaggi dalle soluzioni Söll. L'acquisizione è una pietra miliare entusiasmante per noi e promette di aprire una miriade di opportunità di business". Questa operazione permetterà a Oase di promuovere un portfolio aziendale di prodotti per il trattamento delle acque, stabilire un metodo altamente differenziato per il trattamento dei laghetti torbidi fino alla trasformazione dell'acqua reflua in acqua potabile.

**Info: [www.oase-livingwater.com](http://www.oase-livingwater.com), [info.it@oase-livingwater.com](mailto:info.it@oase-livingwater.com)**



## IL "MESE DELLA LEISHMANIOSI"

MSD Animal Health - che da sempre fa del concetto One Health la sua bandiera, credendo in un circolo virtuoso tra salute dell'uomo e salute dell'animale - sostiene quest'anno il *Mese della Leishmaniosi*, una campagna informativa con cui si schiera accanto a tutti i pet owner, con l'obiettivo di sensibilizzarli e comunicare loro le best practice da usare per la prevenzione della Leishmaniosi, una malattia parassitaria molto grave, che risulta oggi essere sempre più in espansione nel nostro Paese. La campagna informativa si articola in quattro domande (o punti chiave) per portare il proprietario pet a una maggiore conoscenza del problema: cos'è la Leishmaniosi? Come riconoscere la malattia nei cani e quali comportamenti seguire in questo periodo dell'anno? Come si manifesta e quali sono le ricadute sulla salute dell'uomo?

In Italia, ci sono zone più a rischio di altre? La campagna punta a far comprendere l'importanza della prevenzione sia nei cani sani per proteggerli dall'infezione sia nei cani già infetti o malati per ridurre/controllare la diffusione del parassita ad altri cani o all'uomo. **Info: [www.msd-animal-health.it](http://www.msd-animal-health.it)**



## AMICI DI PACO PER LA SARDEGNA

Si rinnova la collaborazione tra Fondo Amici di Paco, associazione nazionale no profit per la tutela degli animali, e Arca Sarda di Santa Teresa Gallura, per la sterilizzazione delle colonie feline di Costa Paradiso. L'iniziativa è partita 3 anni fa, sulla base di un rapporto consolidato da anni con l'associazione sarda, che il Fondo Amici di Paco aiuta soprattutto attraverso la Campagna Antiparassiti. "Per il terzo anno", commenta Diana Lanciotti, fondatrice del Fondo Amici di Paco, "dobbiamo ringraziare la generosità di tante persone che da tutta Italia ci sostengono, consentendoci di portare il nostro aiuto a questa zona della Sardegna a cui sono particolarmente legata."

Oltre ad aver fondato 22 anni fa l'associazione che si ispira a Paco, il trovatello adottato al canile nel 1992, Diana Lanciotti è pubblicitaria, giornalista e scrittrice. Alcuni dei suoi romanzi sono ambientati anche in Sardegna, fra cui Black Swan - Cuori della tempesta. **Info: [www.amicidipaco.it](http://www.amicidipaco.it), [paco@amicidipaco.it](mailto:paco@amicidipaco.it)**





# DaDo



*because we care*



NEW



presente a: **ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL

Hall 29

Stand A7

# RAFF®



AMARE, PROTEGGERE, NUTRIRE



NEW

NEW



via Marconi, 4/2 - 40057 Granarolo dell'Emilia (BO) Italy  
Tel. +39 0549 907399 - Fax +39 0549 906626  
www.valpet.it info@valpet.it





Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

# IN CONTINUA CRESCITA

SEMPRE AI VERTICI DEL MERCATO PET FOOD IN ITALIA  
CON GRANDI PERFORMANCE IN TUTTI CANALI DI VENDITA  
GRAZIE ALLA FORZA DI UNA FAMIGLIA

Anno dopo anno, anche nel 2018 - e siamo al 18° consecutivo - Monge conferma una crescita a doppia cifra, con un incremento superiore all'andamento di mercato.

Il 2018 conferma inoltre che quello appena passato è stato l'anno con il più alto incremento di fatturato nella storia della società. Questi eccellenti risultati sono stati ottenuti grazie a un'ottima performance generale: il canale più dinamico rimane lo specialist (pet shop, garden, agrarie) con un +25%, ma il canale GDO si muove altrettanto bene con un eccellente risultato, in controtendenza sul mercato che ha registrato una maturità negli acquisti. Significativo ancora una volta è stato l'apporto del canale allevatori, cresciuto sia per fatturato che per numero di clienti serviti.

Il Paese più rilevante nei fatturati di Monge spa è ancora l'Italia con una crescita del 16% rispetto all'anno precedente, ma l'estero è sempre più dinamico e raggiunge ben 85 Paesi, con un eccellente +35% a fatturato.

## GRANDE PERFORMANCE NEL CANALE SPECIALIST

"Lo specialist - commenta il Direttore Generale di Monge, Luciano Fassa - negli ultimi anni è stato la locomotiva della nostra crescita. I risultati nell'ambito di questo canale: nei pet shop, nelle catene pet nazionali, nelle catene pet locali e infine nei garden e nelle agrarie più evolute, si sono rivelati al di sopra delle nostre previsioni, innanzitutto per quanto riguarda la nostra linea top seller *Monge Natural Superpremium dry* e *wet* che festeggia quest'anno i suoi primi 10 anni, ma subito dopo, la crescita più importante è stata registrata da *Gemon* con tutte le sue referenze dry food, cane e gatto.



Altro dato che ricordo con piacere è la performance molto buona ottenuta nel 2018 e nei primi 4 mesi di quest'anno nel canale GDO con i marchi *Excellence*, *Lechat* e *Special Dog*. Per questi risultati voglio ringraziare innanzitutto le 2 direzioni vendita, i capiarea e i nostri agenti, che da Nord a Sud hanno contribuito con il loro eccezionale lavoro al raggiungimento di questi successi.

Siamo molto contenti anche dello sviluppo all'estero, questa area di business seguita in prima persona, con successo e tanta passione, dal CEO Domenico Monge diventa sempre più rilevante nei nostri fatturati. In totale abbiamo sfiorato i 220 milioni di euro, molto al di sopra dei budget di inizio anno. Questi risultati sono stati raggiunti grazie all'impegno di tutti i reparti dell'azienda e delle reti commerciali in Italia e all'estero e a loro va il mio ringraziamento".

Entrando nel dettaglio, si registra il primato di *Monge Natural Superpremium* che in soli 10 anni è diventato il primo brand a fatturato della società ed è anche quello più dinamico per cre-

scita rispetto all'anno precedente con un +38%. Allo stesso modo *Excellence*, il brand superpremium per la GDO, è cresciuto del 37% e ha incrementato i fatturati già importanti di *Lechat* e *Special Dog*. Sul podio per incremento di fatturato nei confronti dell'anno precedente, l'altro brand esclusivo per il canale specializzato *Gemon*, con un significativo +25% e un incremento del 62% sul gatto.

## ALLA BASE DEL SUCCESSO UN PORTAFOGLIO PRODOTTI PER TUTTE LE ESIGENZE

"I fattori che hanno determinato le nostre buone performance nel 2018 sono diversi e riconducibili a tanti fattori: i prodotti, la qualità, la passione dei nostri collaboratori in azienda, le reti commerciali e soprattutto l'impegno quotidiano della famiglia Monge.

Iniziamo dai prodotti: credo sia questo il punto di partenza che ha determinato i nostri risultati. Un portafoglio prodotti ampio, molto profondo in termini di assortimento nei marchi, nelle referenze, nelle ricette, ma soprattutto una qualità fuori discussione e sulle linee *Monge* certamente un benchmark per molti consumatori.

Poi la collaborazione e la partnership che si è instaurata con tutti i nostri clienti. Sono stati innanzitutto loro a darci fiducia quando abbiamo lanciato nel 2009 il brand *Monge Natural Superpremium* e anno dopo anno hanno ampliato la collaborazione, è quindi doveroso ringraziarli in questo contesto.

Oltre alla qualità dei prodotti e alla fiducia di clienti e consumatori, un punto di forza di Monge è senza dubbio l'impegno e la passione di tutti i nostri dipendenti in tutti i reparti: negli uffici, nella produzione, nella logistica, nei magazzini, nella forza vendita in Italia e all'estero. In particolare, nell'ambito del mercato italiano, operiamo con 2 business unit dedicate ed esclusive per il canale specialist e la GDO,

con 2 Direzioni Vendite focalizzate sui loro canali, Capi Area e agenti focalizzati distintamente sui due canali.

La struttura commerciale si completa con un team breeder, coordinato da un Responsabile Nazionale e con agenti specifici per il canale allevatori e dal team degli informatori veterinari, che seguono sul territorio nazionale oltre 3.500 strutture e ambulatori veterinari.

Inoltre da poche settimane è partito il progetto merchandising e animazione punto vendita, che si rivolgerà prioritariamente al canale specializzato.

Altro fattore certamente essenziale per la crescita è stato il costante investimento in comunicazione e sui punti vendita per sostenere il sell out dei nostri prodotti. Una comunicazione semplice, ma efficace e costante.

Altrettanto determinante è il radicamento sul territorio e quindi la volontà di offrire ai consumatori quanto più possibile prodotti 100% made in Italy: non a caso i fornitori vengono scelti prioritariamente in Italia e molti in Piemonte, proprio per rafforzare questo posizionamento di Monge.

Infine tra i fattori che hanno determinato in questi anni il successo dell'azienda, la parte forse più rilevante è affidata alla caparbietà e lungimiranza della famiglia Monge: dell'imprenditore che l'ha creata, Baldassarre Monge e dei suoi figli".

## LA FORZA DI UNA FAMIGLIA

Monge è innanzitutto una famiglia, un'azienda 100% italiana, che dal 1963 si concentra sulla produzione di pet food di altissima qualità per cani e gatti. Ed è partendo da questi tre concetti che si è sviluppata una strategia commerciale che tanto ha contribuito alla crescita di questa realtà e agli eccellenti risultati conseguiti negli ultimi anni.

Pur raggiungendo dimensioni da grande industria, Monge infatti rimane fortemente legata alle persone che l'hanno creata. Lo sviluppo della società parte infatti dalle intuizioni e dalla capacità imprenditoriale della famiglia Monge che oggi, insieme al Presidente fondatore Baldassarre Monge, vede saldamente al timone la seconda generazione, con Domenico Monge nel ruolo di CEO e responsabile export affiancato dalla sorella Sandra, con il ruolo di CFO, e da Franca, responsabile dell'importante direzione acquisti. Ma negli ultimi anni hanno iniziato a fare i primi passi in azienda alcuni dei componenti della terza generazione, che hanno iniziato a occupare ruoli operativi nei diversi ambiti della società: produzione secchi, produzione umidi, uffici commerciali, animazione vendite. Sono loro a continuare questa forte tradizione di famiglia e a rappresentarne il futuro.

"È mio dovere - prosegue Luciano Fassa - a nome di tutti i colleghi, ringraziare il Presidente e i figli che hanno avuto fiducia nelle nostre proposte e hanno sostenuto il percorso di crescita con idee e investimenti sempre più importanti anno dopo anno. Avere al fianco una famiglia di imprenditori capaci, determinati, disponibili e soprattutto illuminati è un plus prezioso perché ci ha permesso di condividere e sviluppare progetti e nuove strategie con flessibilità e rapidità. È grazie a questa famiglia che possiamo vantare i risultati ottenuti nel 2018. Monge è la prima azienda italiana nella classifica di PetFood Industry e l'ultima analisi ci vede al decimo posto in Europa e al ventisettesimo nel mondo - commenta il Direttore Generale - dove abbiamo scalato diverse posizioni nell'ultimo anno e contiamo di fare un altro balzo in avanti con i risultati 2018. In Italia ci siamo confermati fra i leader sia nel canale specializzato, dove occupiamo di fatto la quarta posizione sul totale pet food, sia nella GDO dove abbiamo ribadito la terza posizione, con una crescita negli ultimi dodici mesi più dinamica di tutte le altre società".

## TUTTO PASSA DA MONASTEROLO DI SAVIGLIANO

Un sostegno importante a questa eccezionale crescita di fatturato parte dagli investimenti logistici e industriali che, nel corso del 2018, hanno avuto una forte accelerazione nell'area produttiva e di supply chain. È iniziato l'ampliamento dello stabilimento dry food inaugurato solo nel 2013 e contestualmente si sono rafforzate le due grandi aree produttive degli umidi per quanto riguarda bocconi e paté e single server in lattina, vaschetta e buste. Un ampliamento delle aree industriali e logistiche che oggi si estende su oltre 130.000 mq interamente dedicati alla produzione, allo stock dei prodotti finiti e delle materie prime e agli uffici.

"Avere un unico sito produttivo, il modernissimo impianto di Monasterolo di Savigliano, per tutti i prodotti che portiamo sul

## CATS & DOGS

### CONSTANT GROWTH

Always at the top of the pet food market in Italy, with excellent performances in all channels thanks to the strength of a family

Year by year, even in 2018 - it is the 18<sup>th</sup> consecutive year - Monge strengthens its two-digit growth: the increase is higher than the market average.

Moreover, in 2018 the company recorded the highest sales-volume increase in the company's history.

An excellent general performance ensured excellent results: the specialized channel (pet shops, garden centres, and farmers' cooperative) is the most dynamic sector with +25% growth; the large-scale retail trade also recorded an excellent result, in opposition to the market, which reached purchase maturity. Once again, the breeder channel recorded a significant growth both in terms of sales volume and number of customers served.

The most relevant country for Monge spa in terms of turnover is still Italy, with a +16% growth compared to the previous year. The share from the foreign market is increasingly dynamic and covers 85 countries, with +35% sale volume.

#### GREAT PERFORMANCE IN THE SPECIALIZED CHANNEL

"During the past years, - says Monge Executive Director Luciano Fassa - the specialized channel has become the driving force of our growth. The results in this channel, in shops and national retail chains, followed by local retail chains, garden centres and modern farmers cooperatives, exceeded our expectations. At the beginning, top seller *Monge Natural Superpremium* (dry and wet line celebrating its 10<sup>th</sup> birthday) reached the best results; right away, *Gemon* recorded the most relevant growth with all its dry food products for cats and dogs.

I am also pleased with the excellent performance of *Excellence*, *Lechat* and *Special Dog* performance in 2018 and the first four months of 2019 in the large-scale retail trade.

I want to thank the two sales managers; area managers and area representatives that helped reach such great success with their extraordinary efforts, from North to South Italy.

We are also satisfied with the development on foreign markets: it is managed directly with success and passion by CEO Domenico Monge and becomes increasingly relevant in terms of turnover. We nearly reached 220 million Euros overall, much more than the budget expected. We could reach such positive outcome also thanks to all the company departments, as well as the sales network in Italy and abroad: I thank them for that".

After only ten years, *Monge Natural Superpremium* became the company's top brand in terms of sales volume. It is also the most dynamic brand as far as growth, with +38% compared to the previous year. *Excellence*, large-scale retail trade superpremium brand, has grown by 37%, increasing the relevant results reached by *Lechat* and *Special Dog*. *Gemon* is also worth mentioning: the brand dedicated to the specialized channel recorded a significant +25% sales volume compared to the previous year, with +62% in cat food.

#### THE REASON BEHIND THE SUCCESS: A PRODUCT PORTFOLIO FOR ALL NEEDS

"The reasons behind our great performance in 2018 are many and they all linked to several factors: products, high quality, collaborators in the company, sales network and especially the daily commitment of Monge family.

I think products are the first reason behind our success: a broad product portfolio, which offers a wide range of brands, product types, recipe as well as an undisputable





mercato - secco, bocconi, paté e monodose - è un altro grande punto di forza. Probabilmente nessuna azienda oggi, in Italia e in Europa, con dimensioni analoghe alle nostre, ha produzione di dry e wet concentrate in un'unica sede. Inoltre Monge da oltre 10 anni produce nel proprio stabilimento anche le lattine vuote e i coperchi in tutte le grammature contribuendo alla riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> per la salvaguardia dell'ambiente. A Monasterolo di Savigliano si trova anche la piattaforma logistica nazionale che serve buona parte dei clienti di Nord e Centro Italia. Nel 2018 abbiamo attivato due hub, a Roma e Catania, per coprire meglio le regioni del Centro, la Sicilia e la Calabria e stiamo valutando un ulteriore ampliamento di queste piattaforme regionali per migliorare i tempi di consegna e il servizio ai nostri clienti".

### INVESTIRE PER INNOVARE

Ma gli investimenti nell'innovazione produttiva non si fermano qui. Nei primi mesi del 2019 è stato infatti avviato il terzo estrusore Wenger, interamente dedicato alla linea *Monge Natural Superpremium*, che si affianca ai due già in attività e ha permesso a Monge di diventare la più grande unità produttiva di secco presente nel nostro Paese, con una capacità di oltre 160.000 tonnellate all'anno. Contestualmente, entro il mese di giugno, per i prodotti umidi partirà la seconda linea di produzione e confezionamento per le vaschette, che porta al raddoppio della capacità produttiva nei formati 85, 100, 150 e 300 g. Ad agosto inoltre entrerà in funzione la seconda linea di confezionamento delle buste, un gioiello tecnologico di ultima generazione, dedicato alle pouches cane e gatto, con l'obiettivo di raddoppiare la capacità produttiva in pochi mesi.

Un ulteriore grande investimento, ormai in fase di ultimazione, è il nuovo magazzino automatico, che si sviluppa su un'area di oltre 7.300 mq e che andrà a dare un nuovo impulso alla gestione degli stock di prodotto finito, con una capienza di oltre 42.700 posti pallet. "Sarà uno dei più grandi magazzini automatizzati esistenti oggi in Italia - commenta con orgoglio Luciano Fassa - certamente il più ampio nella merceologia pet food".

Infine nell'area della gestione materie prime e prodotto finito, la famiglia Monge ha destinato ingenti risorse finanziarie al potenziamento dei silos, che passeranno dagli attuali 87 a 135 nel corso dei prossimi 15 mesi.

quality. The quality of *Monge* lines is definitely a benchmark for several customers.

Of course, the collaboration and partnership established with our customers is also very important. They believed in our company, when we launched *Monge Natural Superpremium* brand back in 2009. They broadened their collaboration year by year: our thanks goes to them as well.

Besides product quality and customer loyalty, another point of strength for Monge was also the commitment and passion of all employees: office, production, logistics, warehouse and the sales network in Italy and abroad.

In particular, we work with two business units for the Italian market, which are specifically dedicated to the specialized channel and to large-scale retail trade. They have two different Sales Management focused on each channel, as well as Area Managers and representatives focused on each channel separately.

The business structure is completed by a team breeder supported by a National Manager and representatives for the breeding channel only, as well as by the team of veterinary sales representatives, who cover over 3,500 veterinary clinics in Italy.

Moreover, a few weeks ago the merchandising and shop entertainment project was launched, which will be mainly dedicated to the specialized channel.

Another essential growth reason was the constant investment on communication and shops, to support the sell-out of our products. A simple but effective and constant communication.

Local roots, thus providing products with 100% made in Italy products as much as possible, were equally important. We select our suppliers mainly in Italy and many in Piedmont, in order to preserve Monge positioning.

However, among the reasons behind the company's success, the most relevant was probably the obstinacy and far-sightedness of Monge family and the entrepreneur who built the company, Baldassarre Monge and his children".

### THE STRENGTH OF A FAMILY

First of all, Monge is a family. It is a 100% Italian company that has been focusing on high-quality pet food for cats and dogs since 1963. These are the principles behind the commercial strategy that supported the company's growth and led to the excellent results during the past years.

Despite the big company figures, Monge is still strictly connected with the people who built it. The development of the company starts from the ideas and skills of Monge family. The second





## I NUMERI DEL 2018

220 milioni di fatturato:

- Export +30%
- Specialist +25%
- GDO +11%
- Italia +16%
- Estero +35%

Tutto questo con:

- 380 dipendenti;
- 67.000 lattine etichettate all'ora;
- 33 autotreni;
- 4.200.000 km percorsi in un anno (oltre 100 volte il giro dell'equatore);
- oltre 100.000 consegne nei 12 mesi;
- 5.300.000 kWh di energia prodotta dai pannelli fotovoltaici sul tetto dello stabilimento (quasi il 50% del fabbisogno energetico).

## GLI OBIETTIVI A ZOOMARK INTERNATIONAL

In occasione di Zoomark International 2019, Monge presenta molte importanti novità che vanno a presidiare nuovi segmenti di mercato e che rafforzano la presenza dei marchi *Monge*, *Excellence* e *Gemon*.

Ecco le novità più interessanti:

- Nuova gamma dry food *Monge BWild* - crocchette *Grain Free formula* e *Low Grain*

È l'ingresso di Monge in grande stile nel mercato dei prodotti senza cereali in formulazione con 27 nuove referenze cane e gatto e tante ricette in diverse grammature in cui sono inclusi carni, pesce e altri ingredienti di altissima qualità. Per creare queste formulazioni è stato necessario oltre un anno di studio da parte dei nutrizionisti e veterinari Monge, che si sono confrontati con veterinari esterni e allevatori selezionati, in modo da rappresentare l'universo delle razze, delle taglie canine e dei gatti più diffusi in Italia.

- Linea *Monge BWild* - lattine, buste e vaschette

Altra importante novità a Zoomark International 2019 è la linea *Monge BWild* umido: 17 nuove referenze, paté e bocconi con ricette e materie prime altamente innovative che si affiancheranno ai prodotti dry, con l'obiettivo di ampliare la scelta per il consumatore finale nell'ambito della famiglia *BWild*. Anche per i prodotti umidi, le linee cane e gatto offrono formulazioni che si avvicinano al concetto dell'alimentazione in natura, dunque selezionando fonti proteiche animali alternative rispetto a quelle tradizionalmente presenti sul mercato, quali cinghiale e bufalo, accompagnate da ortaggi e frutti di bosco. Tutte le ricette sono formulate senza cereali e integrate con vitamine e minerali per offrire una soluzione completa e bilanciata.

- L'innovativo pack *Monge BWild*

Entrambe le linee, *Grain Free* e *Low Grain*, sono contraddistinte da un pack innovativo, distintivo e aggressivo, coerente con il prodotto e con l'acquirente a cui è indirizzato. Tutta la nuova linea *Monge BWild* si caratterizza per immagini selvagge e disegni accattivanti, uniti a colori acidi e moderni, con l'obiettivo di

generazione, together with founder President Baldassarre Monge, is now in charge: CEO and export manager Domenico Monge, his sister Sandra as CFO and Franca as head of purchasing department. The young entrepreneurs of the third generation started working in the company's departments during the past few years: dry food production, wet food production, commercial department, sales entertainment. They carry on the family tradition and represent the future.

"It is my duty - says Luciano Fassa - on behalf of my colleagues, to thank the President and his sons who believed in our ideas and supported our growing path with increasingly relevant investment year by year. Relying on a family of such skilled, determined entrepreneurs that are always helpful and especially illuminated is a precious plus because we were able to share and develop projects and new strategy with flexibility and speed. Thanks to Monge family, we can be proud of the results reached in 2018. Monge was the first Italian company included in PetFood Industry list. According to the latest update, we are tenth in Europe and 27<sup>th</sup> in the world - says the Executive Director - we climbed a few places up during the past year, and we expect to climb up even further thanks to 2018 results. In Italy we are among the leaders both in the specialized channel, where we are the fourth company on the global pet food sector, as well as in the large scale retail trade, confirming the third place and the most dynamic growth among all companies during the past 12 months".

## EVERYTHING COMES THROUGH MONASTEROLO DI SAVIGLIANO

Logistics and industrial investments played an important role in the company's growth. During 2018, they increased especially in the production and supply chain area. The dry food plant was inaugurated only in 2013 and it is going to be broadened; at the same time, the two wet food areas became stronger as far as bites and pates and single serve in cans, pots and pouches are concerned. The industrial and logistic area currently covers a surface of over 130,000 m<sup>2</sup>, completely dedicated to production, to the storage of finished products and raw ingredients and offices.

"Relying on the single and modern production site in Monasterolo di Savigliano for all products available on the market - dry, morsels, pates and single serve - is another great point of strength. No other company similar to ours, in Italy and Europe, is likely to produce dry and wet food in a single plant. Moreover, Monge has been producing empty cans and lids of all sizes in the plant for over 10 years, reducing CO<sub>2</sub> emissions. Monasterolo di Savigliano also hosts the national logistics platform, which supplies most of North and Centre Italy customers. In 2018, we opened two hubs in Rome and Catania, to cover the Centre regions, Sicily and Calabria at best. We are now discussing about further broadening the regional platforms to improve delivery times and customer service".

## INVEST TO INNOVATE

Investments in productive innovation are not finished. During the first months of 2019, the third Wenger extruder was inaugurated, which is completely dedicated to *Monge Natural Superpremium* line. Monge has now become the largest production unit of dry food in Italy, with a capacity of over 160,000 tons every year. At the same time, within the end of June, a second production and packing line for wet food in pots is going to start. The production capacity for 85, 150 and 350g pots will be doubled. In August, the second packing line for pouches will start. It is a jewel of technology dedicated to pouches for cats and dogs, which aims at doubling the production capacity in a few months.

Another relevant investment, which is nearly ready, is the new automated storehouse covering a surface of over 7,300 m<sup>2</sup>. It will boost the management of stored finished products, with a capacity of over 42,700 pallets. "It will be one of the largest automated storehouses in Italy - proudly says Luciano Fassa - and definitely the biggest dedicated to pet food".

Monge invested relevant resources on the area of raw ingredients and finished product management, to build up silos: from 87 to 135 silos in the next 15 months.

## 2018 FIGURES

220 million turnover:

- Export +30%
- Specialist +25%
- Mass distribution +11%
- Italy +16%
- Abroad +35%

Relying on:

- 380 employees;
- 67,000 cans labelled per hour;
- 33 articulated lorries;
- 4200,000 km covered in one year (over 100 times the equator);
- over 100,000 deliveries in 12 months;
- 5.300.000 kWh energy produced by photovoltaic panels on the plant's roof (nearly 50% of the energy need of the plant).

## GOALS AT ZOOMARK INTERNATIONAL

At Zoomark International 2019 Monge presents several new products covering new market segments, which strengthen *Monge*, *Excellence* and *Gemon* brands.

Here are the most interesting news:

- New dry food range *Monge BWild* - *Grain Free formula* and *Low Grain kibbles* Monge debuts with a brand in the market of cereal-free formulas, with 27 new products for cats and dogs, plenty of recipes in different sizes that include meat, fish and other high-quality ingredients. In order to develop these formulas, Monge nutritionists and veterinarians worked for over a year: they discussed with selected veterinarians and breeders representing the whole breeds and the most popular cats and dogs in Italy.

- *Monge BWild* range - tins, pouches and pots

Another new product at Zoomark International 2019 is *Monge BWild* wet food: 17 new products in pate and morsels, with innovative raw ingredients and recipes, will be available with dry products in order to provide final customers with a broader choice for *BWild* products. The wet formulas for cats and dogs resemble nature nutrition: alternative sources of animal protein such as boar and buffalo (unlike those traditionally available on the market), with vegetables and wild fruit. All recipes are free from cereals and supplemented with vitamins and minerals, in order to ensure a complete and balanced solution.

garantire un forte impatto cromatico a scaffale, differenziante sul punto vendita e in grado di attirare l'attenzione del consumatore offrendo immediatamente molte informazioni sulle diverse ricette.

## MONGE NEL CANALE SPECIALIST

Sin dal lontano 1963, quando Baldassarre Monge in persona iniziò a vendere i primi prodotti nelle agrarie di Cuneo e nei mercati rionali di Torino, nacque un rapporto preferenziale con i piccoli negozi di quell'epoca: precursore delle attenzioni rivolte oggi da Monge al canale specialist, per stabilire una reale partnership operativa e strategica e creare profitto e valore per entrambi. E i risultati si vedono. Dalle ultime rilevazioni, Monge ha aumentato la sua quota nei canali specialist, pet shop indipendenti e nelle catene pet, sino a raggiungere la 4° posizione nel totale mercato. Nel secco cane, *Monge Natural Superpremium* raggiunge la 2° posizione con una crescita molto interessante negli ultimi 24 mesi. Anche nel secco gatto le crescite nei negozi specializzati sono significative per tutti i prodotti firmati *Monge* e *Gemon*, marchi esclusivi per il canale specialist, con incrementi di quota che pongono i due brand ai vertici dei segmenti presidiati. E sempre nei pet shop e nei garden l'umido cane *Monge*, con tutti i suoi brand, oggi rappresenta la 2° realtà come quota totale.

## MONGE NEL CANALE GDO

Nel canale GDO le soddisfazioni sono altrettanto interessanti, ma con marchi diversi. Innanzitutto prodotti dedicati a ipermercati e supermercati creati appositamente per loro con i brand *Excellence*, *Lechat*, *Special Dog* e *Simba*. Una rete commerciale composta da esperti professionisti di questo settore che da anni si interfacciano con le principali insegne GDO del mercato. Poi una politica commerciale e marketing mirata e studiata appositamente per soddisfare le esigenze del canale moderno. Monge consolida la 3° posizione alle spalle dei due big player, ma soprattutto risulta una delle aziende più dinamiche per crescita in quota, distribuzione ponderata e numerica del 2018 e nell'area sud raggiunge quota record a valore, volume e per numero di negozi serviti. *Special Dog Excellence* sui secchi cane e *Special Dog paté* sugli umidi cane si posizionano ai vertici delle vendite Italia nelle rispettive famiglie nel canale supermercati.

## MONGE E GLI ALLEVATORI

Monge ha attivato negli ultimi anni un'intensa e proficua collaborazione con il canale allevatori in Italia e all'estero attraverso partnership importanti che sono risultate determinanti per il successo del marchio. Il progetto *Monge Breeders*, nato nel 2010, ha conquistato oggi un posto di rilievo all'interno della società, con una forza vendita dedicata e di altissima professionalità e migliaia di allevatori che rappresentano una colonna portante del fatturato dell'azienda. Molti di loro lavorano quotidianamente con il team R&D e con i nutrizionisti per migliorare le ricette e preparare la strada al lancio di nuovi prodotti, che una volta verificati e usati con regolarità, potranno diventare nuove referenze disponibili sugli scaffali dei migliori pet shop e supermercati. Il team *Monge Breeders* è composto da allevatori professionisti che negli anni sono diventati anche specialisti nella vendita e nel dialogo con i colleghi: per questo motivo *Monge Natural Superpremium Best for Breeders* è diventato un prodotto di riferimento per gli allevatori in Italia e in tanti mercati all'estero.

L'importanza che per Monge riveste la partnership con gli allevatori è rappresentata da un ampio catalogo *Monge* e *Gemon* che vantano prodotti e referenze dedicate esclusivamente al mercato degli allevatori, con size e ricette studiate appositamente per presidiare nel migliore dei modi questo segmento.

Da sottolineare, inoltre, che negli ultimi anni Monge ha partecipato in modo costante ai principali eventi di settore in collaborazione con ENCI, per essere presente e al fianco degli utilizzatori finali.

## MONGE NEL MONDO

Gli ultimi mercati nei quali Monge si è affacciata hanno da subito destato molto interesse nei consumatori verso i prodotti dell'azienda e verso il pet food made in Italy. Il team Export, guidato in prima persona da Domenico Monge, con 2 export manager, agenti e distributori nei vari Paesi, ha raggiunto nel 2018 ben 85 Paesi nei diversi continenti ed è un elemento di successo e di orgoglio dell'azienda, con l'obiettivo, nel prossimo triennio, di sviluppare ancora di più le vendite a livello internazionale. Insomma, se l'azienda continua a crescere ininterrottamente da tanti anni in Italia, contestualmente conquista nuove posizioni nel mondo e consolida nel 2018 un risultato record per crescita a fatturato. All'estero, il focus è dedicato prevalentemente a *Monge*, *Excellence* e *Gemon*, i tre marchi che presidiano la fascia superpremium e premium del mercato, ma parallelamente, da tempo, si è sviluppato il brand *Simba*, che rappresenta da sempre una delle colonne portanti del fatturato nei Paesi esteri. (A.C.)

### ● Innovative *Monge BWild* package

Both *Grain Free* and *Low Grain* lines feature an innovative, unique and aggressive packaging in line with the product and the target customer. All *Monge BWild* new line features wild pictures and captivating illustrations, combined with acid and modern colours: the goal is to ensure a strong chromatic impact on shelf, distinguishing factor in shops and capable to draw customer's attention. It quickly provides plenty of information on the recipes.

### MONGE IN THE SPECIALIZED CHANNEL

Since 1963, when Baldassarre Monge started selling the first products to Cuneo farmers' cooperatives and in Turin local markets, a special bond with shops was established. It the beginning of the attention Monge pays to the specialized channel, in order to establish a real operational and strategic partnership as well as create value and profit for both. Results are there for all to see. According to the latest figures, Monge increased its share in the specialized channel, independent pet shops and pet chains, reaching the fourth position on the market. As for the segment of dry dog food, *Monge Natural Superpremium* gains second place with an interesting growth over the past 24 months. Even the sector of dry cat food records significant growth in specialized shops for all *Monge* and *Gemon* products in pet shops, which are exclusive products for the specialized channel, with a share increase placing the two brands at the top of the segments. *Monge* wet food is now second in pet shops and garden centres.

### MONGE IN LARGE-SCALE RETAIL TRADE

The large-scale retail trade is equally satisfactory with other brands. Starting with *Excellence*, *Lechat*, *Special Dog* and *Simba* brands, which have been specifically developed for the channel. There is a commercial network of expert professionals which have been dealing with the main players of the market for years. Monge confirms its third place, behind two big players and it is one of the most dynamic companies as far as share increase, numeric and weighted distribution in 2018 are concerned. In the South area the company gains record shares in terms of value, volume and number of shops served. *Special Excellence* in dry dog food and *Special Dog* pate in moist dog food are the top selling products in Italy.

### MONGE AND BREEDERS

During the past years, Monge started an intense and profitable collaboration with the breeding channel in Italy and abroad, through important partnerships that supported the brand's success. *Monge Breeders* project was born in 2010 and gained a relevant position within the company, with a dedicated and skilled sales network as well as thousands of breeders that represent a founding pillar of the company's turnover. Many of them work daily with the R&D team and with nutritionists, to improve recipes and lay the basis for the launch of new products: once tested and used regularly, they might become new products available on the best specialized shops and supermarkets. *Monge Breeders* team features professional breeders, who also became sales specialists with the time: that is why *Monge Natural Superpremium Best for Breeders* has become the flagship product for breeders in Italy and abroad.

The importance of breeders' partnership is also expressed in the broad *Monge* and *Gemon* catalogue, which offers products dedicated to breeders only, with sizes and recipes specifically developed for the segment.

During the past years, Monge took part in the main events of the sector in collaboration with ENCI, in order to support final customers.

### MONGE IN THE WORLD

Customers from the latest markets Monge entered were immediately interested towards the company's products and the made in Italy pet food Export team is lead directly by Domenico Monge with 2 Export Managers, representatives and distributors in the each country, reached 85 countries in 2018. It is the pride and success of the company: the goal is to further increase international sales during the next three years.

The company has been growing constantly in Italy; at the same time, Monge conquers new shares in the foreign markets and reaches record results in terms of turnover in 2018. Abroad the company mainly focuses on *Monge*, *Excellence* and *Gemon*, the super premium and premium brands. At the same time, *Simba* has also grown: it is one of the pillars of turnover in foreign countries.

## Nuovi Monge BWild - Feed The Instinct

I nuovi *Monge BWild* confermano l'impegno di Monge spa nel segmento del pet food naturale Grain Free e Low Grain, in grande crescita tra i pet owner più esigenti ed evoluti. Una nuova linea di prodotti con il concept dell'alimentazione in natura: tanta carne, carne fresca e zero cereali. La linea *Monge BWild Grain Free e Low Grain* è composta da ben 44 nuove referenze di prodotti umidi e secchi per garantire un'alimentazione completa e quotidiana con questa filosofia. Nei prodotti umidi tante novità: i bocconi grain free cotti al forno nelle pratiche lattine da 400 g, i gustosi e appetibili maltagliati nelle comode buste da 100 g e infine gli squisiti paté-terrines cotti a vapore nelle vaschette 100 g e 150 g. Le crochette, invece, sono proposte in ben 27 diverse varianti per cane e gatto, con carni pregiate ed esclusive, tipiche di un'alimentazione con queste caratteristiche. Tutti i prodotti *Monge BWild, Grain Free, Low Grain*, secchi e umidi, sono no cruelty test e 100% made in Monge, quindi garantiti made in Italy. Le novità *Monge BWild* saranno disponibili solo ed esclusivamente nei migliori pet shop, garden e negozi specializzati da fine maggio 2019.

## New Monge BWild - Feed The Instinct

New *Monge BWild* proves Monge spa's commitment in the segment of natural Grain Free and Low Grain pet food: the trend is growing among the most demanding and evolving pet owners. It is a new line of products featuring the natural nutrition principle: plenty of meat, fresh meat and no cereals. *Monge BWild Grain Free and Low Grain* includes 44 new products, wet and moist food, to ensure the complete and daily nutrition according to such philosophy. Plenty of news for wet recipes: grain free and oven baked morsels in handy 400g tins; tasty and palatable maltagliati in handy 100g pouches; delicious steam cooked pates in 100 and 150g pots. Kibbles are available in 27 different versions for cats and dogs, with fine and exclusive meat, typical of this type of diet. All *Monge BWild, Grain Free, Low Grain*

products, wet and dry, are no cruelty test and 100% made in Monge (thus made in Italy). *Monge BWild* news will be available only in the best specialized shops, garden centres by the end of May 2019.



## Finalmente VetSolution umido

Presente da 2 anni sul mercato degli alimenti dietetici, *Monge VetSolution* si arricchisce oggi di tanti nuovi prodotti umidi nelle pratiche vaschette silver da 100 g per gatti e 150 g per cani: paté cotti a vapore per esaltare in modo delicato l'aroma di ogni ricetta, con ingredienti preparati e studiati dai nutrizionisti Monge. Le formulazioni, altamente innovative, rappresentano la nuova frontiera per cani e gatti nell'ambito degli alimenti dietetici per particolari fini nutrizionali. Ricette senza cereali con nucleotidi liberi a supporto del sistema immunitario e Xilo-oligosaccaridi per il benessere intestinale.

## Wet VetSolution at last

*Monge VetSolution* has been available on the market of dietary food for two years. The line now includes plenty of new wet products in handy silver 100g pots for cats and 150 pots for dogs. The wet line offers steam-cooked pates that gently enhance the flavour of each recipe, with ingredients prepared and developed by Monge nutritionists. Innovative formulas are the new frontier for cats and dogs, as far as dietary food for special nutritional needs are concerned. The cereal free recipes contain free nucleotides that support the immune system, as well as xilo oligosaccharides for the intestinal well-being.





**Monge Grill, bocconcini e maltagliati cotti al forno**  
 Grande novità per Zoomark International 2019 è la nuova linea in buste monodose da 100 g *Monge Grill* cane e gatto. Alimento completo e bilanciato, tutte le ricette sono grain free, con ingredienti di primissima qualità e con carne fresca altamente digeribile e appetibile: bocconcini e maltagliati cotti al forno, frangiti con un procedimento esclusivo di Monge in Italia, con prodotti dedicati all'età e allo stile di vita dell'animale. La linea *Monge Grill* cane è stata oggetto di un'importante revisione nel pack e da lì sono nate le nuove buste *Monge Grill* gatto, altissima qualità 100% made in Italy, studiate dal reparto R&D della società. La gamma comprende ricette per cani adulti, senior e puppy e formulazioni per gatti kitten, senior, adult e sterilised, disponibili da subito in 15 referenze e da settembre nei pratici flowpack multigusto da 4 buste.

### Monge Grill, oven baked morsels and maltagliati

Great news for Zoomark International 2019, with the new single-serve line in 100g pouches *Monge Grill* cats and dogs. The products are complete, balanced and grain free. They all feature first-choice ingredients and fresh meat, extremely palatable and digestible. Morsels and maltagliati are oven-baked according to Monge exclusive process: the products suit the pets' age and lifestyle. *Monge Grill* dogs features a relevant packaging restyling: this led to the birth of new *Monge Grill* cat pouches: 100% made in Italy pouches developed by the R&D department. The range includes recipes for adult, senior dogs and puppies, as well as formula for kittens, senior, adult and sterilised cats. 15 products are available immediately. In September the handy multi-flavour, 4-pouch flow packs will also be available.



### Tante novità nella linea Sfilaccetti Monge

La linea di *Sfilaccetti Monge*, il superpremium per gatto nelle pratiche lattine da 85 g, 100% prodotto italiano, si amplia con nuove referenze e nuove ricette monoproteiche e carni pregiate. La gamma *Sfilaccetti Monge*, fino ad oggi proposta nei gusti *Solo Pollo*, *Solo Coniglio*, *Solo Tacchino*, *Pollo con Piselli*, *Tacchino con Carote*, presenta ora 3 nuove ricette molto richieste dai proprietari di gatti: i nuovi *Sfilaccetti* monoproteici con pregiata carne di *Solo Bufalo* e le 2 ricette, sempre monoproteiche, *Pezzetti Solo Manzo* e *Pezzetti Solo Maiale*. Tutti pezzettini di carne e sfilaccetti cotti esclusivamente a vapore nel loro brodo di cottura, che esalta l'appetibilità e l'aroma di ogni singola ricetta. Tre nuove carni altamente digeribili per l'animale e che da ben 6 mesi sono utilizzate dal panel a cui Monge si rivolge per testare le proprie novità con la prova più naturale possibile: la prova della ciotola. E come sempre i nuovi *Sfilaccetti Monge* sono garantiti no cruelty test.



### Plenty of news for Sfilaccetti Monge line

*Sfilaccetti Monge*, the super premium line for cats in handy 85g tins is a 100% Italian products. The line now features new single serve recipes with fine meat. *Sfilaccetti Monge* is already available in *Chicken Only*, *Rabbit Only*, *Turkey Only*, *Chicken with Peas*, *Turkey with Carrots*. The three new recipes follow the demand of cat owners: new single serve *Sfilaccetti* with *Buffalo Only* and two single serve recipes *Bites Beef Only* and *Bites Pork Only*. All meat bites and stripes are steam cooked in their broth, to enhance the palatability and aroma of each recipe. The new meat types are extremely digestible for the pet. For six months, Monge special panel has tested them with the most natural test: bowl test. Of course, new *Monge Sfilaccetti* are cruelty test guaranteed.





## New Monge and Excellence litter

Zoomark International 2019 will be the chance to announce Monge debut in the market of ecologic litter, with a range of innovative made-in-Italy products. One year ago Monge presented *Monge Easy Green* 100% natural litter, which met with a huge success thanks to the excellent quality and fair price on shelf. Now the company launches four new litter. The two *Monge* litter (for the specialised channel) and two *Excellence* litter (for large-scale retail trade) are Italian, natural, with low impact on the environment and with 100% national corn farmed in Piedmont. New *Monge* and *Excellence* litter products can be disposed of in the toilet, feature scented and odour gathering versions and do not stick to cat paws. That is why they are easy to use in flats and cats love them. *Monge Easy Green* will be available in the best pet shops since May, as well as *Lechat Excellence* in supermarkets.

## Le nuove lettiere Monge ed Excellence

Zoomark International 2019 sarà l'occasione per annunciare l'ingresso di Monge nel mercato delle lettiere ecologiche, con una gamma di nuovi prodotti innovativi made in Italy. Solo un anno fa, Monge presentava la lettiera 100% naturale *Monge Easy Green* che si è rivelata da subito un grande successo per l'eccellente qualità e il giusto posizionamento di prezzo a scaffale. Ora 4 nuove lettiere: 2 firmate *Monge* solo per il canale specialist e 2 con il brand *Excellence* per il canale GDO, tutte rigorosamente italiane, naturali, a basso impatto ambientale e a base di mais 100% nazionale, anzi coltivato rigorosamente in Piemonte. Le nuove lettiere *Monge* ed *Excellence* sono smaltibili anche nel water, hanno versioni profumate e in grado di catturare gli odori, inoltre non si attaccano alle zampe del gatto e sono quindi più facili da utilizzare in appartamento e soprattutto molto gradite dall'animale. La lettiera *Monge Easy Green* sarà disponibile nei migliori pet shop da maggio come *Lechat Excellence*, presente nei migliori supermercati nello stesso periodo.



## Verso nuovi scenari con Monge Fruits Blend

Con la grandissima novità *Monge Fruit Blend*, *Monge Natural Superpremium* coglie una nuova tendenza nel pet food che sta vivendo un momento di grande interesse negli Stati Uniti e in altri paesi europei. Ricette con tanta carne, un basso contenuto di cereali e l'aggiunta di superfood, che esaltano le caratteristiche e i valori nutrizionali: patate, melograno, mirtilli, tapioca. È una linea di crocchette all breeds e life-stage, cioè dedicata a cani di tutte le taglie, razze ed età, con la garanzia del no cruelty test, del 100% made in Italy e dell'esperienza Monge conquistata in oltre 55 anni di produzione esclusiva di pet food di altissima qualità. *Monge Fruits Blend*, insieme alla nuova linea *BWild Grain Free/Low Grain* rappresenta la nuova frontiera nell'alimentazione moderna e di alta qualità per i nostri piccoli amici a quattro zampe.

## Towards new scenarios with Monge Fruits Blend

*Monge Fruit Blend* is the great news for *Monge Natural Superpremium* offer. The new line follows a new trend in pet food, which is very popular in the USA and other European countries. The line features recipes with plenty of meat, low percentage of cereals and superfood enhancing the features and nutritional values of the products: potatoes, pomegranate, blueberries, and tapioca. It is a line of all breeds and life-stage kibbles dedicated to dogs of all sizes, breeds and age. Of course, it is guaranteed no cruelty test, 100% made in Italy with Monge experience, which is the result of 55-year experience in producing high-quality pet food. *Monge Fruits Blend*, together with new *Bwild Grain Free/Low Grain* line, represents the new frontier in modern and high-quality nutrition for pets.



# TRE, DUE, UNO, PRONTI... VIA!

**MANCANO POCCHI GIORNI A ZOOMARK INTERNATIONAL 2019, UN'OCCASIONE PER INCONTRARE I PROTAGONISTI DEL SETTORE E CREARE NUOVE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS CON OLTRE 600 ESPOSITORI E UN PROFILO MARCATAMENTE INTERNAZIONALE**

Un mercato in movimento, che mostra vitalità innovando e diversificando prodotti e servizi per dare risposte su misura a un proprietario pet sempre più attento e consapevole. In questo contesto l'appuntamento con *Zoomark International 2019*, da lunedì 6 a giovedì 9 maggio a BolognaFiere, si carica di aspettative e registra un nuovo record di presenze, +7% rispetto all'edizione 2017. Con un profilo marcatamente internazionale che va a confermare la rilevanza dell'appuntamento bolognese per l'intero settore; il 70% circa degli espositori proviene dall'estero, da oltre 40 Paesi.

Si riscontra una significativa presenza di aziende provenienti dalla Cina, seguita da una nutrita partecipazione dalla Gran Bretagna (in forte crescita nonostante le incertezze per il futuro derivanti dalla Brexit). In aumento anche gli espositori in arrivo da Olanda, Turchia e Paesi dell'Est Europa. Fra le new entry Bielorussia, Grecia, Malesia, Serbia e Slovacchia.

La manifestazione si svolgerà nei padiglioni 25 e 26 e nei nuovissimi 28, 29 e 30 inaugurati nell'autunno 2018, e si svilupperà su una superficie espositiva di 55.000 metri quadrati, con un incremento di oltre il 10% rispetto all'edizione 2017.

## CHI C'È A ZOOMARK NELL'ELENCO ESPOSITORI

Alla vigilia dell'inaugurazione di *Zoomark International 2019* vogliamo dare ai nostri lettori le principali informazioni utili per programmare una visita che si riveli il più proficua possibile.

Utili anticipazioni si possono avere dal sito [www.zoomark.it](http://www.zoomark.it) che porta l'utente a scoprire tutte le novità di questa edizione, descrivendo l'evoluzione del Salone per raccontare tutto il mondo degli animali da compagnia. Si può visualizzare l'elenco delle aziende e dei marchi presenti in ordine alfabetico sfogliando l'elenco espositori oppure selezionando le aziende in base al nome, al paese di provenienza e al padiglione.

## NOVITÀ E NUOVI TREND

Molte utili informazioni sui prodotti novità presentati in occasione di questa edizione del Salone si possono avere dall'utilissima guida che i lettori di *Zampotta* trovano allegata a questo numero della rivista.

*Zoomark International* è lo strumento che consente di scoprire un numero impressionante di nuovi prodotti e di incontrare una gran



quantità di potenziali partner, in un clima di grande disponibilità che difficilmente si può trovare altrove.

E poi convegni, seminari, workshop, dimostrazioni... Grazie anche ai numerosi momenti di aggiornamento, l'edizione 2019 si presenta come un'occasione unica di crescita per operatori del pet a tutti i livelli, dal piccolo dettagliante al grande manager import-export.

Il giorno di apertura, lunedì 6 maggio, verrà presentato il consueto Rapporto Zoomark-Assalco sull'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia, una radiografia dello stato dell'industria e del mercato. Ci saranno poi incontri focalizzati sui mercati dei diversi Paesi, sui trend e le prospettive di business, sulla salute e il benessere animale.

## LE AREE SPECIALI

Come da tradizione, l'area Prodotti Novità sarà il cuore pulsante del Salone. Con il nuovo layout espositivo, si

troverà nel Mall, la zona di collegamento fra i padiglioni 28, 29 e 30 e accoglierà oltre 400 prodotti valorizzandone la visibilità e dando indicazioni sugli stand in cui trovarli.

Altra zona di particolare richiamo sarà Aqua Project, il progetto studiato per dare risalto alle eccellenze del settore acquariofilia. Ubicata nel padiglione 29, l'area sarà impreziosita da vasche dalle dimensioni eccezionali arricchite da giochi d'acqua e di luce e da un laghetto spettacolare. Uno spazio sarà poi dedicato agli acquari allestiti dagli espositori ricreando habitat e suggestioni diversi e stimolanti.

## TICKET ON LINE PER SALTARE LA CODA

I visitatori di *Zoomark International 2019* possono effettuare una pre-registrazione on line attraverso il sito [www.zoomark.it](http://www.zoomark.it) dove è possibile acquistare in anticipo i biglietti di ingresso al Salone. Due i vantaggi: risparmiare sull'acquisto del ticket e generarlo direttamente in pochi click, evitando possibili code alle reception. Il costo del biglietto elettronico, valido per i 4 giorni di esposizione, è di 10 euro; lo stesso biglietto, acquistato alle reception, costa 15 euro.

## ZOOMARK INTERNATIONAL

### READY, STEADY...GO!

Zoomark International 2019 is starting in a few days: it is the chance to meet pet business people and to create new business opportunities with over 600 exhibitors and a strong international profile

An evolving market, which expresses vitality by innovating and diversifying products and services to provide customized answers to increasingly attentive and aware pet owners. With such scenario, *Zoomark International 2019*, from Monday 6 to Thursday 9 May at BolognaFiere, increases its expectations and reports a new record of attendance, +7% compared to 2017. The event's international profile strengthens its importance for the whole sector: 70% of exhibitors come from over 40 foreign countries.

There is a significant participation of Chinese companies, followed by Great Britain (increased despite future uncertainties related to Brexit). The number of exhibitors from The Netherlands, Turkey and East Europe is also increasing. Among the new entries, there are Belarus, Greece, Malaysia, Serbia and Slovakia. The exhibition will be held in 25 and 26 Halls and brand new 28, 29 and 30 Halls inaugurated in 2018. The global exhibiting surface amounts to 55,000 m<sup>2</sup>, +10% compared to 2017.

#### WHO TAKES PART IN ZOOMARK: EXHIBITOR LIST

On the eve of *Zoomark International 2019* inauguration, we want to provide our readers with the main information to plan the most profitable visit ever. Useful information are available on [www.zoomark.it](http://www.zoomark.it), which help users unveil all the news of the event, with the show evolution explaining the complete pet sector. The list of companies and brand is available in alphabetical order by browsing the exhibitor list. It is also possible to find companies according to name, country and hall.

#### NEWS AND NEW TRENDS

Many useful information on new products at Zoomark will be available on the guide enclosed to the present *Zampotta* issue.

*Zoomark International* is the strategic tool to unveil an impressive number of new products and to meet plenty of potential customers in a friendly atmosphere that is hard to find elsewhere.

In addition, there are conferences, seminars, workshops, shows...also thanks to several training occasions, the 2019 exhibition is set to provide pet business people with unique chance to grow, from small retailers to important import-export managers.

On the opening day, Monday 6 May, the traditional Zoomark-Assalco report on the Nutrition and Care of Pets will be presented. It reports the situation of the industry and market. Moreover, there will be meetings focusing on specific markets, on trends and business opportunities, on health and well-being of pets.

#### SPECIAL AREAS

As usual, the New Products Showcase area will be the core of the exhibition. Thanks to the new layout, the area will be located in the Mall, which connects 28, 29 and 30 halls. It will host over 400 products, enhancing the visibility and providing information on where to find them.

Aqua Project will also attract several visitors: the project enhances the excellence in the aquatic sector. The area will be located in Hall 29 with extraordinary tanks, water and light shows, as well as an amazing pond. A special area will be dedicated to aquaria set up by exhibitors to recall special habitats.

#### NO QUEUES WITH ON-LINE TICKET

*Zoomark International 2019* visitors can pre-register on [www.zoomark.it](http://www.zoomark.it). Buying the ticket in advance allows saving on the cost; moreover, it is quick and avoids queues at the ticket office. The ticket is valid for four days and costs 10 €. The same ticket purchased at the reception costs 15 €

#### Free ticket for Zampotta readers

*Zampotta* readers will be granted a free ticket. You will find the special voucher with Promotional Code on this issue. The free ticket is easy to download. Just visit <http://www.zoomark.it/visita/ticket-online/7054.html> and follow the instructions: enter personal data and free code (**Z9TTP9W**) in order to print the free ticket. Our readers can show the free ticket at the show entrance without any queue at the ticket office (of course, it is completely free). *Zampotta* free ticket is valid for four days.

#### HOTEL & TRAVEL

Useful information to reach *Zoomark* and stay in Bologna are available in the Hotel & Travel section of [www.zoomark.it](http://www.zoomark.it) website, which also pays attention to special offers.

Special rates are available to reach Bologna. CartaFRECCIA holders coming to Bologna on Frecciarossa, Frecciargento and Frecciabianca trains will be granted 30% discounts on tickets for all national trains to Bologna from 6 till 9 May 2019. Those travelling with ITALO will be having discounts of 40% on First Class tickets. Flixbus service is also available to and from Bologna.

Should you need any help with trip and accommodation booking, Bologna Welcome, Travel Agency of the BolognaFiere Group, offers services to all exhibitors and visitors to *Zoomark*: hotels (5/4/3 star) in the old town centre or fair district at special rates; package deals including hotel, lunch tickets for use in the tradeshow grounds, and train tickets. Moreover, the agency also offers special rates for car transfers and car hire in town as well as special service rates at Bologna airport. More information are available on [bolognawelcome.com](http://bolognawelcome.com).

# Zampotta®

LA RIVISTA LEADER PER I NEGOZIANTE DI PRODOTTI PER ANIMALI

## ti offre un biglietto omaggio per visitare ZOOMARK INTERNATIONAL 2019

### REGISTRATI ONLINE

Approfitta di queste istruzioni per generare il tuo biglietto che ti permetterà di entrare gratuitamente in fiera evitando le code:

- ✓ connettiti a [www.zoomark.it](http://www.zoomark.it)
- ✓ seleziona la sezione "visita"
- ✓ clicca su "ticket online"
- ✓ clicca su "clicca qui" e inserisci il codice ricevuto da un espositore o trovato su una rivista di settore.
- ✓ inserisci i tuoi dati
- ✓ riporta codice omaggio: **Z9TTP9W**
- ✓ scarica e stampa il tuo biglietto

**Passa a trovarci: MALL - stand M38**



# Zampotta®

LA RIVISTA LEADER PER I NEGOZIANTE DI PRODOTTI PER ANIMALI

**a free ticket to  
ZOOMARK INTERNATIONAL 2019  
for all our readers**

### REGISTER ONLINE

Follow these instructions to issue your ticket free of charge, and skip the queue:

- ✓ go to [www.zoomark.it](http://www.zoomark.it)
- ✓ click on "visit"
- ✓ click on "online ticketing service"
- ✓ click on "click here" to validate your free entrance ticket
- ✓ fill in your details
- ✓ use gift code: **Z9TTP9W**
- ✓ download and print your free ticket

**Come and see us: MALL - stand M38**

## Dove, come, quando

- Date: da lunedì 6 a giovedì 9 maggio 2019.
- Orari: ore 9.00 - 18.00.
- Luogo: BolognaFiere, Bologna, padiglioni 25, 26, 28, 29, 30.
- Ingressi: Ovest Costituzione e Nord. L'accesso è riservato agli operatori del settore italiani e stranieri. Non è ammesso il pubblico. Non sono ammessi bambini minori di 14 anni. È consentito l'ingresso ai cani, purché al guinzaglio e con museruola o tenuti in adeguati trasportini, eccezion fatta per i cani al servizio di persone disabili.
- Come arrivare: raggiungere il polo espositivo BolognaFiere è agevole sia in auto sia con i mezzi pubblici.

**AEREO:** l'aeroporto dista circa 9 km; con il taxi, circa 15 minuti. In alternativa si può utilizzare la navetta Aerobus sino alla stazione ferroviaria, e da lì proseguire per la Fiera. Per informazioni su orari e percorsi: [www.aerobus.bo.it](http://www.aerobus.bo.it).

**TRENO:** la Stazione Centrale di Bologna si trova a 10 minuti da BolognaFiere ed è collegata all'ingresso di Piazza Costituzione dal servizio bus 35 e 38 della società di trasporti pubblici Tper.

**AUTO:** provenendo dalle autostrade A13 PD-BO, A1 MI-BO e da FI-BO, proseguire in autostrada (A14) direzione Ancona, uscita "Bologna Fiera" - casello dedicato; provenendo da Ancona, proseguire in autostrada (A14), uscita "Bologna Fiera" - casello dedicato; tangenziale: uscita consigliata n. 8.

**AUTOBUS:** dalla stazione ferroviaria: autobus 35 e 38; dal centro di Bologna: autobus 28, 35 e 38.

Per informazioni sul trasporto pubblico [www.tper.it](http://www.tper.it). Servizio Flixbus da e per Bologna. Info taxi: radiotaxi tel. 051 534141 - CO.TA.BO tel. 051 372727.

- Parcheggi: tutte le aree di sosta si trovano nelle immediate vicinanze degli ingressi della fiera, per un totale di 14.500 posti auto. La gestione delle aree è condotta da soli operatori autorizzati di Bologna & Fiera Parking, identificabili dalla divisa di colore blu con nome e logo della società. Attraverso il sito B&F Parking è possibile prenotare e scegliere in anticipo il proprio posto auto in uno dei parcheggi fiera. Informazioni [www.bfparking.it](http://www.bfparking.it).

## Where, how, when

- Date: Monday 6 till Thursday 9 May 2019
- Time: 9:00 a.m. - 6:00 p.m.
- Place: BolognaFiere, Bologna, halls 25, 26, 28, 29, 30
- Entrance: Ovest Costituzione and Nord. Only qualified pet business people and vets are admitted to the event. No children under 14 are permitted entry to the show. Dogs are admitted only on a leash and with muzzle or carried in an adequate carrier, with the exception of dogs for the disabled.
- How to reach the show: reach the BolognaFiere exhibition centre is easy by car, through the dedicated motorway exit, either by public transport.

**PLANE:** The Exhibition Centre is about 9 km from the airport; by taxi, about 15 minutes. Alternatively, you can use the Aerobus shuttle to the railway station, and continue to the Fair. For more information, visit the Website: [www.aerobus.bo.it](http://www.aerobus.bo.it)

**TRAIN:** Bologna Central train station is just a 10-minute bus journey from BolognaFiere. Buses numbers 35 and 38 stop at the Piazza Costituzione and Viale Aldo Moro entrances. For further information, check the Tper (Bologna public transport) website.

**CAR:** From A13 PD-BO, A1 MI-BO and FI-BO motorways enter A14 (to Ancona) and exit at "Bologna Fiera" tollbooth. From Ancona, exit at A14 "Bologna Fiera" tollbooth; orbital road, recommended exit: n. 8.

**BUS:** from the railways station, buses numbers 35 and 38. From Bologna centre, buses 28, 35 and 38. For further information [www.tper.it](http://www.tper.it). Flixbus service from and to Bologna. Info taxi: radiotaxi tel. 051 534141 - CO.TA.BO tel. 051 372727

- Parking: all parking areas are in the immediate vicinity of Centre entrances. There are 14.500 parking lots. All parking areas are managed and guarded by personnel authorized by Bologna & Fiera Parking, easily identified by their blue uniform with the company's name and logo. You can choose and reserve your parking space in advance on B&F Parking website. For more information, visit the Website [www.bfparking.it](http://www.bfparking.it)

## BIGLIETTO OMAGGIO PER GLI ABBONATI DI ZAMPOTTA

Ma per voi, lettori di *Zampotta*, c'è un'opportunità in più, quella di avere un biglietto omaggio. Anche su questo numero (a pagina 19) trovate lo speciale tagliando che riporta il Codice Promozionale. L'operazione per ottenere il biglietto gratuito è semplicissima: basta connettersi al link [www.zoomark.it/visita/ticket-online/7054.html](http://www.zoomark.it/visita/ticket-online/7054.html) e si raggiunge la sezione dei biglietti omaggio, poi si seguono le istruzioni per inserire i propri dati e il codice omaggio (**Z9TTP9W**) in modo da procedere con l'emissione del ticket gratuito. Con questo

documento, cari lettori, potrete recarvi direttamente ai tornelli d'ingresso senza fare code alla biglietteria e soprattutto senza spendere neppure un euro. Il biglietto omaggio di *Zampotta* è valido per tutti e 4 i giorni della fiera.

## HOTEL & TRAVEL

Informazioni utili per raggiungere *Zoomark* e soggiornare a Bologna sono a disposizione nella sezione Hotel & Travel del sito [www.zoomark.it](http://www.zoomark.it) che dedica anche speciale attenzione alle offerte.

Per arrivare a Bologna si può usufruire di una serie di promozioni, come i vantaggi per i soci CartaFRECCIA che viaggiano con Frecciarossa, Frecciargento e Frecciabianca, lo sconto del 30% sui treni nazionali per Bologna dal 6 al 9 maggio 2019, la riduzione del 40% in prima classe su Italo, le offerte sui voli e la possibilità di raggiungere Bologna anche con Flixbus.

Per prenotare il soggiorno, anche all'ultimo minuto, potete rivolgervi a Bologna Welcome, l'agenzia viaggi del Gruppo BolognaFiere, che propone a espositori e visitatori di *Zoomark* servizi a tariffe agevolate, ad esempio hotel (5/4/3 stelle) in centro storico e in zona fiera a tariffe promozionali, oppure pacchetti inclusivi di pernottamento in albergo, ticket lunch da utilizzare all'interno della fiera e viaggi in treno. Sono previste inoltre tariffe speciali per i transfer e i noleggi delle auto in città e servizi speciali presso l'aeroporto di Bologna. Tutte le informazioni si possono trovare sul portale turistico [bolognawelcome.com](http://bolognawelcome.com). (A.C.)



LUNEDÌ 6 MAGGIO 2019 ORE 10:00-12:30, SALA NOTTURNO - CENTRO SERVIZI, BLOCCO D  
**CONVEGNO DI APERTURA E PRESENTAZIONE RAPPORTO ZOOMARK-ASSALCO**

Organizzato da: Zoomark - Assalco

Il Rapporto Zoomark-Assalco sull'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia sarà presentato in occasione del convegno di apertura della fiera e sarà una radiografia dello stato dell'industria e del mercato. Il rapporto è realizzato in collaborazione con alcuni fra i principali esponenti del settore ed è supportato da evidenze scientifiche, ricerche e contributi di esperti.

MONDAY H. 10:00-12:30, NOTTURNO ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK D

**OPENING CONFERENCE AND PRESENTATION OF THE ZOOMARK-ASSALCO REPORT**

Organized by: Zoomark - Assalco

The Assalco-Zoomark Report on Pet Food and Care will be presented at the opening conference, offering a detailed picture of the industry and the market today. The Report is produced in collaboration with some of the key players in the industry, supported by scientific evidence, research and contributions from experts.

LUNEDÌ 6 MAGGIO 2019 ORE 14:00-17:30, SALA NOTTURNO - CENTRO SERVIZI, BLOCCO D

**L'USO DI PIANTE E PREPARATI VEGETALI PER IL BENESSERE ANIMALE**

Organizzato da: Zoomark - Siste

Le piante e i loro derivati sono utilizzati con finalità di trattamento e cura delle malattie umane e animali dalla notte dei tempi. Studi scientifici, in epoche più recenti, confermano gli effetti benefici di tali preparati incentivando la ricerca la messa a punto di trattamenti a base vegetale per il mantenimento del benessere dell'animale e la prevenzione di talune patologie.

L'evento sarà un'occasione per aggiornarsi sulle possibili applicazioni delle piante in relazione alla salute animale e sulla ricerca in corso in questo settore. All'incontro parteciperanno qualificati esperti nazionali e ricercatori di fama internazionale che analizzeranno alcuni degli aspetti più significativi della ricerca in campo veterinario e offriranno spunti e autorevoli testimonianze sull'uso di derivati vegetali per il mantenimento della salute degli animali. L'occasione sarà utile per presentare le nuove linee guida e lo standard per la certificazione dei prodotti topici "naturali e bio" formulati per garantire il benessere e la sicurezza degli animali e il rispetto dell'ambiente.

MONDAY H. 14:00-17:30, NOTTURNO ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK D

**USE OF PLANTS AND PLANT DERIVATES FOR ANIMAL WELFARE**

Organized by: Zoomark - Siste

Botanicals and their derivatives have been used for treatment of human and animal diseases since the dawn of time. Scientific studies, more recently, confirmed the beneficial effects of these preparations, by encouraging research for developing Botanical-based treatments for the maintenance of animal welfare and the prevention of certain disorders. The event will be an opportunity to keep up to date on the possible applications of Botanicals in relation to animal health and on ongoing research status in this area of interest. The meeting will be attended by qualified national experts and internationally renowned researchers who will share some of the meaningful aspects of research in the veterinary field and will offer insights and authoritative testimonies on the use of plant derivatives for maintaining animal health. The occasion will be useful to know the new guidelines and the standard for certification of "natural and organic" topical products formulated to guarantee the welfare and safety of animals and the environment respect.

LUNEDÌ 6 MAGGIO 2019 ORE 14:30-15:30, SALA MELODIA - CENTRO SERVIZI, BLOCCO B

**IL MERCATO INTERNAZIONALE DEL PET - FOCUS UK**

Organizzato da: Zoomark - PetQuip

PetQuip è lieto di presentare una panoramica del mercato britannico del pet a Zoomark 2019. Con oltre 55 milioni di pet, UK spende 1,7 milioni di sterline (quasi 2 milioni di euro) all'anno per prodotti e servizi che coinvolgono tutti i tipi di pet. Un mercato molto interessante. Partecipa al seminario per avere ancor più informazioni interessanti sul mercato del pet britannico e delle persone innovative che lavorano in questo settore.

MONDAY H. 14:30-15:30, MELODIA ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK B

**THE INTERNATIONAL PET MARKET - FOCUS ON UK**

Organized by: Zoomark - PetQuip

PetQuip are pleased to be presenting an overview of the British pet market at Zoomark 2019. We are a nation who own 55 million pets and we spend £1.7 billion (almost 2 billion Euros) per year on products and services, a very lucrative market for all things pet. Join us for more fascinating facts about the British pet trade and the innovative people who work within it.

LUNEDÌ 6 MAGGIO 2019 ORE 14:30-16:30, SALA OUVERTURE - CENTRO SERVIZI, BLOCCO D

**LO SPECIALIZZATO MODERNO: PROSPETTIVE DI BUSINESS E PROMOZIONE**

Organizzato da: Zoomark

Come è cambiato e cambierà il ruolo del negoziante? I concetti di valore del brand e della proposta, l'importanza di una gestione finanziaria moderna, l'etica in negozio, la capacità di fare squadra, la creatività.

MONDAY H. 14:30-16:30, OUVERTURE ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK D

**MODERN RETAIL: BUSINESS AND DEVELOPMENT PROSPECTS**

Organized by: Zoomark

How the retailer's role has changed and how it will evolve. The concepts of brand and sales value, the importance of modern economic management, the ethics in retailing, team building, creativity.

LUNEDÌ 6 MAGGIO 2019 ORE 15:00-16:00, SALA BOLERO - CENTRO SERVIZI, BLOCCO B

**COMPORTEMENTO ANIMALE: UN'AREA STRATEGICA PER IL PET SHOP DI SUCCESSO**

Organizzato da: Ceva Salute Animale

Partirà da Zoomark il nuovo progetto ABC - Area del Business Comportamentale, ideato da Adaptil e Feliway per accompagnare chi gestisce o lavora nei negozi di animali alla scoperta del comportamento animale e delle grandi potenzialità che offre. Si svolgerà infatti nella giornata inaugurale, il 6 maggio, "Comportamento degli animali: un'area strategica per il pet shop di successo", un evento che, grazie al contributo di relatori qualificati e veterinari esperti in comportamento, porterà i partecipanti a valutare appieno le opportunità di mercato legate all'area comportamentale, con consigli utili e strategie concrete per fidelizzare i clienti e far crescere il business del negozio.

MONDAY H. 15:00-16:00, BOLERO ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK B

**ANIMAL BEHAVIOUR: A STRATEGIC AREA FOR SUCCESSFUL PET SHOPS**

Organized by: Ceva Salute Animale

Zoomark International marks the starting point for the new project ABC, devoted to the animal behaviour market, launched by Adaptil and Feliway to support those who own or work in pet shops with insights into animal behaviour and the huge potential of this market. The first day of Zoomark International, 6 May will see the event "Animal Behaviour: a strategic area for successful pet shops", featuring specialists and clinical behaviour experts. Participants will learn about all the market opportunities connected to animal behaviour, receiving useful pointers and practical strategies to build client loyalty and boost business.

LUNEDÌ 6 MAGGIO 2019 ORE 16:00-16:40, SALA OUVERTURE - CENTRO SERVIZI, BLOCCO D  
**REMEDIALIFE E LA SOSTENIBILITÀ NELL'ITTICOLTURA E NEGLI ACQUARI**  
Organizzato da: ZOOMARK - UniSalento

MONDAY H. 16:00-16:40, OUVERTURE ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK D  
**REMEDIALIFE AND SUSTAINABILITY IN FISH FARMING AND THE AQUARIUM INDUSTRY**  
Organized by: Zoomark - University of Salento

MARTEDÌ 7 MAGGIO 2019 ORE 09:00-14:00, SALA NOTTURNO - CENTRO SERVIZI, BLOCCO D  
**EPO - EUROPEAN PET ORGANIZATION**  
Organizzato da: EPO  
Riunione annuale dell'associazione europea EPO - European Pet Organization.

TUESDAY H. 09:00-14:00, NOTTURNO ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK D  
**EPO - EUROPEAN PET ORGANIZATION**  
Organized by: EPO  
EPO (European Pet Organization) annual meeting.

MARTEDÌ 7 MAGGIO 2019 ORE 10:00-11:00, SALA MELODIA - CENTRO SERVIZI, BLOCCO B  
**IL MERCATO INTERNAZIONALE DEL PET - FOCUS CANADA**  
Organizzato da: Zoomark - Pijac Canada  
PIJAC, l'associazione di categoria canadese, presenterà a Zoomark gli ultimi dati del mercato pet in Canada, dati ancor più rilevanti dopo la recente decisione dell'Europa di firmare un accordo con il Canada per il libero scambio. Molte le aziende presenti al padiglione canadese che saranno pronte ad accogliere il visitatore.

TUESDAY H. 10:00-11:00, MELODIA ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK B  
**THE INTERNATIONAL PET MARKET - FOCUS ON CANADA**  
Organized by: Zoomark - Pijac Canada  
For almost two decades, Team Canada has hosted a pavilion offering the best our country has to offer to the global markets, solidifying our reputation for quality. The red and white Canadian pavilion has become a must-visit landmark at European trade events, and this year there are even more reasons to buy Canadian.  
New Trade Benefits with Canada: Beyond the certainty Team members have in the quality of their products, confidence in Canadian products and businesses is also being reflected in the recent decisions of EU leaders to sign the Canada/European Union free trade deal. Commerce across the Atlantic will become easier than ever, with lower tariffs and reduced trade barriers expected to result in cost savings, greater selection and faster access to product than ever before. This year visit our pavilion to meet with big name Canadian brands and discover innovatively savvy others. Discuss product lines with business leaders onsite and enjoy the hospitality of the pavilion lounge.

MARTEDÌ 7 MAGGIO 2019 ORE 14:30-15:30, SALA MELODIA - CENTRO SERVIZI, BLOCCO B  
**IL MERCATO INTERNAZIONALE DEL PET - FOCUS USA**  
Organizzato da: Zoomark - APPA (American Pet Products Association)

TUESDAY H. 14:30-15:30, MELODIA ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK B  
**THE INTERNATIONAL PET MARKET - FOCUS ON USA**  
Organized by: Zoomark - APPA American Pet Products Association

MARTEDÌ 7 MAGGIO 2019 ORE 14:30-16:00, SALA OUVERTURE - CENTRO SERVIZI, BLOCCO D  
**GLI ACQUARI NEL CONTESTO ARCHITETTONICO: PROBLEMI, SOLUZIONI E BEST PRACTICES**  
Organizzato da: Zoomark / Aqua Project - Abitare  
L'incontro, che coinvolge un interior design, un architetto consulente Feng Shui e un produttore di acquari, si propone di mettere a fuoco opportunità e criticità legate all'inserimento dell'elemento acquario in un progetto di interni. Per gli architetti è un'occasione per scoprire quali sono criteri e parametri da considerare per non incorrere in problemi - magari facilmente risolvibili se noti - che potrebbero compromettere il buon esito dell'operazione.

TUESDAY H. 14:30-16:00, OUVERTURE ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK D  
**AQUARIUMS IN ARCHITECTURE: PROBLEMS, SOLUTIONS AND BEST PRACTICES**  
Organized by: Zoomark / Aqua Project - Abitare  
The event, which involves an interior designer, an architect and Feng Shui consultant and an aquarium manufacturer, aims to focus on opportunities and critical issues connected to including aquariums in interior design projects. For architects it will be an opportunity to discover the criteria and parameters that need to be taken into account - questions that are often easily solved if known - and that could compromise the success of the operation.

MARTEDÌ 7 MAGGIO 2019 ORE 15:00-18:00, SALA SUITE - CENTRO SERVIZI, BLOCCO D  
**GUIDA FACILE ALLA RICETTA VETERINARIA ELETTRONICA**  
Organizzato da: Zoomark - ANMVI - MSD Animal Health  
Presentazione in anteprima del sito [TutorialRicettaVet.it](http://TutorialRicettaVet.it), il primo sito tutorial dedicato alla ricetta veterinaria elettronica

TUESDAY H. 15:00-18:00, SUITE ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK D  
**AN EASY GUIDE TO ELECTRONIC VETERINARY PRESCRIPTIONS**  
Organized by: Zoomark - ANMVI - MSD Animal Health

MERCOLEDÌ 8 MAGGIO 2019 ORE 09:00-14:30, SALA OUVERTURE - CENTRO SERVIZI, BLOCCO D  
**PARASSITOLOGIA, GENETICA E RIPRODUZIONE**  
Organizzato da: VET - Scivac  
Relazione su Leishmaniosi, Parassitologia, Riproduzione, Genetica e Monge.

WEDNESDAY H. 09:00-14:30, OUVERTURE ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK D  
**PARASITOLOGY, GENETICS AND REPRODUCTION**  
Organized by: VET - Scivac  
Preliminary Programme: Report on Leishmaniasis, Parasitology, Reproduction, Genetics, Monge.

MERCOLEDÌ 8 MAGGIO 2019 ORE 10:00-11:00, SALA MELODIA - CENTRO SERVIZI, BLOCCO B  
**IL MERCATO INTERNAZIONALE DEL PET - FOCUS RUSSIA**

Organizzato da: Zoomark - Parkzoo

Yulia Dolzhenkova, co-proprietaria della società di comunicazione ZOOINFORM e direttore della rivista b2b Zoobusiness in Russia, presenterà il mercato russo. Yulia fornirà dati economici e descriverà la struttura, i trend e gli sviluppi dell'industria dei prodotti per animali da compagnia. Sarà anche disponibile per offrire suggerimenti su come trovare un distributore in Russia e su tutto ciò che un'azienda deve sapere per entrare in quel mercato.

WEDNESDAY H. 10:0 -11:00, MELODIA ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK B

**THE INTERNATIONAL PET MARKET - FOCUS ON RUSSIA**

Organized by: Zoomark - Parkzoo

Yulia Dolzhenkova, co-owner of ZOOINFORM media company and joint chief editor of Zoobusiness in Russia B2B magazine, will present the Russian pet market to an international audience. Yulia will speak about the market data and structure, the latest trends and developments in the pet industry in Russia. She'll give insights on how to find a distributor in Russia and what the companies, which plan to launch on this perspective market, should know about it.

MERCOLEDÌ 8 MAGGIO 2019 ORE 12:15-14:00, SALA NOTTURNO - CENTRO SERVIZI, BLOCCO D

**3° INCONTRO BUYER PET DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA**

Organizzato da: Rinaldo Franco

Un utile momento di confronto tra i professionisti del settore e di riflessione sulle tendenze del mercato "pet".

WEDNESDAY H. 12:15-14:00, NOTTURNO ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK D

**THE THIRD MEETING BUYER PET OF THE MODERN DISTRIBUTION**

Organized by: Rinaldo Franco

A useful moment of confrontation of professionals about the pet market trends.

MERCOLEDÌ 8 MAGGIO 2019 ORE 14:00-15:00, SALA MELODIA - CENTRO SERVIZI, BLOCCO B

**IL MERCATO INTERNAZIONALE DEL PET - FOCUS CINA**

Organizzato da: Zoomark - CIPS

CIPS - l'unico evento B2B sul pet in Cina - illustrerà in questo seminario le analisi del mercato cinese del pet, indicando i comportamenti e i consumi attuali del pet in Cina, nonché gli ultimi trend dei produttori cinesi.

WEDNESDAY H. 14:00-15:00, MELODIA ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK B

**THE INTERNATIONAL PET MARKET - FOCUS ON CHINA**

Organized by: Zoomark - CIPS

As the only B2B trade event in Asia, CIPS will analyze and bring some insights on the consumption pattern of Chinese pet owners and update on Chinese manufacturers' trends. According to Frost & Sullivan's report, the number of Chinese families having pets reached 99.78 million in 2018, increasing 43.9% from 2013. The total pet industry volume is 172.2 billion yuan RMB (22.57 billion euros) in 2018, 3 times of the 49.4 billion yuan market size in 2013. China definitely is the most active and dynamic market in the coming decade. Meanwhile, China is the manufacturing center of pet products.

GIOVEDÌ 9 MAGGIO 2019 ORE 09:00-12:30, SALA OUVERTURE - CENTRO SERVIZI, BLOCCO D

**L'EVOLUZIONE DELLA PROFESSIONE DEL TOELETTATORE IN ITALIA: LA CERTIFICAZIONE FCC E APT A NORMA DELLA LEGGE 4/2013**

Organizzato da: Zoomark - Scivac - Anfi

THURSDAY H. 09:00-12:30, OUVERTURE ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK D

**DEVELOPMENTS IN THE GROOMING PROFESSION IN ITALY: FCC AND APT CERTIFICATION UNDER LAW 4/2013**

Organized by: Zoomark - Scivac - Anfi

GIOVEDÌ 9 MAGGIO 2019 ORE 10:00-11:00, SALA MELODIA - CENTRO SERVIZI, BLOCCO B

**IL MERCATO INTERNAZIONALE DEL PET - FOCUS REP. CECA**

Organizzato da: Zoomark - CzechTrade Italia

La Repubblica Ceca, conosciuta anche come Cechia, è un Paese "nel cuore" dell'Europa, con un'economia estremamente aperta e in rapida crescita, una lunga tradizione industriale, costi ragionevoli, infrastrutture ben sviluppate e forza lavoro qualificata.

Le aziende ceche hanno una reputazione di partner affidabili e fornitori di prodotti, tecnologie e servizi di alta qualità. Se desideri saperne di più sul mercato ceco e sulla promozione internazionale della tua azienda in Repubblica Ceca o in Europa centrale partecipa al nostro workshop e ti presenteremo le ultime e più importanti informazioni sul nostro mercato. Ti daremo consigli che nessun altro potrà darti, mentre un'azienda ceca condividerà con te la sua storia di successo sul mercato globale.

THURSDAY H. 10:00-11:00, MELODIA ROOM - SERVICE CENTRE, BLOCK B

**THE INTERNATIONAL PET MARKET - FOCUS ON THE CZECH REPUBLIC**

Organized by: Zoomark - CzechTrade Italia

Located in the heart of Europe, the Czech Republic boasts an extremely open and rapidly growing economy, a lengthy tradition of industry, reasonable costs, well-developed infrastructure and a skilled workforce.

Czech companies have earned a reputation as reliable partners and suppliers of high quality products, technologies and services. If you want to learn more about the Czech market and promoting your company in the Czech Republic or Central Europe, take part in our workshop to receive all the latest and most important information: an opportunity to receive insider insights, and the chance to hear a Czech company's story of its success on the global market.

GIOVEDÌ 9 MAGGIO 2019 ORE 14:30 - 17:00, AREA PRODOTTI NOVITÀ - MALL PADIGLIONI 29/30

**PREMIO NOVITÀ ZOOMARK - PREMIAZIONE**

Organizzato da: Zoomark

THURSDAY H. 14:30-17:00, NEW PRODUCTS SHOWCASE - MALL HALLS 29/30

**ZOOMARK NEW PRODUCTS AWARD - PRIZEGIVING**

Organized by: Zoomark



**Zampötta®**

LA RIVISTA LEADER PER I NEGOZIANTI DI PRODOTTI PER ANIMALI

**TI ASPETTA  
A ZOOMARK  
MALL  
STAND M38**

## Vieni a scoprire il Trova Negozio

Il tuo pet shop non è ancora  
nel Trova Negozio?

Vieni a lasciarci i tuoi dati  
e verrai subito inserito

**GRATUITAMENTE**

in questo servizio attivo sul sito  
[www.zampotta.it/trovanegozio](http://www.zampotta.it/trovanegozio)  
per entrare in contatto  
con tanti nuovi clienti.

## Vuoi essere il prossimo "Negozio del Mese"?

Il tuo punto vendita ha qualcosa  
di originale o di speciale?

Non risente della crisi perché  
ha trovato il modo di reinventarsi?

O ha una storia particolare?

Zampotta potrebbe dedicare la  
rubrica **"Il Negozio del Mese"**  
proprio a te.

Vieni al nostro stand per candidarti.  
Non perdere questa occasione!

## Ritira il tuo attestato

Vuoi ricevere l'attestato **"Lettore  
Zampotta"** da appendere in bella  
vista nel tuo negozio e far sapere  
ai tuoi clienti che ti tieni  
costantemente aggiornato  
attraverso la nostra rivista?

Inviaci entro il **30 aprile** una mail  
a [info@zampotta.it](mailto:info@zampotta.it) indicando  
nome negozio e nome referente,  
poi passa a ritirare il tuo attestato  
presso il nostro stand.

## Un regalo per te!

Un motivo in più  
per venire al nostro stand!  
Zampotta ha un simpatico  
regalo per te.

**Un omaggio speciale.**

Ma davvero,  
non possiamo dire di più.  
Sarà anche l'occasione  
per salutarci e conoscerci.  
Non perdere questa opportunità!

# LE NOVITÀ DAGLI USA

PRODOTTI INNOVATIVI E MODERNI DEGLI ESPOSITORI AMERICANI CHE A ZOOMARK INTERNATIONAL SONO ALLA RICERCA DI DISTRIBUTORI, PARTNER E NUOVI CLIENTI



Oltre 25 aziende americane esporranno nel Padiglione USA a Zoomark International 2019 in un'area di circa 400 m<sup>2</sup>, grazie al

coordinamento di B-For International, che organizza la partecipazione di delegazioni di aziende statunitensi in tutto il mondo. I visitatori avranno l'opportunità di ammirare prodotti innovativi e interessanti novità e di incontrare i professionisti USA del settore animali da compagnia. B-For International assiste gli espositori americani prima e durante l'evento ed è supportata dall'Ufficio Commerciale del Consolato Americano, che ha conferito la prestigiosa certificazione del Dipartimento del Commercio (Trade Fair Certification) a Zoomark International, dal Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti (USDA - Foreign Agricultural Service) e da APPA (American Pet Products Association), l'associazione di categoria. Anche quest'anno nel Padiglione USA gli espositori americani saranno divisi in tre categorie: food, accessori e articoli per la cura dei pet.

## LE NUOVE TENDENZE DEL PET FOOD

Il pet food per cani e gatti - il secco in particolare, seguito dagli snack - si posiziona al primo posto nel mercato italiano. Oltre ai prodotti premium e superpremium, l'attuale tendenza si concentra su prodotti olistici, completamente



naturali e human grade, e molti proprietari pet mostrano una preferenza per gli snack senza additivi che contengono solo ingredienti sani.

- **Canine Caviar** è il primo e unico pet food alkaline® (alcalino) negli Stati Uniti, ideato specificamente per aiutare gli animali a mantenere l'omeostasi. Le diete *Canine Caviar* risolvono rapidamente i disturbi digestivi e curano prurito e graffi e sono il risultato di 130 anni di ricerca scientifica e centinaia di studi, a dimostrazione del fatto che i nostri amici a quattro zampe hanno bisogno di una dieta alcalina.

- **FIDO** è specializzato da 35 anni nella cura dell'igiene orale del cane



ZOOMARK 2019  
INTERNATIONAL

PAD. 30  
STAND B22-24



**GHEDA**  
PETFOOD  
Nutre una vera passione.



# UNICA GEMMA®

Functional Food for Dog



SENZA GLUTINE



ALTA  
APPETIBILITÀ

**LINEA PER CANI IN-CLINI A CONDIZIONAMENTI FISIO-PATOLOGICI**  
**ALIMENTI FUNZIONALI PRE/POST REGIME NUTRIZIONALE DIETETICO**



## IN-CLINE DEVELOPMENT

SVILUPPO OSTEO-ARTICOLARE  
E DIFESE IMMUNITARIE

## IN-CLINE ANTI-AGE

FUNZIONALITÀ RENALE,  
CARDIACA ED ARTICOLARE

## IN-CLINE ASSIMILATION

MIGLIORAMENTO DIGESTIVO  
E ASSIMILATIVO

## IN-CLINE BEAUTY

LUCENTEZZA DEL PELO  
E BARRIERA CUTANEA

## IN-CLINE METABOLIC

PESO IDEALE E MANTENIMENTO  
GLICO-LIPIDICO

## IN-CLINE VITALITY

RECUPERO FISICO E  
RICARICA ATLETICA



Gheda Mangimi S.r.L. - Via Comuna Santuario, 1 - 46035 OSTIGLIA (MN) - ITALY  
Tel. +39 038632677 - www.gheda.it - email: gheda@gheda.it



con prodotti made in USA a base di ingredienti e materiali americani al 100%.

- **Grandma Lucy's** produce alimenti e snack liofilizzati e di alta qualità. Azienda di proprietà e a conduzione familiare, seleziona solo i migliori ingredienti human grade, integrali e innovativi.



- **Grizzly Pet Products** produce integratori alimentari completamente naturali per cani e gatti, tra cui l'olio di salmone selvatico dell'Alaska Grizzly, con il più alto livello di acidi grassi omega 3 EPA e DHA.
- **NPIC Formula** sviluppa e commercializza prodotti di altissima qualità, nutrienti e funzionali per tutti gli animali da compagnia.
- **PetAg Inc.** propone prodotti di qualità per la salute degli animali. Azienda nota per i marchi *Lambert Kay®* e *Pet-Ag®*, l'azienda risponde alle esigenze specifiche dei clienti con prodotti affidabili e sicuri.
- **Rush Direct - iVET Worldwide** è produttore e fornitore a livello mondiale di snack naturali per cani e gatti, estrusi, cotti al forno e senza cereali.

## ZOOMARK INTERNATIONAL

### NEWS FROM USA

Innovative and modern products from USA exhibitors: they are looking for distributors, partners and new customers at Zoomark International

Over 25 American companies will take part in the USA Pavilion at Zoomark International 2019, covering a surface of 400 m<sup>2</sup>. B-For International organizes the participation of US companies all over the world. Visitors will have the chance to see innovative products and news, as well as to meet USA pet professionals. B-For International supports American exhibitors before and during the event. B-For International is supported by the US Consulate Commercial Service, who awarded Zoomark International with the prestigious Trade Fair Certification, by USDA - Foreign Agricultural Service and by APPA (American Pet Products Association). American exhibitors from the US Pavilion are divided into three categories: food, accessories and pet care products.

#### NEW TRENDS IN PET FOOD

The pet food for cats and dogs - dry food in particular, followed by treats - is at the top of the Italian market. Besides premium and super premium products, current trends focus on holistic, completely natural and human grade products. Several pet owners prefer treats without additives, containing healthy ingredients only.

- **Canine Caviar** it is the first and only pet food alkaline® in the USA, specifically developed to help pets preserve homeostasis. *Canine Caviar* diet quickly solve digestive ailments and treat itch and scratches. They are the result of 130-year scientific researches and hundreds of studies assessing that pets need alkaline diet.
- **FIDO** has a 35-year experience in dog oral hygiene, with made-in-USA products featuring 100% American ingredients and materials.
- **Grandma Lucy's** produces high-quality, freeze-dried food and treats. The family-owned and -run company selects only the best human-grade, whole and innovative ingredients.
- **Grizzly Pet Products** produces completely natural food supplements for cats and dogs such as *Grizzly* wild salmon oil from Alaska: it features the highest level of omega 3 fatty acids EPA and DHA.
- **NPIC Formula** develops and sells high-quality products, nourishing and functional for all pets.
- **PetAg Inc** offers quality food for the health of pets. The company, famous for *Lambert Kay®* and *Pet-Ag®* brands, meets the specific needs of customers with safe and reliable products.
- **Rush Direct - iVET Worldwide** manufactures and supplies worldwide natural treats for cats and dogs: they are extruded, oven baked and cereal free.
- **U.S. Grain Co.** from its foundation in 1974 the company has grown and now it produces one of the best pet food on the market, which is sold worldwide.

#### INNOVATION IN PET ACCESSORIES

Several companies offer innovative accessories. The broad range of products on show includes leashes, beds and pillows, natural and ecological litter.

- **Ethical Products Inc.** is a leading supplier of innovative accessories. The company launches over 100 new and exciting design products every year, most of which will be available at the stand.
- **Jolly Pets** is constantly looking for innovation for its top products for pets. The company's mission is to create a quality item, which enriches the life of pets.
- **Kent Pet Group**, manufacturer of *World's Best Cat Litter™*, develops completely natural litter for cats and premium treats for cats and dogs.
- **OurPet's Company** designs, develops and sells a broad range of high-quality and innovative accessories and products in the USA and abroad.
- **P.L.A.Y. Pet Lifestyle and You** is a young and fast growing brand, which manufactures quality beds and pillows. Its goal is to redefine the sleeping experience with products improving the well-being of pets and their owners.





ZOOMARK 2019  
INTERNATIONAL  
PAD. 30 - STAND E56

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**



- U.S. Grain Co. dalla sua fondazione nel 1974 è cresciuta fino a produrre uno tra i migliori pet food sul mercato, venduto in tutto il mondo.

## L'INNOVAZIONE VIAGGIA DI PARI PASSO CON GLI ACCESSORI

Nel settore accessori diverse aziende offrono prodotti particolarmente innovativi. La vasta gamma di articoli proposti comprende guinzagli, cucce e cuscini, lettieri naturali ed ecologiche.

- Ethical Products Inc. è un fornitore leader di migliaia di accessori innovativi. Ogni anno l'azienda lancia oltre 100 nuovi ed entusiasmanti design, molti dei quali potranno essere ammirati presso lo stand.

- Jolly Pets è alla continua ricerca di innovazioni per lo sviluppo di prodotti di punta per gli amici animali. La mission dell'azienda non è quella di produrre un semplice giocattolo, ma di creare un gioco di qualità, che arricchisca la vita dell'animale domestico.

- Kent Pet Group, produttore di *World's Best Cat Litter™*, realizza lettieri completamente naturali per gatti e alimenti e snack premium per cani e gatti.

- OurPet's Company progetta, produce e commercializza un'ampia gamma di accessori e prodotti di consumo innovativi e di alta qualità negli Stati Uniti e all'estero.

- P.L.A.Y. Pet Lifestyle and You è un marchio giovane e in rapida crescita, produttore di lettini e cucce di qualità. La sua mission consiste nel ridefinire l'esperienza del sonno attraverso prodotti che accrescano il benessere dei pet e dei proprietari.

- Walkin' Pets by Handicapped Pets ritiene che anche gli animali che invecchiano, soffrono di qualche disabilità o patologia siano comunque parte integrante della famiglia e meritino di vivere una vita felice e sana. Prodotto esclusivo è la sedia a rotelle *Walkin' Wheels Dog*, ma l'azienda propone anche altri articoli per animali domestici come pettorine, tutori, bende e una nuova linea veterinaria.

- ZippyPaws crea prodotti per animali domestici di alta qualità e dal design ricercato per il cane al passo con i tempi e il suo padrone.

## PET CARE, SETTORE IN GRANDE CRESCITA

Il settore dedicato al pet care, che include prodotti per la cura e la bellezza, ha registrato una delle crescite più significative nel mercato italiano del pet. Le aziende americane che partecipano a Zoomark International presentano una gamma di prodotti innovativi e offrono soluzioni adatte a tutte le esigenze.

- CompanionCBD è stata fondata sulla base di una semplice idea: proporre prodotti che rappresentino una valida terapia complementare nella cura di un'ampia gamma di malattie, ma solo se efficaci, facili da somministrare a dosaggi corretti e gradevoli sia alle persone che agli animali. La gamma di prodotti CompanionCBD fa proprio questo.

- FoodScience Corporation, leader nel campo degli integratori per animali domestici con i marchi *PetNaturals of Vermont* e *VetriScience Laboratories*, ha oltre 40 anni di esperienza nella produzione di integratori di alta qualità basati sulla ricerca e supportati dalla scienza e dai risultati conseguiti.

- Tropiclean Products ha sviluppato prodotti leader nel settore - dagli shampoo ai prodotti per l'igiene orale di facile utilizzo *Fresh Breath* - migliorando la vita di animali e proprietari.

- Urine Off by Bio-Pro Research, LLC, marchio noto per essere "finalmente, qualcosa che funziona davvero!", è un prodotto efficace contro odori e macchie di urina di cani, gatti e piccoli animali, certificato dal Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti d'America (USDA).

## E ANCORA...

- Atlas International rappresenta grandi marchi americani tra cui *Smart Cat*, *Pioneer Pet Products*, *Pet House by One Fur All*, *MiracleCare*, *Stewart*, *Hamilton* e *Livelong Pet Nutrition*.

- Ever Extruder progetta e produce attrezzature per estrusione, è specializzata in upgrade aftermarket ad alte prestazioni e in estrusori completi a vite singola. Con oltre vent'anni d'esperienza, utilizza tecnologie all'avanguardia per migliorare il processo di estrusione, la produzione e la sanificazione degli alimenti nelle industrie mangimistiche.

- American Pet Products Association (APPA) è la principale associazione di categoria senza scopo di lucro al servizio delle aziende produttrici, degli importatori e dei fornitori nel mercato pet. Offre consulenza e servizi commerciali, assistenza import-export, pubbliche relazioni e molto altro ai suoi 1.200 associati.

- Walkin' Pets by Handicapped Pets believes that ageing pets, disable or ill pets are still part of the family and deserve a happy and healthy life. *Walkin' Wheels Dog* is the exclusive product, even though the company also offers other products such as harnesses, braces, bandages and a new veterinary line.
- ZippyPaws creates high-quality products for pets, featuring a fine design for modern dogs and owners.

### PET CARE, GROWING SECTOR

The pet care sector includes products for the care and beauty of pets. The sector recorded one of the most significant growth on the Italian pet market. American companies exhibiting at Zoomark International present a range of innovative products and offer solutions for all needs.

- CompanionCBD was founded with a simple idea in mind: offering a valuable complementary therapy in managing a wide range of diseases, but only if they are re cost-effective, easy-to-administer at correct doses and palatable to both people and pets. *CompanionCBD's* range of products does just that.

- FoodScience Corporation, leader in pet supplements with *PetNaturals of Vermont* and *VetriScience Laboratories* brands, can count on over 40 years in the sector of high-quality supplements developed according to researches, science and results.

- Tropiclean Products developed leading products such as shampoos, *Fresh Breath* oral hygiene products, which improve the life of pets and owners.

- Urine Off by Bio-Pro Research, LLC, is the brand known as "finally, something really effective!". It is effective against urine odours and stains from cats, dogs and small pets. It is certified by the United States Department of Agriculture (USDA).

### AND MORE...

- Atlas International represent large American brands including *Smart Cat*, *Pioneer Pet Products*, *Pet House by One Fur All*, *MiracleCare*, *Stewart*, *Hamilton* and *Livelong Pet Nutrition*.

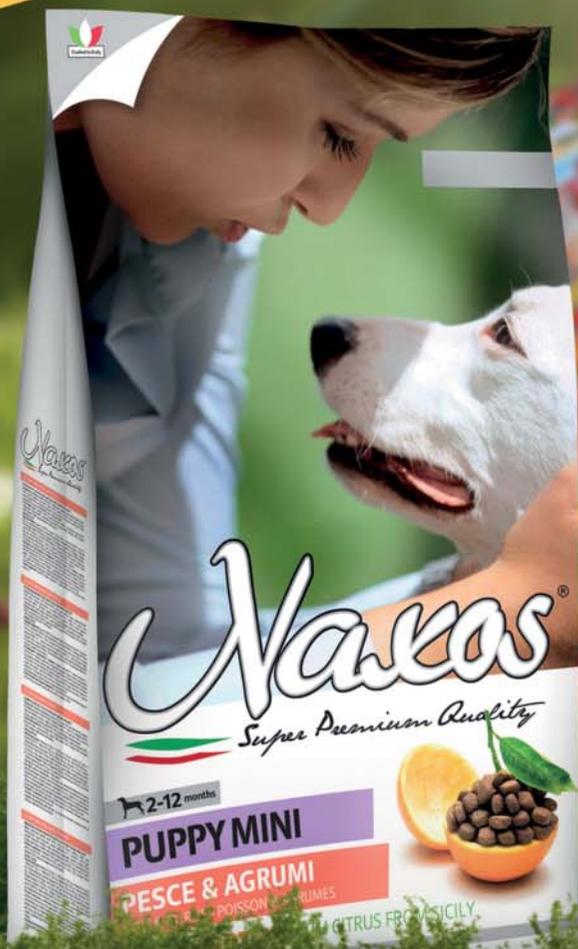
- Ever Extruder designs and produces extruding equipment. It is specialized high-performance upgrade aftermarket and in single-screw complete extruders. With over 20 years of business in the sector, it counts on modern technologies to improve food extrusion, production and sanitization in food industries.

- American Pet Products Association (APPA) is the leading not-for-profit pet association serving the interests of pet product manufacturers and importers. It provides advice and commercial services, import-export assistance, public relations and much more to its 1,200 members.





PRESENTA



SUPER PREMIUM MONOPROTEIN GLUTEN FREE

La Sicilia nella Ciotola

# NUOVI TREND DAL REGNO UNITO

YOGURT GELATO PER CANI, SNACK CON LATTE DI YAK DELL'HIMALAYA E TANTE ALTRE NOVITÀ PER IL PET FOOD E IL PET CARE SONO IN MOSTRA NEL BRITISH PAVILION A ZOOMARK INTERNATIONAL

L'Italia continua a essere un mercato molto importante per le aziende pet del Regno Unito. 23 espositori con le loro innovazioni di prodotto faranno parte del British group organizzato per la settima volta a Zoomark International da PetQuip, l'associazione di settore per le esportazioni. Qualche anticipazione? Gli originali e innovativi yogurt gelato per cani e gli snack a base di struzzo. In primo piano anche alimenti e snack con nuove ricette formulate dalla ricerca veterinaria, prodotti umidi, alimenti naturali grain free per cani, snack con pesce di provenienza locale, nuovi ossi con ingredienti human grade, salsicce gluten free, nuove linee di alimenti secchi per l'igiene orale, masticativi vegani e senza carne. E poi spray e salviettine calmanti e antistress, shampoo e balsami, repellenti per cani e gatti e prodotti per l'acquario.

PetQuip ha inoltre organizzato uno stand informativo sull'industria pet del Regno Unito, che gestirà personalmente a beneficio dei buyer in visita (padiglione 26, stand B37) e offrirà un servizio gratuito di ricerca dei prodotti UK ai visitatori d'oltremare.

## ECCO L'ELENCO DEGLI ESPOSITORI E ALCUNI PRODOTTI NOVITÀ

- Benevo Vegan Pet Foods (pad. 26 - stand B19) propone *Pawtato Ocean Treats*, masticativi dalla simpatica forma di animali marini. Oltre ad essere completamente privi di carne e vegan, contengono spirulina, alga wakame e alga kelp provenienti da agricoltura sostenibile. Confezionati in pratici sacchetti biodegradabili, sono deliziosi e rispettosi dell'ambiente. Un'eccellente snack ipoallergenico, privo di cereali, frumento e soia e con un basso contenuto di grassi. A ogni acquisto di *Pawtato Ocean Treats* corrisponde una donazione a sostegno di progetti di difesa dell'oceano.



- Get Off - Blumen International Ltd (pad. 26 - stand C36) presenta la nuova linea di prodotti con ingredienti naturali per prendersi cura dell'ambiente domestico. La gamma include semi per coltivare le erbe tanto amate dai piccoli animali e dagli uccelli, come pure prodotti calmanti per cani. L'azienda lancia inoltre la nuova grafica della linea di repellenti per cani e gatti *Get Off* con la nuova etichetta che spiega come utilizzare il prodotto.

- Broadreach Nature (pad. 26 - stand B31) propone una nuova linea di alimenti altamente digeribili per cani, cuccioli, gatti e gattini. Ci saranno inoltre nuovi snack digestivi e lo speciale *Fibiotic-Pro*, formulato dai veterinari: un mix di fibre e probiotici ad uso giornaliero, che aiuta a



mantenere in salute il sistema digerente di cani, gatti, conigli e porcellini d'India. L'azienda è interessata a incontrare distributori, grossisti e dettaglianti; per questo motivo saranno disponibili speciali offerte-fera.

- Canagan, Piccolo and Symply Pet Foods (pad. 26 - stand B11-C16) è un'azienda britannica specializzata in alimenti grain free per cani che amplia la sua linea di alimenti secchi dedicati all'igiene orale. *Canagan Dental for Dogs*, alimento lanciato a fine 2018, è una ricetta con *ProDen PlaqueOff*, specifico per la riduzione naturale della placca. Sulla scia del suo successo è nato anche *Canagan Dental for Small Breed Dogs*, alimento per cani di piccola taglia e *Canagan Dental for Cats* per gatti.

**NUTRIGENOMIC**  
SYSTEM

# prolife



il futuro della nutrizione non  
è mai stato così presente



La gamma più completa di sempre per rispondere alle esigenze nutrizionali di ciascun cane e gatto con un programma nutrizionale su misura. Natura e innovazione, scienza e tecnologia, per un nuovo benessere di lungo periodo.

RICH IN  
FRESH  
MEAT

LIMITED  
ingredients

HIGH%  
ANIMAL  
PROTEIN

DEBONED  
MEAT

NO  
gluten  
formula

NATURAL  
preservation

**zodiaco** PET & GREEN



prolife, tutto secondo natura

[www.prolife-pet.it](http://www.prolife-pet.it)



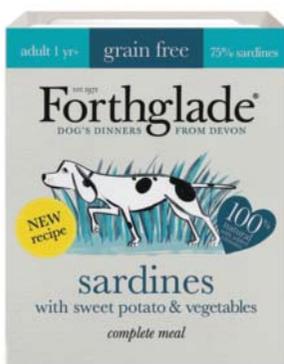
• **ChickenGuard** (pad. 26 - stand C24-C26) azienda produttrice di una delle più innovative porte da pollaio, espone il nuovo *Self-Locking Door Kit*, compatibile con tutte le versioni della porta *ChickenGuard*. Il meccanismo autobloccante del lucchetto offre grande protezione dai predatori, rendendo più tranquilli i proprietari di polli (oltre 10 milioni in tutta Europa). *ChickenGuard* è un importante punto di riferimento per la sicurezza.



• **Company of Animals** (pad. 25 - stand C73-B74) lancerà la nuova pettorina *Halti No Pull Harness*, disegnata per garantire il massimo controllo sui cani che tendono a stratonare al guinzaglio. Il design innovativo presenta uno speciale fermo "anti-stratone" sul retro della pettorina e un ulteriore aggancio sul petto per i cani che tendono a tirare di più. Per un maggiore controllo è consigliabile utilizzarla con un guinzaglio dual clip come *Halti Ytaining Lead*.



una linea di alimenti umidi per cani e gatti caratterizzata da un elevato contenuto di carne, oltre che da erbe e verdure. Sarà presentata anche una linea di integratori che combina integratori moderni con le erbe, a supporto della salute digestiva, articolare e di pelle e manto.



• **Forthglade** (pad. 26 - stand C35) presenta la sua linea di alimenti umidi naturali completamente grain free. Con il 75% di carne di qualità, vitamine e minerali, i pasti completi e monoproteici sono bilanciati e offrono ciò che serve per la salute del cane. A Zoomark International verrà lanciata anche una nuova linea di alimenti completi e grain free in porzioni da 150 g. I nuovi alimenti secchi per cani, grain free e naturali, sono disponibili in confezioni da 1, 2, 5 e 6 kg.

lattosio, ricco di benefici naturali. Il latte è il primo ingrediente e fornisce calcio per preservare la salute di denti e ossa. *Frozzy's* Lickable Frozen Yogurt è inoltre arricchito con vitamine essenziali, minerali e fibre prebiotiche ed è disponibile in cinque gusti: naturale, mirtillo rosso, fragola, mirtillo e pesca.

• **Frozzy's - Lickable Frozen Yogurt for Dogs** (pad. 26 - stand B29) propone il nuovo yogurt gelato per cani, salutare e nutriente, con poche calorie, pochi grassi e senza



## ZOOMARK INTERNATIONAL

### NEW TRENDS FROM THE UNITED KINGDOM

Frozen yoghurt for dogs, treats with Himalayan yak milk and plenty of news for the pet food and pet care sector will be available in the British Pavilion at Zoomark International

Italy continues to be a popular market for British suppliers of a wide range of pet products: 23 companies will be exhibiting in the British group organised by the PetQuip export association for the seventh time at Zoomark. Two unusual and innovative products are new lickable frozen yoghurts for dogs and ostrich based dog treats. Pet foods and treats take high priority in the list of exhibits with new veterinary formulated varieties, tinned and wet foods, grain-free natural dog foods, locally sourced fish treats, new bones with human grade flavouring, gluten-free sausages, new dental ranges of dry foods and meat-free and vegan chews. Moreover, there are de-stress and calming sprays and wipes, shampoos and balms, cat and dog repellents and aquarium products.

For the benefit of visiting buyers, PetQuip is also organising and manning a British pet product industry information stand (Hall 26, Stand B37) and will be offering a free UK product sourcing service to overseas buyers.

Here is the list of exhibitors and their new products

- **Benevo Vegan Pet Foods** (hall 26 - stand B19) is exhibiting *Pawtato Ocean Treats*: environmentally conscious chews that are not only entirely meat-free and vegan, but are made with sustainably farmed spirulina, wakame and kelp seaweeds. Packed in biodegradable bags, these fun sea animal-shaped dog chews are delicious as well as environmentally friendly. An excellent hypoallergenic treat, they are grain-free, wheat-free and soya-free, with the additional bonus of being low in fat content. Each purchase of *Pawtato Ocean Treats* will result in a donation from Pawtato towards ocean conservation projects.

- **Get Off - Blumen International Ltd** (hall 26 - stand C36) is launching its new natural range of products that are based on natural ingredients to care for a pet's home environment. The range includes seeds that allow pet owners to grow their own herbal additive for small animals and birds as well as a selection of natural dog calming products. The company is also launching its new look *Get Off* cat and dog repellent range. New lifestyle labelling portrays how the product can relate to pets.

- **Broadreach Nature** (hall 26 - stand B31) is launching a new daily digestive support food for dogs, puppies,



# APPROCCIO OLISTICO?



**ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL

Vieni a trovarci nel  
padiglione 29, stand G17-G19

Wow, sembra una miscela di yoga  
e tecnologia futuristica.

E in qualche modo lo è. Perché noi di **BELCANDO**<sup>®</sup>  
sappiamo che tutto ciò che è contenuto nel cibo  
ha un effetto positivo sulla vitalità, sulla salute e  
sull'aspettativa di vita del cane.

Tali interazioni tra alimentazione e salute sono  
varie. Il nostro cibo è quindi il risultato di un  
approccio completo, olistico, che preserva la  
vitalità del tuo cane attraverso l'equilibrio  
naturale dei vari ingredienti.



Suona entusiasmante? Maggiori informazioni su [belcando.it](http://belcando.it)

BELCANDO<sup>®</sup> è un marchio di BEWITAL petfood GmbH & Co. KG | Industriestr. 10 | D-46354 Südlohn | Tel: +49 2862/581-197 | [www.belcando.it](http://www.belcando.it)



**ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL

Vieni a trovarci nel  
padiglione 29, stand G17-G19



Adesso con  
quantità  
**EXTRA**  
di carne  
fresca

[www.leonardo-catfood.de/it](http://www.leonardo-catfood.de/it)



LEONARDO<sup>®</sup> è un marchio di BEWITAL petfood GmbH & Co. KG | Industriestr. 10 | 46354 Südlohn | Tel. +49 2862 581-197



- Hero Pet Brands (pad. 25 - stand B69) presenta i nuovi prodotti della linea Vet's Best - Advanced Dental Care tra cui: polvere a base di alghe, schiuma dentale con formula a enzimi ossigenati, spray dentali e spazzolini da dito in silicone. Tra i prodotti già conosciuti della gamma troviamo un gel dentale, il kit spazzolino a tre testine e le salviettine da dito per l'igiene dentale. Le varie modalità di applicazione permettono ai proprietari di scegliere il prodotto che più si adatta al loro pet. La linea include anche un kit per l'igiene orale dei cuccioli.

- Hugo Kamishi (pad. 26 - stand C18) espone prodotti di design per

l'acquario: decorazioni, vasche e accessori che cambiano in base alle stagioni e permettono di sperimentare nuovi colori e nuovi temi durante l'anno. La linea include un'ampia selezione di piante finte prodotte con materiali selezionati, oltre a ghiaia colorata e naturale, pietre ornamentali e decorazioni.



- Interpet - Central Garden & Pet Company (pad. 26 - stand B78) propone il suo snack a forma di osso, che incoraggia la masticazione e previene la formazione di tartaro. I Nylabone Snacks sono privi di coloranti, aromi e conservanti artificiali, non contengono OGM, sale o zuccheri aggiunti e hanno una bassa percentuale di grassi. La linea è disponibile nei gusti bisonte, tacchino, cervo e tacchino & patata dolce. Tutti gli ingredienti rispettano le direttive comunitarie e sono adatti a cuccioli e cani adulti.



- JR Pet Products (pad. 26 - stand C11) propone la sua linea 100% naturale di snack innovativi per cani, naturalmente ricchi di nutrienti, ipoallergenici, con alte percentuali di proteine e meno del 3% di grassi. Viene inoltre presentata una nuova

linea a base di struzzo che comprende snack a forma di ossa, patatine, spaghetti, strisce intrecciate, kebab e biltong.



2 Recycle, che include buste e sacchi con fondo quadrato, quad seal (saldati su quattro lati) e BOPP. La gamma offre soluzioni di imballaggio più sostenibili per marchi e rivenditori eco-consapevoli, poiché utilizza materiali PE/PE o BOPP/CPP laminato. Gli imballaggi sono pronti per il riciclo dopo l'uso.

- Lily's Kitchen (pad. 26 - stand C17) espone la sua nuova linea di masticativi *Woofbrush* prodotti con ingredienti naturali. Grazie alla consistenza molto morbida, il prodotto riesce a raggiungere le gengive e a rimuovere la placca con l'aiuto di ingredienti come prezzemolo, olio di cocco e finocchio. *Woofbrush* è stato accuratamente sviluppato con l'aiuto degli esperti aziendali di igiene orale per garantire la sua efficacia e un gusto delizioso.



- Little BigPaw (pad. 26 - stand B23) è un brand vincitore di numerosi premi, che lancerà una nuova linea di alimenti secchi per gatti e un nuovo multipack. Le novità includono alimenti umidi con prodotti premium di qualità, naturali, grain free e ipoallergenici e alimenti secchi completi per gattini, gatti adulti e anziani oltre a due nuove versioni multipack di alimenti umidi. Tutte le confezioni riportano con orgoglio l'emblema della regina perché *Little BigPaw*, uno dei marchi dal successo più rapido nel settore pet, ha ricevuto il Queen's Award for Enterprise. La gamma include alimenti in lattina per cani, alimenti umidi per cani di



piccola taglia, snack cotti al forno oltre a nuovi multipack e alimenti secchi completi per gatti. *Little BigPaw* è distribuito a livello internazionale e collabora con i principali grossisti britannici.

**NUOVE  
RICETTE**

# Natural **TRAINER**<sup>®</sup>

*Una combinazione unica  
di ingredienti naturali specifici:*

- per ogni **TAGLIA**
- per ogni **ETÀ**



**ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL  
PAD. 29 stand E11-G14



**Nei migliori negozi specializzati.**



[www.trainer.eu](http://www.trainer.eu)

peopleadv.com

- Meatiful (pad. 26 - stand C34) espone la sua linea di prodotti ipoallergenici e gluten free che include salsicce salutari e gustose. Le ricette, approvate dai veterinari, contengono



un'unica fonte di proteine con l'80% di carne fresca e sono disponibili in numerose deliziose varianti. Le novità della linea sono due nuove salsicce, con tacchino e con pesce bianco, oltre a una nuova crocchetta cotta al forno e a una linea di snack alla carne.

- Mr Johnsons/Dog Gone Fishin' (pad. 26 - stand C20) presenta la linea di snack per cani *Dog Gone Fishin'* prodotta in Cornovaglia, nel sud-ovest dell'Inghilterra. I prodotti contengono pesce nutriente, saporito e selezionato, per garantire che in fase di produzione vengono impiegati solo



ingredienti di alta qualità. Gli snack sono naturalmente ricchi di omega 3 e suddivisi in quattro categorie: bakes, crunchies, crunchies plus e dried fish (pesce essiccato).

- Nutriment Ltd (pad. 26 - stand C31) propone *Support*, una linea di alimenti crudi per cani: *Light*, *Low Purine and Phosphorus*, *Liver*, *Kidney* e *Recover*. Tutte le ricette contengono pochi grassi, sono estremamente digeribili e appositamente



mente sviluppate per fornire sostegno nutrizionale in caso di problemi di salute. Ogni pasto è prodotto a mano con cura, pensando al benessere e alla felicità dell'animale.

cats and kittens. There will also be new digestive treats and specialist veterinary-formulated *Fibiotic-Pro*, which is a Probiotic Fibre Blend for daily use. It helps to support and maintain a healthy digestive system for dogs, cats, rabbits and guinea pigs. The company is interested in meeting with distributors, wholesalers and retailers, and there will be a number of special show offers available.

- Canagan, Piccolo and Symply Pet Foods (hall 26 - stand B11-C16) is a UK specialist in grain-free dog food and is expanding its Dental range of dry food, which is specifically aimed at improving dental health. Launched late in 2018, *Canagan Dental for Dogs* was the first recipe from the company to include the clinically effective ingredient *ProDen PlaqueOff*, which helps to reduce plaque naturally. Following the successful launch, Canagan has added *Canagan Dental for Small Breed Dogs* and also *Canagan Dental for Cats*.

- Cath Kidston (pad. 26 - stand B25) is the latest licensed collaboration for Pet Brands, the UK designer and manufacturer of accessories and treats for pets and wild birds. The launch of the *Cath Kidston* brand into stores will be in autumn/winter 2019 and will include bedding, apparel, feeding and other items. The range features exclusive Cath Kidston prints and utilises strong *Cath Kidston* logo placement for key brand representation. The company is seeking key retailers to stock the range globally.

- ChickenGuard (hall 26 - stand C24-C26) is the manufacturer of one of the world's most innovative chicken coop door openers. The company is showing its newly launched *Self Locking Door Kit* that is compatible with all versions of the *ChickenGuard* door opener. The locking door's innovative self-locking mechanism provides greater protection against predators as well as providing peace of mind and additional free time for chicken owners. With 10 million chicken owners in Europe, *ChickenGuard* is leading the way in helping to keep their chickens safe.

- Company of Animals (pad. 25 - stand C73-B74) will be launching its new *Halti No Pull Harness* that has been expertly designed to provide the best possible control of dogs which are prone to pulling on the lead. The harness's innovative design incorporates both a stop-pull lifting feature connected at the back of the harness and an optional front chest attachment for stronger pulling dogs. The system provides dog owners with more control when used with a dual-dip lead like the *Halti Training Lead*.

- Eden Holistic Pet Foods (hall 26 - stand B35) is showing a range of foods and treats for dogs and cats. They include an air-dried range of treats with 70 per cent meat content. The treats contain an *Eden Health Pack* to support digestive, joint and dental health. There is also a wet food range for cats and dogs that focuses on high-meat content and superfood herbs and vegetables. Also on show is a supplement range that brings together modern-day supplements and herbal remedies in the form of digestive support, joint support and skin and coat formulas.

- Fortglade (hall 26 - stand C35) is showcasing its award-winning complete grain-free wet range of natural pet food. Containing 75 per cent quality meats, vitamins and minerals, the nutritionally balanced monoprotein complete meals are all a dog requires for optimum health. A new 150g complete grain-free range is also being launched at Zoomark International. The new cold pressed grain-free natural dry dog food is available in 1kg, 2.5kg and 6kg packs.

- Frozzy's - Lickable Frozen Yogurt for Dogs (hall 26 - stand B29) is exhibiting a new lickable frozen yogurt that is a healthy and nutritious treat for dogs. The treats are low in calories, low in fat and lactose free. They provide natural health benefits, as the primary ingredient is milk to provide calcium for the support of healthy teeth and bones. The *Frozzy's Lickable Frozen Yogurt* is enriched with essential vitamins, minerals and prebiotic fibre to boost its nutritional benefits. The product is available in five flavours - original, cranberry, strawberry, blueberry and peach.

- Hero Pet Brands (pad. 25 - stand B69) will be showing its new *Vet's Best Advanced Dental Care* products that include seaweed-based powder, dental foam with oxygenated enzyme formula, dental sprays and silicone finger brushes. Existing products in the company's same range are a dental gel and three-headed toothbrush kit and dental finger wipes. The various modes of applications mean that pet owners can choose a product that best suits their pet. Included in the range is a puppy dental kit.

- Hugo Kamishi (hall 26 - stand C18) is showing its designer aquarium products that include ornaments, fish tanks and accessories that change with the seasons and allow new colours and themes to be experimented with throughout the year. The range includes a wide selection of imitation plants made from a selection of materials, including coloured and natural gravels, decorative stones and ornaments.

- Interpet - Central Garden & Pet Company (pad. 26 - stand B78) is showing its authentic wild bone shaped snack that encourages chewing and helps prevent the build-up of tartar. The *Nylabone Snacks* are free from artificial colours, flavours and preservatives, are GMO free, low in fat and have no added salt or sugar. The range is available in a choice of bison, turkey, venison, and turkey & sweet potato flavours.

All ingredients are EU compliant and are suitable for puppies and adult dogs.

- JR Pet Products (hall 26 - stand C11) is showing its 100 per cent natural range of innovative dog treats, including a new *Ostrich* range. The treats are naturally rich in nutrients, hypoallergenic, very high in protein and have less than three per cent fat. The range of ostrich products are shaped to represent bones, crisps, spaghetti, braided tendon, kebabs and biltong.

- Law Print & Packaging Management Ltd. (pad. 26 - stand A73) will be exhibiting its new *Ready 2 Recycle* range of mono material packaging products, including pouches, flat bottom, quad seal and BOPP woven bags. The range offers a more sustainable packaging solution to eco-conscious brands and retailers, as they are made of PE/PE or BOPP/PP laminated materials, making them ready for recycling at the end of use.

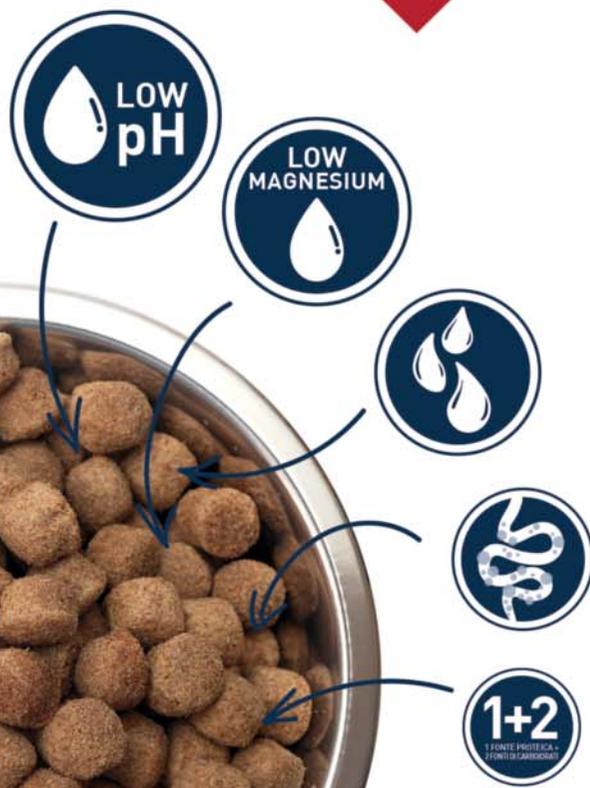
- Lily's Kitchen (hall 26 - stand C17) is showing its new *Woolbrush* expert dental chew that is made with natural ingredients. Thanks to its clever spongy texture, the chew gets down to the gumline to wipe away plaque, and it is all due to ingredients like parsley, coconut oil and fennel. *Woolbrush* has been carefully crafted with help from the company's pet dental expert to make sure that it works efficiently, but also tastes delicious.

- Little BigPaw (hall 26 - stand B23) is a multi-award-winning brand and is launching a new range of dry cat foods and also wet multipacks. The new lines include a delicious range of complete dry foods for kitten, adult and senior cats and two new variety packs of wet food. *Little BigPaw* is now one of the fastest growing brands in the pet industry and was awarded The Queen's Award for Enterprise. All packaging now proudly carries the Queen's emblem. The growing range includes tinned food for dogs, wet food for small dogs, oven baked treats as well as the new wet multipacks and complete dry food for cats. *Little BigPaw* is distributed internationally and works with leading UK wholesalers.

- Meatiful (hall 26 - stand C34) is displaying its range of hypoallergenic and gluten-free products including healthy and tasty sausages. The vet-approved recipes contain single source proteins with 80 per cent fresh meat and are available in several mouth-watering varieties. New to the range are two sausage varieties, turkey and white fish, as well as brand new oven-baked kibble and a delicious range of meaty treats.

- Mr Johnsons/Dog Gone Fishin' (hall 26 - stand C20) is showing its *Dog Gone Fishin'* range of dog treats that are made in Cornwall in the South West of England. The treats contain nutritious tasty fish that has been sourced to ensure that only quality fish and ingredients go into the manufacture. They contain naturally occurring Omega 3. There are four categories consisting of bakes, crunchies, crunchies plus and dried fish.

*Calcoli di struvite?*



**EXCLUSION MONOPROTEIN VETERINARY DIET FORMULA**

## URINARY

Per un ideale supporto nutrizionale in corso di patologie del tratto urinario, abbiamo creato un alimento specifico formulato con un basso pH e un minore livello di magnesio. La sua bassa concentrazione di fosforo e sodio supporta la corretta funzionalità renale e l'integrazione con acidi grassi Omega-3 rallenta la progressione della patologia perchè controlla l'infiammazione. La presenza in ricetta di FOS aiuta la flora intestinale e riduce l'urea, mentre il limitato numero di ingredienti diminuisce il rischio di intolleranze e non sovraccarica ulteriormente un fisico già debilitato dalla patologia.



# AD OGNI PATOLOGIA LA SUA DIETA MONOPROTEICA SPECIFICA

## MONO È MEGLIO!

EXCLUSION MONOPROTEIN VETERINARY DIET FORMULA È UNA LINEA DI ALIMENTI DIETETICI CON FORMULAZIONE MONOPROTEICA, REALIZZATI CON UN'UNICA FONTE DI PROTEINE ANIMALI, INGREDIENTI INNOVATIVI E PRESERVATI CON TOCOFEROLI NATURALI. È UN SUPPORTO NUTRIZIONALE A DISPOSIZIONE DEL VETERINARIO PER LE PIÙ COMUNI PATOLOGIE DI CANI E GATTI.



**Exclusion**<sup>®</sup>  
Monoprotein Veterinary Diet Formula

Get Social  
www.exclusion.it



● PATS 2019 e AQUA 2019 (pad. 26 - stand C33) promuovono le rispettive fiere dedicate al settore pet e acquatico. PATS è l'unica fiera del settore pet del Regno Unito con due appuntamenti annuali: al Telford International Centre dal 22 al 23 settembre 2019 e al Sandown Park dal 9 al 10 marzo 2020. AQUA 2019 è l'evento dedicato ai prodotti acquatici e al giardinaggio acquatico che si svolgerà dal 16 al 17 ottobre 2019 al Telford International Centre.

● Pet Remedy (pad. 26 - stand B17) tra i best seller nel Regno Unito di prodotti naturali calmanti e antistress, disponibili in tutto il mondo, espone la sua linea di prodotti antistress naturali, clinicamente testati,

per aiutare gli animali da compagnia in situazioni difficili: traslochi, viaggi, addestramento, separazione, creazione di un legame, periodo natalizio e toelettura. A base di valeriana, hanno effetto immediato, in combinazione con il naturale meccanismo calmante dell'animale. La nuova linea include un diffusore elettrico, uno spray, salviettine, nebulizzatore e bandana.



● PetQuip (pad. 26 - stand B37) è l'International Trade Association of Pet Equipment Suppliers (Associazione Internazionale dei Fornitori di Prodotti Pet). Il team di PetQuip assiste e promuove lo sviluppo del commercio internazionale nel settore pet, ponendosi come catalizzatore dei contatti di affari tra produttori, fornitori e buyer internazionali di tutto il mondo. PetQuip ha pubblicato la Guida PetQuip per i Buyer, come parte integrante del servizio gratuito di ricerca prodotti pet made in UK, che contiene un elenco delle linee prodotto dei membri e potrà essere ritirata da tutti i buyer in visita allo stand.

...fornitori e buyer internazionali di tutto il mondo. PetQuip ha pubblicato la Guida PetQuip per i Buyer, come parte integrante del servizio gratuito di ricerca prodotti pet made in UK, che contiene un elenco delle linee prodotto dei membri e potrà essere ritirata da tutti i buyer in visita allo stand.



● Podium Pet Products (pad. 26 - stand C32) espone la sua selezione di shampoo 100% naturali, candele e oli per il manto degli animali, che includono anche opzioni vegane. L'azienda è molto conosciuta a livello internazionale per i prodotti innovativi che ha lanciato sul mercato: ogni visitatore dello stand riceverà un campione gratuito.

● Scruffs Luxury Pet Bedding (pad. 25 - stand B96-C97) presenta il letto Scruffs® Rustic Wooden Pet Bed, realizzato con una cesta di legno in stile moderno con ingresso stondato per facilitare l'accesso all'animale. La cesta è decorata dal logo Scruffs® in stile ottone anticato. L'azienda espone anche i lettini Scruffs® Habitat Felt Bed, prodotti con un lussuoso tessuto in feltro, costruiti con tecnica a reticolo. Ogni letto è decorato dal logo Scruffs® in finta pelle.



● Simply2 Pet Products (pad. 26 - stand C27)

propone la sua collezione di copertine/tappetini antiscivolo in pile, con una nuova variante color carbone con impronte stampate in rosa e bianco, pratica ed elegante allo stesso tempo. Il prodotto è igienico, non irritante e analergico. Il supporto a coste in lattice antiscivolo assicura il drenaggio ed evita il movimento su superfici scivolose. Può essere lavato in lavatrice a 40°, è adatto anche all'asciugatrice ed è disponibile in un'ampia gamma di taglie e colori.



● Nutriment Ltd (hall 26 - stand C31) is exhibiting its new Support range of raw food products for dogs. There are five items in the range: Light, Low Purine and Phosphorus, Liver, Kidney and Recover. All of the foods are low in fat and highly digestible and their recipes are specially designed to provide nutritional support for ongoing health concern. Each meal is manufactured by hand with care and animal health and happiness in mind.

● PATS 2019 e AQUA 2019 (hall 26 - stand C33) is promoting its trade exhibitions for the pet and aquatic sectors. PATS is the UK's only pet trade event and its two annual editions will take place at The Telford International Centre UK from 22 to 23 September 2019 and Sandown Park from 9 to 10 March 2020. AQUA 2019 is the UK's water gardening and aquatics trade event due to take place at the Telford International Centre from 16 to 17 October 2019.

● Pet Remedy (hall 26 - stand B17) is one of the UK's best selling calming brands and is available worldwide. The company is exhibiting its clinically proven, natural de-stress and calming products that are designed to help all pets in stressful situations such as when moving to a new home, travelling, training, separation, bonding, party season and grooming. Valerian based, the products bring instant results and work with the pet's own natural calming mechanisms. The new range includes a plug diffuser, calming spray and wipes, an atomiser and a calming bandana.

● PetQuip (hall 26 - stand B37) is the International Trade Association of Pet Equipment Suppliers. The PetQuip team assists and promotes the development of international trade in the pet equipment sector, providing a catalyst for business contact between manufacturers, suppliers and international buyers around the world. As part of its free UK pet product sourcing service to overseas buyers, PetQuip has published the PetQuip Buyers' Guide, which includes a directory of members' product ranges, and copies will be available to all buyers visiting the PetQuip stand.

● Podium Pet Products (hall 26 - stand C32) is exhibiting its selection of 100 per cent natural shampoo bars, balms, candles and coat oils for pets, including a number of vegan options. The company, which is well recognised internationally for bringing innovative pet products to the market, will be providing free samples to every visitor to the stand.

● Scruffs Luxury Pet Bedding (pad. 25 - stand B96-C97) will be displaying its Scruffs® Rustic Wooden Pet Bed that has been designed using a contemporary wooden box, with curved entrance for easy accessibility. The box is accented with a stylish 'worn brass' Scruffs® logo. Also on show will be the Scruffs® Habitat Felt Bed that is produced from a luxury felt fabric, constructed in a lattice technique. Each bed is finished with a faux leatherette Scruffs® logo.



● TastyBone (pad. 26 - stand B33) espone la sua ampia gamma di ossa in 100% nylon vergine, testate sui masticatori più vigorosi. Grazie ad aromi di uso alimentare umano, gli ossi TastyBone sono intrisi di gusto fino al centro e rimangono saporiti a lungo. Le novità della linea includono due nuovi prodotti: TastyBrush e Flexi, appositamente per cuccioli e cani anziani. La linea Natural offre due forme che assicurano un'alternativa sicura ed extra-dura rispetto all'originale.



● Tribal Pet Foods (pad. 26 - stand C23) presenta alimenti premium per cani e gatti, salutari e naturali: solo carne fresca, zero farine di carne. L'azienda propone inoltre alimenti da estrazione a freddo e snack cotti a mano con ingredienti superfood, indicati per mantenere i cani in salute e ben nutriti. In occasione di Zoomark International verrà lanciato l'ampliamento della gamma con nuove varietà per taglie piccole, una linea di alimenti per gatti e salsicce monoproteiche con l'80% di carne per cani.

mano e 100% naturali, ricchi in proteine e senza glutine o conservanti. Aiutano a combattere placca e tartaro e sono eccellenti per mantenere l'igiene orale dei cani. Disponibili nel formato piccolo, medio e grande.

● Yakers Himalayan Dog Chews (pad. 26 - stand C30) presenta nuovi masticativi per cani e snack croccanti, prodotti con il miglior latte di yak dell'Himalaya. Lavorati con metodi tradizionali, gli Yakers sono fatti a

● Simply2 Pet Products (hall 26 - stand C27) is showing its ranges of non-slip backed fleece bedding, including a new charcoal with pink and white paws design that is both stylish and practical. The bedding is hygienic, non-irritant and non-allergenic. The non-slip latex ribbed backing allows free drainage and prevents movement on slippery surfaces. Machine washable up to 40°, the bedding can be cool tumble-dried. A large range of sizes and colours is available.

● TastyBone (hall 26 - stand B33) is showing its wide range of bones that are made from 100 per cent virgin nylon and have been tested on the most vigorous of chewers. Using human grade flavouring, TastyBones are infused to the core, meaning they stay tasty for longer. New additions to the range include the TastyBrush, available in two fresh new flavours, and the Flexi range designed especially for puppies, soft chewers and senior dogs. There is also a natural range with two authentic shapes designed as a safe and super-tough alternative to the real thing.

● Tribal Pet Foods (hall 26 - stand C23) is showing its clean, wholesome and natural, super premium dog and cat food that consists of fresh meats, with no meat meal. The company also offers cold-pressed dog food and hand baked dog treats with superfood ingredients that are designed to keep pets healthy and nourished. Newly launched at Zoomark International are extensions to the company's range of popular cold-pressed dog food, including a small breed variety, a new range of cold-pressed cat food and 80 per cent single-source meat sausage for dogs.

● Yakers Himalayan Dog Chews (hall 26 - stand C30) is exhibiting its dog chews and crunchy snacks that are made from the finest Himalayan yak milk. Using traditional methods, the handmade Yakers are 100 per cent natural, rich in protein, preservative and gluten free. Yakers help fight plaque and tartar, so they are great for a dog's dental hygiene. The Chews are available in small, medium and large sizes.



**Bianco-Line**  
ALIMENTI NATURALI PER IL TUO CANE

**PET**

*Pressato a freddo!*

**PER CANI E GATTI**

Formule con **ingredienti** dati dalla **NATURA**, **disidratati**, senza l'aggiunta di additivi in ricetta

**Ricette personalizzate** con aggiunta di erbe, piante e radici per migliorare il benessere del **CANE** e del **GATTO**



# BENVENUTI IN CANADA

UNA VISITA AL CANADIAN PAVILION SARÀ L'OCCASIONE PER SCOPRIRE LA QUALITÀ E LE CARATTERISTICHE PER CUI QUESTO PAESE È NOTO IN TUTTO IL MONDO

È presente anche quest'anno il Canadian Pavilion, presenza ormai fissa e tradizionale, che propone quanto di meglio il Paese può offrire ai mercati globali, rafforzando la reputazione di alta qualità delle aziende canadesi, tutte fortemente orientate verso l'esportazione - attualmente in oltre 70 nazioni - con un fatturato totale, sulle vendite alimentari, pari a 688 milioni di dollari nel 2018.

Il Canadian Pavilion ha lo scopo di aiutare i produttori canadesi a generare affari all'estero, creando alleanze strategiche e accrescendo la consapevolezza di quanto sia eccellente la qualità dei prodotti made in Canada. Riuniti sotto un'unica bandiera, gli espositori della collettiva beneficiano di una presenza più forte che consente loro di distinguersi dalla concorrenza individuale in quanto il padiglione agisce da punto di ritrovo per i buyer stranieri che vogliono scoprire valore, tendenze e opportunità del mercato del Paese d'oltreoceano.

Negli anni passati i membri del team Canada hanno riscontrato un enorme successo riuscendo a chiudere contratti vantaggiosi. Una visita al Canadian Pavilion sarà l'occasione per scoprire la qualità e le caratteristiche per cui il Canada è noto in tutto il mondo. Uno dei punti di forza dell'industria canadese è indubbiamente l'utilizzo di ingredienti locali di alta qualità. Gli attuali dati statistici indicano che, in Canada, sono presenti 82 stabilimenti impegnati nella produzione di pet food che danno lavoro a circa 3.600 persone. Sebbene molte esportazioni siano dirette verso gli Stati Uniti, la maggior parte delle piccole e medie imprese sono rivolte verso altri mercati esteri. Il settore della produzione di pet food è sostenuto da produttori di alimenti umidi (contenenti una percentuale d'acqua pari o superiore al 75%), secchi (con percentuale d'acqua pari o inferiore al 10%) o per una dieta equilibrata di cani, gatti e animali domestici. Il Canada vanta un ruolo attivo nello sviluppo delle innovazioni sia nel campo del pet food che in quello degli accessori, in gran parte grazie al contributo delle piccole e medie imprese, molto attive nel differenziare i propri prodotti da quelli di massa. Proprio per questo vengono dedicati tempo e ingenti risorse nel settore Ricerca & Sviluppo, con l'obiettivo di creare innovazioni di successo. Il vantaggio competitivo per le aziende canadesi si basa sull'offerta di prodotti di qualità a prezzi concorrenziali, garantendo un servizio superiore.



## ECCO L'ELENCO DEGLI ESPOSITORI CHE FANNO PARTE DELLA COLLETTIVA PROVENIENTE DAL CANADA, NEL PADIGLIONE 25:



- **Oven-Baked Tradition**

Azienda canadese a conduzione familiare che produce alimenti dal sapore irresistibile e dai valori nutrizionali eccellenti. Si tratta di prodotti completamente naturali, essiccati in forno e preparati con ingredienti genuini, perché l'azienda ha a cuore la cura e il benessere degli animali da compagnia.

- **Buddy Belts / Class Art Productions Inc.**

La proposta dell'azienda comprende pettorine in pelle per cani e altri animali da compagnia, guinzagli, collari con targhette identificative e accessori della linea *Buddy Belts*.



- **Noba Animal Co. / Canada Litter Inc.**

Dalla progettazione alla produzione, innovazione e qualità indiscussa contraddistinguono Noba Animal Co. L'obiettivo dell'azienda è quello di garantire ai proprietari di gatti la migliore qualità e prodotti innovativi su scala globale.



- **Petcurean Pet Nutrition Inc.**

Azienda canadese a conduzione familiare, produce pet food con ricette di qualità premium con i marchi *Go!*, *Now Fresh*, *Gather* e *Spike*.

- **True Leaf Pet**

L'azienda promuove salute e benessere degli animali da compagnia grazie a prodotti a base di piante.



# FRONTLINE

**TRI-ACT** PER CANI

SOLUZIONE SPOT-ON



## PROTEZIONE E REPELLENZA DI LUNGA DURATA CONTRO



PULCI



ZECHE



ZANZARE



PAPPATACI



MOSCHE  
CAVALLINE



CONFEZIONI DA 3 E 6 PIPETTE

**PER IL TUO CANE LIBERO DI VIVERE FELICE**

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

CHIEDI CONSIGLIO AL TUO VETERINARIO

NON USARE NEI GATTI E NEI CONIGLI. Leggere attentamente il foglio illustrativo. Tenere fuori dalla portata dei bambini e usare particolare attenzione finché il sito di applicazione non sia asciutto. Non utilizzare nei cuccioli di età inferiore alle 8 settimane o di peso inferiore a quello indicato per ogni confezione. L'uso scorretto può essere nocivo. È un medicinale veterinario, chiedi consiglio al tuo veterinario. Aut. Pub. 101-VET-2017

 **Boehringer  
Ingelheim**

● Taplow Feeds / FirstMate Pet Foods  
Produce e commercializza prodotti alimentari per animali domestici: croccantini secchi, alimenti in scatola e snack disidratati.



● Canadian Jerky Co.  
I marchi proposti dall'azienda sono *Great Jack's*, *Buddy Jack's* e *Zeal Canada*. L'azienda vanta un'ampia gamma di prodotti

tra cui soft snack per l'addestramento, toppeer liofilizzati, alimenti secchi ed essiccati.

● PLB International Inc.

Azienda canadese a conduzione familiare, è specializzata da oltre 50 anni nella produzione di alimenti premium. I marchi *1st Choice Nutrition* e *Pronature* sono conosciuti e acquistati dai consumatori di oltre 35 Paesi.



● Groupe Intersand Canada Inc.

Azienda canadese ai primi posti nell'esportazione di lettiere per gatti di altissima qualità. I prodotti si possono trovare nei negozi per animali di oltre 45 Paesi.



● Eco-Solutions Inc.

Con sede a Mont Saint-Hilaire in Québec, l'azienda produce lettiere di alta qualità per gatti dal 2003 e propone ai proprietari pet lettiere innovative per il benessere di tutti gli animali della casa. I prodotti vengono venduti in Canada esclusivamente presso negozi specializzati ed esportati in numerosi Paesi.



● PIJAC Canada

PIJAC Canada è l'associazione di categoria che riunisce le aziende del settore dei prodotti per animali a livello nazionale e rappresenta gli interessi e i diritti di 800 membri. Le quattro fiere che organizza ogni anno offrono accesso diretto e mirato al mercato canadese dedicato ai prodotti per gli animali da compagnia. L'associazione sostiene i punti di forza del settore come i servizi di alta qualità, il track record stabilito in tutto il mondo dalle piccole aziende del Paese per la produzione di prodotti di alta qualità premium e superpremium, la capacità di sviluppare solide relazioni commerciali nei mercati di esportazione in virtù della capacità bilingue (francese-inglese) e della conoscenza della lingua e della cultura locale.



## ZOOMARK INTERNATIONAL

### WELCOME TO CANADA

Visit the Canadian Pavilion and discover the quality and features Canada is known for

Canadian Pavilion will be present once again at Zoomark International 2019: it provides global markets with the best Canadian products, strengthening the high-quality reputation of Canadian company. Canadian companies are highly export-oriented and currently export to over 70 countries, with total food sales \$688 million in 2018.

Canadian Pavilion helps Canadian companies increase their foreign business, building strategic alliances and spreading the awareness on made-in-Canada quality. Thanks to the pavilion, Canadian companies can rely on a stronger presence to distinguish from individual competitors: the Canadian Pavilion is the meeting point for foreign buyers that want to discover quality, trends and opportunities of the Canadian market. During the past years, companies form the Canadian Pavilion recorded a huge success and gained profitable leads. Visit the Canadian Pavilion and discover the quality and features Canada is known for. The ability to source high quality local ingredients is considered a strength of the Canadian industry.

Current Statistics Canada data for the manufacturing industry indicates that there are 82 establishments in Canada producing pet food employing approximately 3600 people. While many exports head to the US, Canada's small to medium pet food firms account for the overwhelming majority of our country's exports to offshore markets. The mainstay of the pet food processing industry is the contribution of manufacturers of wet (75% or more water), and dry (10% or less water), full diet foods for dogs and cats, as well as pet treats. Canada has a vibrant presence in the development of pet food innovations and accessory products, much of it due to small to medium firms that strive to differentiate their products from the main stream. Canadian firms dedicate considerable time and resources to R&D and have created successful innovations. Canadian firms compete based on providing high quality products at competitive prices and by providing superior service.

HERE IS THE LIST OF EXHIBITORS FROM THE CANADIAN PAVILION IN HALL 25:

● **Oven-Baked Tradition**

Made in Canada by a family business, Oven-Baked Tradition offers irresistible taste and exceptional nutritional value. All natural, oven baked and made with wholesome ingredients, because the company cares about pets.

● **Buddy Belts / Class Art Productions Inc.**

Buddy Belts manufactures leather dog/pet harnesses, leashes, ID collars and accessories.

● **Noba Animal Co. / Canada Litter Inc.**

Innovation and an uncompromising approach to quality guide Noba Animal Co.'s processes, from development to production. The company is dedicated to providing cat owners the highest quality, innovative products on a global scale.

● **Petcorean Pet Nutrition Inc.**

Petcorean is a family-owned Canadian company that creates premium-quality pet food recipes with *Go!*, *Now Fresh*, *Gather e Spike* brands.

● **True Leaf Pet**

The company promotes the health of pets with plant-based products.

● **Taplow Feeds / FirstMate Pet Foods**

The company manufactures and markets pet food products: dry kibble, canned and dehydrated treats.

● **Canadian Jerky Co.**

The company's brands are *Great Jack's*, *Buddy Jack's* and *Zeal Canada*. The company has a variety of products lines including soft training treats, freeze-dried toppers, and pure jerky and air-dried foods.

● **PLB International Inc.**

PLB International is a Canadian family-owned business crafting premium pet food for over 50 years. The company's brands, *1st Choice Nutrition* and *Pronature*, are appreciated by pets in over 35 countries.

● **Groupe Intersand Canada Inc.**

Intersand is a Canadian company that is a leading exporter of high-quality cat litter. The products are available through pet stores in over 45 countries.

● **Eco-Solutions Inc.**

Eco-Solutions Inc., headquartered in Mont Saint-Hilaire, Québec is a proud Canadian manufacturer of high-quality cat litter since 2003. The company offer pet parents innovative litter box solutions for the well-being of their cats and their entire household. The products are sold exclusively at specialty pet stores across Canada and exported to several countries.

● **PIJAC Canada**

PIJAC Canada is a trade association for Canada's pet industry and represents 800 members. The four annual trade shows offer direct and targeted access to the Canadian pet market. The association supports the sector's points of strength such as high-quality services, track record established by the country's small companies in manufacturing high-quality premium and super-premium products, the development of solid business relations in export markets thanks to the bilingual skills (French-English) and to the knowledge of local language and culture.



ZOOMARK 2019

Pad. 26  
Stand A79-B80;  
A83-B84; B79, B83

# BYECTERIA

## Tessuti antibatterici

Le cuccette e i materassini Byecteria contengono una molecola per eliminare batteri e odori.

MADE IN ITALY



ANTIBATTERICO



ANTIODORE



ANTISTATICO



IDROREPELENTE



1 Esposizione del tessuto alla luce (artificiale o naturale)



2 Azione fotocatalitica della molecola di biossido di titanio (TiO<sub>2</sub>) presente nel tessuto



3 Eliminazione di virus e odori dalla superficie

LONDRA



PARIGI



HOLLYWOOD VIOLET



HOLLYWOOD PINK



Scopri il nuovo catalogo HOME DESIGN nella sezione cataloghi del sito.  
Per info scrivi a [record@recordit.com](mailto:record@recordit.com)

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





# CIPS A ZOOMARK INTERNATIONAL

NEL PADIGLIONE CINESE OLTRE 90 AZIENDE METTONO IN MOSTRA I LORO PRODOTTI PIÙ RECENTI E INNOVATIVI

Il China International Pet Show porterà 91 aziende con 278 esperti del settore a Zoomark International 2019. Il padiglione cinese sarà organizzato anche per questa edizione da CIPS, presente a Bologna con il suo stand pad.25-C142. Per i visitatori del Salone questa sarà l'occasione per conoscere da vicino l'offerta dell'industria pet proveniente dal Paese dell'Estremo Oriente, ma anche la fiera che si svolge annualmente alternandosi tra Guangzhou e Shanghai. Le date della 23esima edizione sono state fissate: dal 20 al 23 novembre a Shanghai, presso il National Convention and Exhibition Center. L'edizione di CIPS 2018, il 27-28 ottobre scorso a Guangzhou, si era chiusa con un successo: 130.000 m<sup>2</sup> di superficie espositiva hanno ospitato 1.384 espositori da 29 paesi/regioni e 60.408 visitatori da 90 paesi/regioni.

Unica piattaforma B2B in Asia

Nessun altro evento può sostituire il duplice ruolo del China International Pet Show come fulcro per la ricerca di fornitori in tutto il mondo e come punto d'ingresso per il mercato asiatico e in particolare quello cinese. CIPS rappresenta oggi la principale piattaforma B2B in Asia.

Il salone copre un'ampia gamma di prodotti per gli animali da compagnia (65,6%) e per l'acquario (32,7%) ed è considerato l'evento più efficace per posizionarsi a livello globale, specialmente per importatori e agenzie asiatiche: i visitatori spaziano

## ZOOMARK INTERNATIONAL

### CIPS AT ZOOMARK INTERNATIONAL

Over 90 companies will show their newest and innovative products in the China Pavilion

China International Pet Show will bring 91 companies and 278 pet professionals at Zoomark International 2019. Once again, the Chinese Pavilion will be organized by CIPS, which will be present in Bologna at 25-C142 stand. Visitors will have the chance to see the products from Far East, as well as to learn more about the annual exhibition that alternates between Guangzhou and Shanghai. The 23<sup>rd</sup> CIPS will be held on 20-23 November at Shanghai National Convention and Exhibition Center.

#### UNIQUE B2B PLATFORM IN ASIA

No other event can replace China International Pet Show dual role as the center to look for worldwide sourcing suppliers, and as the step stone to enter Asian, especially Chinese markets. CIPS is Asia's only B2B trade platform.

CIPS covers a wide range of pet items (65.6%) and aquariums (32.7%). The trade only show is ranked as the most efficient event to locate global, especially Asian importers and agencies, with visitors ranging from distributors (20%), retailers (20%), traders (18%), agencies (18%), manufacturers (16%), and trade media and services (8%).

CIPS is the only show in China that can attract domestic buyers from all provinces in China. During Global Pet Forum Asia (GPFA), co-organized with PET International, key note speakers analyzed global markets, as well as the trends in China, Thailand, Russia, Oceania, and other countries.

The organizer invited 16 industry experts from 11 countries, forming a judge panel. In 2018, 19 companies have won CIPS Innovation Awards on five categories of Pet Food, Pet Accessory, Aquarium, Small Pet and Design. Their products and information can be found on CIPS stand (25-C142) at Zoomark International.



dai distributori (20%) ai rivenditori (20%), commercianti (18%), agenzie (18%), produttori (16%), media e servizi (8%).

CIPS è l'unico evento della Cina capace di attirare buyer nazionali da tutte le province del Paese. Innovazione è la parola chiave. Nell'ultima edizione, durante il Global Pet Forum Asia (GPFA) organizzato in collaborazione con PETS International, i relatori ospiti hanno analizzato i mercati globali e i trend di Cina, Thailandia, Russia, Oceania e altri paesi.

Inoltre gli organizzatori hanno invitato 16 esperti dell'industria da 11 Paesi a formare un panel di giudici. Nel 2018, 19 aziende hanno vinto i CIPS Innovation Award in cinque categorie: alimenti per animali da compagnia, accessori per animali da compagnia, acquario, piccoli animali e design.

I prodotti vincitori e le relative informazioni saranno disponibili presso lo stand CIPS (pad.25-C142) a Zoomark International.





# I PRODOTTI PREMIATI DAI CONSUMATORI

*E dai loro Amici a 4 zampe*



I prodotti premiati Pet Award 2019 sono stati giudicati in blind da 300 consumatori italiani reclutati da laboratori sensoriali a norma ISO. Ciascun consumatore valuta l'etichetta ingredienti, l'aspetto e l'odore del prodotto, e attraverso la somministrazione in casa dell'alimento in test al proprio animale domestico per un determinato periodo, esprime un voto di gradimento globale da 0 a 10, senza che la marca di appartenenza del prodotto stesso possa influire in alcun modo sulla valutazione. Solo i prodotti che ottengono almeno il 70% di intenzione all'acquisto da parte dei consumatori e un voto pari o superiore a 7/10 in termini di gradimento globale (in caso di più prodotti all'interno della stessa categoria si considera il voto più alto oltre questa soglia) possono fregiarsi dell'ambito ed esclusivo premio di qualità per il mercato del pet, il PET AWARD 2019.

**PERCHÈ LA QUALITÀ VINCE SEMPRE!**

**TRIXIE**

PETBALANCE  
**MEDICA**  
VETERINARY DIET

**FERMA QUI**  
FARM COMPANY

**Monge**  
Natural Superpremium

Consumer Test

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

ISCRIVI IL TUO PRODOTTO A PET AWARD 2020  
Invia una mail ad [antonio.decaro@consumertest.it](mailto:antonio.decaro@consumertest.it)  
oppure chiama il 349 1326697

# DALLA REPUBBLICA CECA PER IL MERCATO ITALIANO

FRA LE NOVITÀ DI ZOOMARK INTERNATIONAL, ANCHE UNA COLLETTIVA  
CHE RADUNA GLI ESPOSITORI PROVENENTI DALLA REPUBBLICA CECA

Per la prima volta sarà presente a Zoomark International una collettiva proveniente dalla Repubblica Ceca, a confermare che il mercato dell'Europa dell'Est sta diventando sempre più vivace e promettente. La presenza di espositori cechi è favorita da CzechTrade, agenzia governativa di promozione del commercio della Repubblica Ceca il cui obiettivo è sviluppare la cooperazione tra aziende ceche e straniere. Nel nostro paese l'ufficio CzechTrade Italia ha sede a Milano, è operativo dal 2001 e fornisce la sua assistenza in tutti i settori alle aziende ceche che intendono presentarsi sul mercato italiano, proponendo una serie di servizi gratuiti anche agli operatori italiani. In particolare CzechTrade offre agli imprenditori italiani una ricerca personalizzata di produttori e fornitori di servizi dalla Repubblica Ceca, oltre a una panoramica sulla situazione economica e commerciale del Paese e alle prime informazioni essenziali per avviare un'attività in Repubblica Ceca, anche attraverso viaggi d'affari per visitare le sedi delle aziende selezionate. CzechTrade realizza periodicamente, in varie località italiane, seminari e workshop durante i quali presenta il quadro economico della Repubblica Ceca e le caratteristiche di alcuni settori specifici, un'importante occasione per incontri B2B tra imprese, operatori ed enti cechi e italiani.

## ECCO GLI ESPOSITORI PRESENTI NEL PADIGLIONE 25, PRESSO IL CZECH PAVILION:

- **Exot Hobby s.r.o.** è stata fondata nel 2003, proseguendo l'attività della compagnia Vladimíra Suchánková - Exot Hobby, che operava dal 1992. È un'azienda a conduzione familiare che produce alimenti di qualità per pesci d'acquario e altro. Exot Hobby propone la linea di alta qualità di mangime estruso per pesci SAK e molte altre private label di cibo per pesci tropicali, marini, crostacei, pesci di stagno e koi.

La linea SAK è ideata per soddisfare le esigenze di tutte le taglie e le specie di pesci tropicali. Prodotti certificati ISO e HACCP.



- **Funky Dog** propone prodotti realizzati a mano in cotone, lino e Piñatex®, un tessuto simile alla pelle ma ricavato dalle foglie dell'ananas in modo sostenibile e rispettoso dell'ambiente. L'assortimento comprende papillon per cani - principale prodotto di Funky Dog - e poi collari realizzati con doppio strato di Piñatex®, guinzagli con corda di lino naturale, bandane e cappottini. Tra le novità spiccano *Piňamka*, pratica borsetta per gli snack, i sacchetti per rifiuti da appendere al guinzaglio, alla giacca o ai jeans, e le decorazioni floreali al profumo naturale di gelsomino da attaccare con il velcro a qualsiasi tipo di collare o pettorina. Funky Dog aiuta gli animali bisognosi: per ogni prodotto venduto verrà fatta una donazione ai cani del paese in cui vengono acquistati i prodotti.

- **Kiwi Walker** è un marchio nuovo nel settore degli animali da compagnia con una mission ben precisa: divertirsi senza sacrificare la qualità, privilegiando il colore, i materiali di alta gamma e un design unico. *Kiwi Walker* produce svariate linee: lettini in gommapiuma ortopedica facile da pulire; collari, guinzagli e cinghie; ciotole; prodotti da viaggio; giocattoli in lattice; giocattoli in schiuma TPR; pet treat e snack. Tutti i giocattoli sono caratterizzati da forme e disegni originali, i lettini e i materassi sono ortopedici, memory foam, di altissima qualità e gli snack contengono solo ingredienti liofilizzati al 100% naturali.



- **Nutrin s.r.o.** è un'azienda impegnata nello sviluppo, produzione e distribuzione di alimenti di qualità ad alto valore aggiunto per pesci d'acquario, tartarughe, iguane, pesci da laghetto, uccelli, piccoli roditori, cani e cavalli. I prodotti non contengono soia, olio di palma, coloranti, conservanti o aromi artificiali e sono formulati con le più innovative tecnologie di produzione. Nuntrin s.r.o. propone le seguenti linee: *Nutrin Complete*, innumerevoli componenti in un unico granello nutrizionalmente bilanciato; *Nutrin Nature*, miscela

my FACTORY



SICUREZZA & PROTEZIONE



freedog

Una linea di accessori per animali domestici, progettati con un'attenzione particolare alla qualità dei materiali, al design del prodotto e alla sua funzionalità.

Distribuito in Italia da:  
My Factory Srl - Via Olivetti, 7/9 - 10020 Riva presso Chieri (TO)  
T: +39 011 9401249 - Fax: +39 011 9468841  
info@my-factory.it - www.my-factory.it

CURA & DIVERTIMENTO





naturali; *Nutrin Vital Snack*, alimento sano e croccante per roditori e pappagalli; *Nutrin Pond*, alimenti estrusi per pesci da laghetto; *Nutrin Aquarium*, mangimi completi per pesci d'acquario e animali da terrario; *Nutrin Canine Barf Balancer*, alimento complementare per offrire una dieta equilibrata al cane nutrito con cibi crudi; *Nutrin Equine*, che copre le esigenze della maggior parte dei cavalli; *Nutrin Zoo*, per animali dei giardini zoologici.

- **Pet Center** è una catena di negozi al dettaglio in Repubblica Ceca e in Slovacchia. Il primo punto vendita è stato inaugurato nel 2000 e da allora la rete al dettaglio e all'ingrosso è cresciuta fino ai 163 negozi attuali, con più di 8 milioni di clienti all'anno.



Pet Center, proprietario del brand *Huhubamboo* e *Pet Royal*, a Zoomark International è alla ricerca di nuovi distributori per questi due marchi, tra i preferiti nell'ambito del mercato ceco e slovacco. *Huhubamboo* è un brand moderno basato sulla qualità e sul design originale che propone un assortimento principalmente di snack di carne di qualità, giocattoli,

letterie per gatti, ciotole e altri accessori. Si tratta di prodotti emozionali, quindi molto popolari tra i consumatori.

- **Tekro Ltd. Czech Republic** è un'azienda di medie dimensioni, che dal 1991 opera nel settore della nutrizione e della salute degli animali domestici e da reddito, utilizzando tecnologie moderne con formulazioni studiate in un laboratorio accreditato. Oltre alla implicita qualità dei prodotti, offriamo un approccio personalizzato per ogni ordine e cliente. Una parte considerevole della produzione è costituita da pet food, specialmente granulati per cani e gatti, naturali, senza aromi artificiali, coloranti e conservanti. Il nostro marchio di punta è *Eminent*, che si sviluppa in tre linee di prodotto: *Eminent High Premium* per le diverse esigenze di cani e gatti; *Eminent Gold*, alimenti super premium senza glutine con un contenuto ridotto di cereali in una formula a base di monoproteine; *Eminent Platinum*, completamente senza cereali e con un'alta percentuale di proteine da pesci di mare. Lanceremo al più presto nuovi prodotti per piccole razze, diete veterinarie e integratori.

## ZOOMARK INTERNATIONAL

### FROM CZECH REPUBLIC FOR THE ITALIAN MARKET

New at Zoomark International: group of exhibitors from Czech Republic

For the first time, a group of companies from Czech Republic will be present at Zoomark International. It is a further proof of the growth and energy of East European markets. The presence of Czech exhibitors is supported by Czech Trade, the government agency promoting Czech Republic trade, focusing on connecting Czech and foreign companies. CzechTrade office in Italy is located in Milan since 2001: it supports Czech companies of all sectors that aim at entering the Italian market. CzechTrade offers free services to Italian operators as well: customized service to search for companies and service providers from Czech Republic, besides an overview on the economic and commercial situation of the country. Moreover, it provides the first essential information to start a new business in Czech Republic, organizing business trips to visit selected companies. CzechTrade organizes workshops and conferences in Italy to present the economic situation of Czech Republic and the features of specific sectors: it is an important occasion for B2B meeting among companies, operators and Italian and Czech institutions.

HERE IS THE LIST OF EXHIBITORS IN CZECH PAVILION

- **Exot Hobby**

Exot Hobby s.r.o. was founded in 2003 to carry on the business of Vladimíra Suchánková - Exot Hobby, active since 1992. It is a family-run company manufacturing high-quality food for aquarium fish and other pets. Exot Hobby presents SAK high-quality line of extruded food for fish and other private label food for tropical and marine fish, crustaceans, pond fish and koi. SAK line meets the needs of all sizes and species of tropical fish. The products are certified ISO and HACCP.

- **Funky Dog**

Funky Dog offers hand-made products with cottons, linen and Piñatex®, a leather-like fabric obtained sustainably from pineapple leaves. The range includes bowties for dogs - main product of Funky Dogs - and then collars with double Piñatex® layer, leashes with natural linen rope, bandanas and raincoats. Among new products there is *Piňamka*, the handy treat pouch, poo bags that can be fastened to the leash, to the jacket or to jeans, flower decorations with natural jasmine scent, which can be placed on any type of collar or harness with Velcro. Funky Dog supports pets in needs: for any product purchased, a sum will be donated to the dog shelter located in the country of purchase.

- **Kiwi Walker**

It is a new brand in the pet sector, with a specific mission: have fun without forgetting quality; focus on colour, high-quality materials and a unique design. *Kiwi Walker* offers various lines: orthopaedic foam beds, easy to clean; collars, leashes and belts; bowls; trip products; latex toys; TPR foam toys; pet treats. All toys features original shapes and design, beds and mattress are orthopaedic, memory foam, high quality and treats contain 100% natural freeze-dried ingredients only.

- **Nutrin**

Nutrin s.r.o. is specialized in developing, manufacturing and distributing quality food with elevated added value for aquarium fish, turtles, iguanas, pond fish, birds, small rodents, dogs and horses. The products are free from soy, palm oil, colourants, preservatives or artificial flavouring agents. They are developed according to the most innovative production techniques. Nutrin s.r.o. offers the following lines: *Nutrin Complete*, several ingredients in a nutritionally balanced grain; *Nutrin Nature*, natural food mix; *Nutrin Vital Snack*, healthy and crispy food for rodents and parrots; *Nutrin Pond*, extruded food for pond fish; *Nutrin Aquarium*, complete food for aquarium fish and terrarium pets; *Nutrin Canine Barf Balancer*, complementary food ensuring a balanced diet for dogs fed with raw food; *Nutrin Equine*, covering the needs of most horses; *Nutrin Zoo*, for zoo animals.

- **Pet Center**

Pet Center is a retail chain in Czech Republic and Slovakia. The first shop was inaugurated in 2000: the net grew since then, with current 163 shops and over 8 million customers per year. Pet Center is looking for new distributors for its brands *Huhubamboo* and *Pet Royal* at Zoomark International: they are the most favourite brands in the Czech and Slovakian market. *Huhubamboo* is a modern brand based on quality and original design. Its range mainly includes quality-meat treats, toys, cat litter, bowls and other accessories. They are emotional products, very popular among customers.

- **Tekro Ltd. Czech Republic**

Tekro Ltd. is the medium-sized czech company operating in the sector of nutrition and health for pets and livestock since 1991. Our modern technologies are supported by own accredited laboratory. Besides the obvious quality we offer our customers an individual approach to each order and client. The considerable part of our production is dry pet food for cats and dogs: natural, free from artificial flavours, colourants and preservatives. Our core brand *Eminent* includes three product lines: *Eminent High Premium* consisting wide range of products for different needs of cats and dogs, *Eminent Gold*, super premium gluten-free single-protein formulas and *Eminent Platinum*, grain free products consisting high proportion of animal sea fish protein. We introduce soon new products for small breeds, veterinary diets and food supplements for pets.





natural • nutrition • system

Vieni a scoprire  
cosa c'è di nuovo!

Natura

LETTIERA PER GATTI  
100% NATURALE ED ECOLOGICA



Snack  
Super Premium  
Golosità Naturale!



winnerplus.eu

6.5 → 9.5 / 2019  
BOLOGNAFIERE  
Padiglione/Hall 30  
Stand B48-B50  
ZOOMARK 2019 INTERNATIONAL  
Seguici! • Follow us! • Folge uns!

# INDIA AL DEBUTTO

PER LA PRIMA VOLTA UNA COLLETTIVA INDIANA SARÀ PRESENTE A ZOOMARK INTERNATIONAL

Fra gli eventi della prossima edizione di Zoomark International c'è anche una vera e propria novità che denota l'espansione in chiave internazionale del Salone. Per la prima volta sarà infatti presente a Bologna una collettiva che raduna gli espositori provenienti dall'India in un padiglione. Grazie a Creature Companion Magazine e India International Pet Trade Fair (IIPTF), l'India Pavilion si potrà visitare nel padiglione 28 e proporrà ai buyer la partecipazione di importanti aziende con prodotti di qualità provenienti dall'India.

## ECCO GLI ESPOSITORI PRESENTI ALL'INDIA PAVILION:

- **Terrai Natural Products (Petveda) - pad. 28, India Pavilion, stand 5**

Petveda nasce dall'amore per gli animali e per il loro benessere. Con questa passione l'azienda crea prodotti utilizzando acqua di sorgente dell'Himalaya, estratti di erbe e oli essenziali puri. La cute e il manto assorbono ciò che il corpo ingerisce: per questo è importante offrire agli animali una dieta bilanciata, con prodotti che siano anche rispettosi della pelle e li mantengano in buona salute.



- **Doggie Dabbas Pvt Ltd - pad. 28, India Pavilion, stand 4**

Si tratta di un'azienda di pet food, specializzata in snack e alimenti naturali per cani. L'assortimento include snack disidratati in diversi gusti e con diverse proteine, fra cui 5 varietà non vegetariane e 2 varietà vegetariane in strisce essiccate. La versione vegetariana contiene fiocchi di latte ed è eccellente anche come stick per la pulizia dentale. Tutti i prodotti sono ottenuti con tecniche all'avanguardia e pratiche di produzione d'eccezione (impianto certificato HACCP).



ayurveda for animals



- **Ayurveda For Animals (Petzorama) - pad. 28, India Pavilion, stand 1**

Il potere miracoloso della guarigione dell'antica India, per la cura e il benessere degli animali, prende vita in una linea completa di prodotti di lusso. Ayurveda for Animals (AFA) offre prodotti non tossici, cruelty free e vegani composti dagli ingredienti più puri e sicuri. Tutti sono privi di SLES, paraffina e parabeni.

- **Paradise Rubber Industries - pad. 28, India Pavilion, stand 2**

Azienda attiva nel settore dal 1977 sotto la guida del fondatore Premnath Magon, negli anni di attività ha rafforzato la sua posizione nel settore specializzandosi in giochi di gomma per animali da compagnia. Paradise Rubber realizza giochi di qualità famosi in tutto il mondo in laboratori all'avanguardia che garantiscono qualità e robustezza. La produzione è rispettosa dell'ambiente, con uno spreco minimo di risorse naturali.



- **India International Pet Trade Fair (IIPTF) - pad. 28, India Pavilion, stand 3**

L'undicesima edizione dell'India International Pet Trade Fair (IIPTF) si svolgerà il 24 e 25 agosto 2019 presso il centro Pragati Maidan. L'evento è organizzato da Creature Companion Magazine. Si tratta dell'unica fiera del settore pet dell'Asia del Sud, nonché del principale evento pet indiano B2B che offre una panoramica completa dei prodotti pet e relativi servizi in India e oltremare. È inoltre in fase di organizzazione il primo India Pet Industry - Dialogue 2019, una conferenza collaterale all'IIPTF 2019.



## ZOOMARK INTERNATIONAL

### INDIA'S DEBUT

For the first time, an Indian group of companies will be present at Zoomark International

Zoomark International 2019 offers another proof of its international growth. For the first time, a group of Indian companies, gathered in a pavilion, will be present at the Bologna exhibition. Thanks to Creature Companion Magazine and India International Pet Trade Fair (IIPTF), the India Pavilion will be located in Hall 28, with important companies offering quality products from India.

HERE IS THE LIST OF EXHIBITORS AT INDIA PAVILION:

- **Terrai Natural Products (Petveda) - pad. 28, India Pavilion, stand 5**  
Petveda was born after the love for animals and their well-being. Thanks to this passion, the company manufacture products using Himalayan spring water, herb extracts and pure essential oils. Skin and hair also absorb what goes into the body: it is very important to not only feed pets a balanced diet but also use the right products that are skin friendly to ensure their good health.
- **Doggie Dabbas Pvt Ltd - pad. 28, India Pavilion, stand 4**  
Doggie Dabbas Pvt Ltd is a pet food and treat manufacturing company specialising in all natural treats and food for dogs. The range includes dehydrated treats in different protein, with 5 non-vegetarian and 2 vegetarian jerky options. The vegetarian jerky is made with cottage cheese and is excellent as a dental stick as well. All products are manufactured using the latest technology and highest production practices (HACCP Plant)
- **Ayurveda For Animals (Petzorama) - pad. 28, India Pavilion, stand 1**  
The miraculous powers of healing from ancient India in the treatment and wellbeing of animals comes to life in the complete range of super premium, luxury products. Ayurveda for Animals (AFA) formulates non-toxic, cruelty-free and vegan products with safest and purest ingredients. All products are SLES, Paraffin and Paraben Free.
- **Paradise Rubber Industries - pad. 28, India Pavilion, stand 2**  
Paradise has been in the business of manufacturing of Rubber Sports goods since 1977, under able guidance of founder Mr.Premnath Magon and grew strong year after year, specializing in rubber toys for pets. Paradise Rubber manufactures quality rubber toys, which have been accepted worldwide, in fully equipped labs to ensure quality and consistency of all products. The production is carried out in an eco-friendly environment with minimum of wastage of natural resources.
- **India International Pet Trade Fair (IIPTF) - pad. 28, India Pavilion, stand 3**  
The 11th India International Pet Trade Fair (IIPTF) will be held on 24 and 25 August 2019 at Pragati Maidan. It is organised by Creature Companion Magazine. South Asia's only pet trade fair and India's largest pet event is dedicated to the pet vertical in India. It is a B2B (business-to-business) event showcasing an exhaustive range of pet products and pet-pertinent services from across India and overseas. The first India Pet Industry - Dialogue 2019 is going to be held as a conference on the side-line of IIPTF 2019.

PRODOTTO ESCLUSIVO. SVILUPPATO  
E RACCOMANDATO DAI VETERINARI.

**HAPPY DOG** **HAPPY CAT**

# Linea VET

Le nostre diete veterinarie

## Skin

Irritazioni cutanee e perdita di pelo eccessiva  
causate da dermatosi e intolleranze alimentari

## Adipositas

Sovrappeso, obesità

## Renal

Insufficienza renale cronica (IRC)

## Intestinal

In caso di patologie acute e croniche del  
tratto gastrointestinale

## Hypersensitivity

Allergie o intolleranze alimentari

## Struvit

Struvite urolithiasis



**ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL

**HAPPY DOG** **HAPPY CAT**

**PAD. 30**  
**STAND. D55**

*Made with Love in Germany*

# VINCERE LA DIFFIDENZA DEL CONSUMATORE È LA SFIDA DEL NUOVO MILLENNIO

**La crisi economica iniziata nel 2008 ha fatto aumentare nei consumatori la diffidenza e la paura, i principali ostacoli da affrontare quando si vuole vendere un prodotto**

di Matteo Fago

**I**l mondo dei consumi è in continua evoluzione. Solo qualche decennio fa la percezione del concetto di qualità era molto diversa da quella attuale: qualità voleva dire sostanzialmente "consiglio". Era sufficiente che qualcuno ritenuto importante - pubblicamente o personalmente, come un parente - suggerisse l'acquisto di un prodotto, che quest'ultimo balzava immediatamente in cima ai desideri del consumatore medio.

I canali mediatici erano chiaramente tutt'altro che globali, dunque questo passaparola rappresentava di fatto lo strumento di marketing più efficace per le possibilità delle aziende medio piccole che non potevano accedere alla costosa pubblicità sui grandi media. Negli anni il concetto di consumo si è evoluto, lasciando spazio a offerte sempre più ampie e diversificate in grado di soddisfare i bisogni dei consumatori in modo più specifico. Si tratta della cosiddetta fase della "glo-

balizzazione dei consumi", che rappresenta a tutti gli effetti il primo affaccio dei mercati verso il nuovo millennio, fatto di risposte diverse ad esigenze sempre più specifiche dei consumatori.

Per molti anni il sistema è rimasto in equilibrio: i segmenti di mercato dei servizi e dei prodotti avevano decine di alternative a disposizione del consumatore, che valutava in base a parametri personali di selezione, non ultima l'efficacia del messaggio.

Oggi, a ormai vent'anni dall'inizio del terzo millennio, questo approccio non è più sufficiente per arrivare con i propri prodotti nelle case dei clienti.

**Il brand, per quanto noto, e a meno che non sia del leader di categoria non è sufficiente da solo a garantire le vendite, dal momento che il potere dei nuovi media internet ha livellato la visibilità dei marchi, grandi e piccoli.**

La grande distribuzione è diventata la "materializzazione" dei risultati di una ricerca sul web. La possibilità di scelta è eccessiva e questo fa male agli acquisti perché si genera una grande confusione nella mente del consumatore che non ha tempo di approfondire quale sia il prodotto effettivamente migliore.

**Il paradosso, in altre parole, è che la "Troppa scelta" non permette la libera scelta del cliente che di conseguenza si rifugia a scegliere il leader riconosciuto in quella categoria di prodotto.** Da una parte il potenziale acquirente vive una costante frustrazione dettata dal fatto di non avere sufficienti informazioni per preferire un prodotto anziché un altro con ragionevole sicurezza, mentre dall'altra i marchi fanno fatica ad emergere in segmenti fatti di player iper-aggressivi che fanno continuamente offerte al ribasso spesso mettendo in secondo piano la qualità del prodotto rispetto alla convenienza economica.



Matteo Fago editore de Il Salvagente

 **Salvagente**

**Leader nei Test di laboratorio contro le Truffe ai consumatori**



La famiglia Ferro e Matteo Fago in occasione della consegna dell'attestato di certificazione Zero Truffe per la pasta *La Molisana*

Il risultato? Il consumatore si dirige verso il prodotto meglio pubblicizzato, che ha semplicemente visto in tv, o che magari costa meno. Oppure verso il brand leader della categoria che gli è già noto. Con buona pace di criteri come la qualità e la trasparenza produttiva.

**Ci sono mercati che, più di altri, sono sensibili a questo tipo di problema: prodotti per bambini, servizi legati alla salute e anche tutto il segmento legato al benessere e la cura degli animali domestici.** Tre casi in cui la tranquillità del consumatore è fondamentale perché legata ad esigenze emotive molto più forti rispetto ad altri settori.

**Come emergere, quindi, nello scaffale del supermercato?** Come riuscire a "scardinare" la diffidenza del consumatore impaurito dagli "imbrogli" di produttori senza scrupoli?

**La certificazione "Zero Truffe" del Salvagente, rivista leader nei test di laboratorio contro le truffe ai consumatori, nasce proprio con questo intento: fornire alle aziende virtuose uno strumento unico per evidenziare i benefici del proprio prodotto in modo OGGETTIVO perché testato in laboratorio.**

Immagina di poter esporre sul packaging del tuo prodotto o sul sito web un bollino Zero Truffe (come quello che vedi in questa pagina) rilasciato dopo che *il Salvagente*, che da sempre combatte al fianco dei consumatori per proteggerli dagli imbrogli cui sono

Matteo Fago  
consegna  
a Zefferino  
Monini  
l'attestato di  
certificazione  
Zero Truffe  
per l'olio  
extravergine  
Granfruttato e  
Classico



costantemente esposti, ha effettuato una rigorosa analisi di laboratorio.

Magicamente la fiducia degli acquirenti aumenta vertiginosamente. Perché a parlar bene di un prodotto non è il produttore ma qualcuno che ha una storia di 30 anni dalla parte del consumatore.

Una storia che mette la sicurezza del consumatore al primo posto.

**Il Salvagente certifica con il bollino Zero Truffe solo i prodotti che superano i rigorosi test e le verifiche e che devono dare risultati molto migliori degli standard richiesti dalla legge.**

Qualunque sia il tuo prodotto o servizio valuta l'opportunità di inserire sul tuo packaging un bollino che renderà il tuo prodotto diverso da tutti gli altri e con cui la rivista leader nei test di laboratorio contro le truffe ai consumatori certifica che il tuo prodotto è sostanzialmente perfetto.

Inoltre il claim "Zero Truffe" squalifica nella mente del cliente tutti i tuoi competitor, facendo pensare implicitamente che se il tuo prodotto è zero truffe non è detto che lo siano gli altri.

**Attenzione però:** ottenere una certificazione Zero Truffe non è affatto semplice.

Prima di tutto il tuo prodotto deve **superare i nostri rigorosi test**. Inoltre, per potenziare l'efficacia della "distinzione" del tuo prodotto rispetto agli altri, limitiamo ad **un massimo di tre le certificazioni** che rilasciamo per categoria merceologica.

Su [www.zerotruffe.it/zampotta](http://www.zerotruffe.it/zampotta) trovi tutte le informazioni insieme ad un'offerta limitata riservata ai lettori di *Zampotta*

# CHE NON VOLI UNA MOSCA!

UNA DIFESA NATURALE PER L'AMBIENTE DOMESTICO,  
ADATTA A TUTTI GLI AMICI DI CASA E UTILE IN OGNI STAGIONE

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**



Con oltre cinquant'anni di esperienza nel mondo del pet, Pineta Zootecnici pone da sempre al centro della propria mission aziendale il benessere degli animali, proponendo risposte efficaci alle esigenze del consumatore finale.

Specializzata nell'ambito dell'ornitologia professionale con l'omonimo marchio e nel settore dei piccoli animali (roditori, piccoli mammiferi, uccelli, pesci, ecc.) con il brand *Pinny Pet*, l'azienda offre una vasta gamma di prodotti per l'alimentazione, la cura e l'igiene dei piccoli amici di casa. In particolare l'azienda si è concentrata nel realizzare una valida difesa contro zanzare, mosche, moschini e tutti quegli insetti che abitano le nostre case attirati dalla presenza di animali.

## NATURALMENTE EFFICACE

*Barriera* è un prodotto versatile che svolge molteplici funzioni:

- è una difesa naturale a base di sostanze vegetali in grado di allontanare insetti (mosche, tafani, zanzare, vespe, ecc.) ed ectoparassiti (zecche, pulci, acari, ecc.);
- il suo fresco profumo elimina i cattivi odori;
- ha proprietà balsamiche e deodoranti;
- i particolari oli essenziali contenuti sanificano l'aria degli ambienti in cui viene nebulizzato e aiutano a contrastare la propagazione di virus e batteri.

*Barriera* può essere utilizzato in tutti gli spazi della casa abitati dai nostri amici di zampa... o di ala: dalla cuccia del cane alla voliera dei pappagalli, dalle gabbie dei criceti ai box per cavalli. È inoltre un prodotto estremamente pratico e facile da usare: basta spruzzarlo nell'ambiente dove sono presenti gli animali o su stuoie, tappeti, brandine, cucce, colombaie, ecc. Non contiene gas o sostanze chimiche nocive alla salute dei pet, non macchia e non ha effetti collaterali.

## PER TUTTE LE STAGIONI

Grazie alla sua versatilità e molteplicità d'uso, *Barriera* riunisce in un unico prodotto la perfetta solu-

zione a diverse problematiche, in ogni periodo dell'anno. Nel corso dei mesi più caldi è particolarmente utile per contrastare la presenza di fastidiosi insetti e ridurre la frequenza di punture ed eventuali infestazioni ambientali da parassiti; durante la stagione fredda, grazie all'effetto balsamico, favorisce la respirazione purificando e sanificando l'aria. *Barriera* è il prodotto ideale per ogni abitazione in cui siano presenti animali. (G.P.)



## PET WORLD

### NO INSECT IN SIGHT

Natural defence for the house,  
suited for all pets and useful throughout the year

With over fifty years of activity in the pet sector, Pineta Zootecnici always focuses on the well-being of pets by providing effective solutions to the needs of final customers. The company is specialized in professional ornithology with its namesake brand, as well as in the sector of small animals (rodents, small mammals, birds, fish etc.) with *Pinny Pet* brand. The company offers a broad range of products for the diet, care and hygiene of small pets. In particular, the company focused on developing an effective defence against mosquitoes, flies, midges and all insects inhabiting houses where pets live in.

### NATURALLY EFFECTIVE

*Barriera* is a versatile product with various features:

- natural defence with vegetable substances capable to repel insects (flies, horseflies, mosquitoes, wasps etc.) and ectoparasites (fleas, ticks, mites etc.);
  - fresh scent that removes foul odours;
  - balsamic and deodorizing effect;
  - special essential oils sanitize the air where the product is sprayed and help fight the proliferation of virus and bacteria.
- Barriera* can be used in all areas pets or birds live in: dog cages or beds, aviaries, hamster cages and horse stalls. It is extremely handy and easy to use: just spray it in the environment pets live in and on carpets, beds, cages etc. It contains no gases or chemical substances dangerous for the health of pets; moreover, it does not stain and it does not have side effects.

### FOR THE WHOLE YEAR

Thanks to its versatile and multiple use, *Barriera* combines the perfect solution to various problems into a single product. During hot months, it is useful against annoying insects and to reduce bites or parasitic infestations. During the cold season it supports breathing by purifying and sanitizing the air thanks to the balsamic effect. *Barriera* is the best product for all houses where pets live in.



FANCON<sup>®</sup>food  
a family company

# I'm different™

natural superfood

## NATO PER DISTINGUERSI

Il rivoluzionario superfood liofilizzato  
crudo o congelato prodotto con  
ingredienti human grade.

human grade  
RAW  
100%  
CRUDO  
Ingredienti ad uso umano

FREEZE DRIED  
completi

RAW PEARLS  
completi

FREEZE DRIED  
snack

FROZEN  
congelati

FREEZE DRIED  
insaporitore

CROCCHETTE + FREEZE DRIED

Solo carni, frutta e verdura ad uso umano, lavorate in un'azienda alimentare. Il delicato procedimento di LIOFILIZZAZIONE permette di non cuocere gli ingredienti preservandone le loro caratteristiche naturali, rendendoli più salutari e più naturali. GRAIN-GLUTEN FREE  
LA SUA NUOVA WELL-BEING RAW EXPERIENCE!

Scopri tutta la gamma!

[imdifferent.eu](http://imdifferent.eu)



# FRA TRADIZIONE ED EVOLUZIONE

UNA NUOVA LINEA TOTALMENTE CRUDA DI SUPERFOOD LIOFILIZZATI E CONGELATI  
ISPIRATA ALLA DIETA NATURALE DEI CARNIVORI

"La passione per il food era già nel mio DNA, ancora prima che nascessi". Si presenta così Fabrizio Fancon, amministratore di FanconFood, che ha recentemente lanciato sul mercato una nuovissima linea di alimenti: *I'm different*, un marchio con prodotti innovativi.

Ma facciamo un passo indietro, alla storia della famiglia quando, a partire dagli anni '30, prima il nonno e poi il padre avviarono un'attività di generi alimentari, per poi lanciarsi sia nella produzione di alimenti zootecnici (Fancon spa) che nell'allevamento e nella commercializzazione di carni avicole destinate al consumo umano (Ilta srl). Nei primi anni '90, grazie anche alla disponibilità di queste carni fresche, nacque uno dei primi stabilimenti in Italia dedito alla produzione di alimenti secchi per cani e gatti con un particolare e innovativo processo, l'inserimento di carne fresca direttamente nelle crocchette: Nova Foods.

Una passione di famiglia quindi che porta Fabrizio Fancon, a inizio 2019, a focalizzare la produzione verso la linea *I'm different*. "L'emozione di lavorare con passione, il mio infinito amore per gli animali, per la loro salute e per gli ingredienti naturali e genuini hanno ispirato questa mia nuova linea totalmente cruda di superfood liofilizzati o congelati. Sono alimenti ancor più evoluti e soprattutto più salutarissimi e naturali per i nostri amici animali. Anche loro fanno parte della nostra famiglia, quindi perché non usare per loro gli stessi ingredienti che utilizziamo per noi?".

## NATA PER DISTINGUERSI

*I'm different* è una linea che vuole distinguersi proponendo alimenti più vicini possibili a una dieta naturale, prodotti con i migliori ingredienti. "Vogliamo produrre qualcosa di unico che i pet adoreranno" - commenta Fancon - "un'alimentazione di una qualità mai vista prima, per la loro salute e il loro benessere. Utilizziamo perciò ingredienti 100% human grade e li liofilizziamo. Li lavoriamo direttamente e totalmente nella nostra filiera alimentare, dalla ricezione al prodotto finito, esattamente come fosse un alimento umano. Siamo infatti l'unica azienda italiana e forse europea a produrre alimenti liofilizzati e congelati crudi per cani e gatti in uno stabilimento al 100% alimentare. Sono convinto che l'ingrediente più naturale sia il cibo crudo, che contiene antiossidanti, vitamine, enzimi, amminoacidi e minerali. Le carni crude sono proprio così, ciò significa che i nutrienti presenti sono completamente utilizzati dal sistema digestivo dell'animale. Per cani e gatti, che sono carnivori, una dieta di carne cruda rappresenta perciò il perfetto pasto completo ed equilibrato. Abbiamo scelto la liofilizzazione perché è un processo di essiccazione a freddo lento e leggero, che permette di non "cuocere via" i nutrienti vitali, di preservarne le vitamine e gli amminoacidi e ottenere così un cibo più salutare. Questo metodo assicura quindi un prodotto meno elaborato, più facilmente digeribile, ricco di sostanze nutritive e di grande gusto. A differenza delle crocchette che vengono cotte ad alta pressione e con calore estremo, i nostri alimenti liofilizzati sono lavorati delicatamente, un piccolo lotto volta per volta, consentendo di mantenere più freschezza e il loro valore nutrizionale.

Il segreto delle nostre ricette inoltre sta nei loro pochi e selezionati ingredienti lavorati quanto basta, al minimo, per dare una nuova forma. Non aggiungiamo coloranti o conservanti artificiali e le ricette sono senza cereali, glutine e OGM free. Quindi assomigliano più strettamente alla dieta che la natura propone".

**I'm different**  
natural superfood

## Ingredienti 100% human grade

Nelle ricette *I'm different* sono utilizzati ingredienti per l'alimentazione umana, 100% human grade, lavorati direttamente e totalmente nella filiera alimentare, dalla loro ricezione al prodotto finito. Le materie prime sono di eccellenza a partire dalle carni (pollo, tacchino, anatra, trota salmonata, maiale, cinghiale, agnello, vitello e coniglio) e dalle verdure (carote, cicoria, friarielli, porri, sedano, spinaci, zucchine, ecc.), per arrivare ai legumi verdi freschi (piselli e fagiolini) e alla frutta (ananas, mirtilli, more, albicocche, pesche, kiwi, banane, mele, pere, fichi, lamponi, mango, papaya). I fornitori sono gli stessi dei prodotti che troviamo nei negozi di alimentari quando andiamo a fare la spesa per noi.

## 100% human grade ingredients

*I'm different* recipes contain only 100% human grade ingredients entirely and directly processed in the company plants. Raw ingredients are top quality, starting from the meats (chicken, turkey, duck, rainbow trout, pork, boar, lamb, veal and rabbit) and the vegetable (carrots, chicory, broccoli raab, leeks, celery, spinach, courgettes, ecc.), fresh green pulses (peas and green beans) and fruit (pineapple, blueberries, blackberries, apricots, peaches, kiwi, bananas, apples, pears, figs, raspberries, mango, papaya). Suppliers are the same of those products we purchase in a grocery store.



### Eco-friendly, pack totalmente riciclabile

La qualità viene veicolata anche attraverso l'immagine del nuovo packaging: fresca, accattivante e sempre elegante. E soprattutto riciclabile. Il progetto I'm different si considera innovativo anche nella visione del materiale usato per le confezioni, che segue la strada dell'ecosostenibilità utilizzando un pack Eco-friendly che si può raccogliere e quindi riciclare al 100% assieme alla plastica.

### Completely recyclable and eco-friendly pack

Also the new packaging communicates the quality of the product: fresh, appealing and always elegant. And, most importantly, recyclable. The I'm different project is innovative also for the materials used for the packaging, sustainable and Eco-friendly, as it can be disposed and 100% recycled with plastic.

### MENU SPECIALE, VARIO E MAI NOIOSO

La nuova linea I'm different comprende alimenti completi liofilizzati a base di carne con verdure e frutta fresca, snack liofilizzati di sola carne fresca, insaporitori o topper liofilizzati, alimenti completi congelati a base di carne e con frutta e verdure proposti in squisissimi bocconcini (morsel) e infine bocconcini di carne liofilizzata aggiunti alle crocchette (Raw Pearls).

Il proprietario potrà così ogni giorno preparare un menu speciale, vario e non noioso, potendo inoltre servire gli alimenti completi Freeze Dried tali e quali, oppure reidratarli con acqua per ottenere un cibo fresco dal gusto eccezionale. Può mescolare il topper alle abituali crocchette, ottenendo un piatto saporitissimo e mai monotono, oppure scegliere i treats liofilizzati, a base di una sola fonte animale monoproteica. Può utilizzare i Frozen congelati per una dieta che imita da vicino le abitudini alimentari ancestrali come in natura oppure optare per Raw Pearls, un abbinamento di crocchette grain free e squisiti bocconcini di carne cruda liofilizzata.

### È L'ORA DELLO SPUNTINO

Gli snack per cani sono alimenti complementari monoproteici liofilizzati con il 98% di sola vera carne. L'integrazione con Vitaberry Plus®, miscela naturale di frutti rossi a elevato potere antiossidante, aiuta a dare un contributo concreto alla salute e al benessere.

Gli snack possono esserne gustati tali e quali o mescolati alle abituali crocchette per soddisfare i palati più capricciosi. Disponibili nei gusti: Pollo, Tacchino, Anatra, Trota, Maiale, Cinghiale nel formato da 40 g.

Gli snack monoproteici liofilizzati per gatti sono prodotti con il 98% di sola vera carne e integrati con Hibiscus® (ibisco), estratto totalmente naturale e innovativo che offre un valido aiuto alla salute delle vie urinarie. Possono essere consumati tali e quali o mescolati alle abituali crocchette per soddisfare i palati più esigenti. Disponibili nei gusti: Pollo, Tacchino, Trota, Anatra nel formato da 40 g.

### CATS & DOGS

#### BETWEEN TRADITION AND EVOLUTION

A completely raw line of freeze dried and frozen superfoods, based on the natural diet of carnivores

Fabrizio Fancon, managing director of FanconFood, introduced himself by saying: "Passion for food was in my DNA, even before I was born". The brand recently launched a brand new line of foods: I'm different, with innovative products.

But this is a family history, started when in the 30's the grandfather first, and then the father started a business selling groceries, and then decided to start manufacturing foods for livestock (Fancon spa), as well as breeding and marketing poultry meat for human consumption (Ilta srl). In the early 90's, also thanks to those fresh meats, they built one of the first plants in Italy for the production of dry foods for dogs and cats with a special and innovative process, the injection of fresh meat directly into the kibbles: Nova Foods.

A family passion that led Fabrizio Fancon, in early 2019, to focus the production on the I'm different line. "Working with passion, my love for animals and their health and for genuine natural ingredients were the inspiration for this new line of completely raw, freeze dried or frozen superfoods. These foods are a step ahead, and most importantly healthier and more natural for our furry friends. They are part of the family, so why not using for them the same ingredients we use for ourselves?".

#### CREATED TO STAND OUT

The I'm different line strives to stand out with foods that resemble as close as possible a natural diet, made with the best ingredients. "We want to make something unique that pets are going to love" - says Fancon - "a diet with an unprecedented quality, for their health and wellbeing. That's why we use 100% human grade ingredients and we freeze-dry them. We process them directly and entirely in our plants, just as if they were a food for humans. We are the only company in Italy, and possibly in Europe, to make freeze dried and frozen foods for dogs and cats in a 100% food plant. I firmly believe that the most natural ingredient is raw food, with its antioxidants, vitamins, enzymes, aminoacids and minerals. That's how raw meat is, which means that all nutrients are entirely used by the digestive system of the animal. A raw meat diet is the perfect, complete and balanced meal for dogs and cats, as they're both carnivores.

We choose freeze-drying because it a slow and light cool-drying process, that doesn't "cook away" those vital nutrients, preserving vitamins and aminoacids and resulting in a healthier food. This method ensures the product has been processed less, it's easier to digest, brimming with nutrients and tasty. Unlike kibbles that are pressure cooked with extreme temperatures, our freeze-dried foods are processed gently, little by little, therefore preserving freshness and nutrients.

The secret behind our recipes lays in few selected ingredients that are processed just enough. We do not add any artificial colourings or preservatives, and our recipes are free from grain, gluten or GMO therefore strictly resembling the diet provided by Nature".

#### A SPECIAL MENU, VARIED AND NEVER BORING

The new I'm different line includes complete freeze-dried foods with meat and fresh vegetables and fruit, freeze-dried snacks only made with fresh meat, seasonings or freeze-dried toppers, completely frozen foods with meat, fruits and vegetables in delicious morsels, and freeze dried meat morsels added to kibbles (Raw Pearls).



# COMPLETI



## IL MENU DELL'ASTRONAUTA

Freeze Dried Mix or Meal per cani mini size, sono cibi completi liofilizzati monoproteici a base di carne, verdura, frutta, vitamine e minerali che offrono tutti i vantaggi di una dieta cruda. Possono essere usati come pasto completo (meal) semplicemente reidratandoli con acqua ottenendo un piatto nutriente, completo e naturale come in origine, oppure si possono mischiare (mix) alle abituali crocchette per un pasto più nutriente e soprattutto golosissimo.

Sono praticissimi anche in viaggio, leggerissimi come il cibo dell'astronauta: 30 g di liofilizzato, infatti, corrispondono a 100 g di prodotto fresco. Sono integrati con antiossidanti naturali: Vitaberry Plus®, miscela di frutti rossi (semi d'uva, mirtillo selvatico, fragola, amarena, mirtillo nero, mirtillo rosso, lampona, prugna) dall'elevato potere antiossidante, per la salute e il benessere; e yogurt fresco, prezioso alleato per il corretto funzionamento dell'apparato gastrointestinale grazie ai suoi principi attivi "vivi".

Sono disponibili nei gusti: *Mix or Meal Pollo, Carote, Mele; Mix or Meal Anatra, Piselli e Pere; Mix or Meal Tacchino, Zucchine e Pere; Mix or Meal Trota, Piselli e Mele*, nel formato da 300 g.

## UN'ESPLOSIONE DI SAPORI

Aggiunti alle abituali crocchette, i *TastExplosion* aumenteranno il gusto e le renderanno un pasto ricco e saporito.

Sono degli insaporitori liofilizzati granulari a base di sola carne o solo pesce, consigliati soprattutto per cani e gatti con palati capricciosi, inappetenti o che vivono un periodo di convalescenza in seguito a malattia o interventi chirurgici. Disponibili nei gusti: *TastExplosion Pollo e TastExplosion Trota* nel formato da 8 g.

## EQUILIBRIO PERFETTO TRA GUSTO, PIACERE E BENESSERE

*Raw Pearls* nella gamma per cani toy e mini size e in quella per gatti sono alimenti completi e monoproteici che abbinano crocchette grain free ad alto valore proteico alla filosofia dell'altissima qualità dei bocconcini di carne o pesce crudo liofilizzato, per ottenere un mix estremamente gustoso che segue l'istinto ad alimentarsi con il crudo.

Nella gamma per cani i bocconcini sono completati con l'aggiunta di Vitaberry Plus®, miscela di antiossidanti naturali e yogurt fresco, ricco di probiotici, prezioso alleato dell'apparato gastrointestinale. Disponibili nei gusti: *Raw Pearls Maiale + Bocconcini di Carne cruda di Maiale liofilizzata e Raw Pearls Salmone + Bocconcini di Trota cruda liofilizzata*, nel formato da 800 g.

Nella gamma per gatti, i bocconcini sono integrati con Hibiscus® (ibisco), che aiuta a preservare la salute delle vie urinarie, e yogurt fresco. Disponibili nei gusti: *Raw Pearls Pollo + Bocconcini di Carne cruda di Pollo liofilizzata e Raw Pearls Salmone + Bocconcini di Trota cruda liofilizzata*, nel formato da 400 g.

## Uno stabilimento produttivo tutto alimentare

Il sito produttivo di FanconFoods, di concezione funzionale e lineare, lo rende tecnologicamente all'avanguardia nel settore e garantisce lavorazioni capaci di esaltare le materie prime che impiega e la perfetta qualità e igienicità del prodotto.

La struttura è dotata di innovative linee di produzione, alti standard qualitativi e rigorosi controlli, e tutta la produzione è realizzata a una temperatura controllata in ambienti asettici a 10 °C. Nell'impianto sono presenti sistemi di telecontrollo delle temperature e allarmi, qualsiasi possibile anomalia viene registrata e segnalata telefonicamente per garantire il massimo controllo della salubrità delle materie prime e dei prodotti finiti. Il processo mantiene tutta la catena del freddo, per uno standard qualitativo di altissimo livello, le materie prime non sono mai cotte per preservare la loro integrità nutrizionale. Lo stabilimento è certificato ISO 22000 e si sta già lavorando per ricevere la certificazione IFS (International Food Standard) e FDA (Food and Drug Administration). La struttura è flessibile e orientata anche alla produzione di private label.

## A production plant for food only

FanconFoods, production plant is functional and linear as well high tech and able to ensure a manufacturing process that emphasises the raw ingredients, and the quality and hygiene of the product.

The plant features innovative production lines, high quality standards and strict monitoring, and production happens in a temperature controlled (10 °C), aseptic environment. It also features remote controlled systems to monitor temperatures and alarms, any possible anomaly is registered and flagged by phone to ensure the utmost control of the wholesomeness of raw ingredients and finished products. The process maintains the whole cold chain, for a top quality standard, and raw ingredients are never cooked to preserve their nutritional integrity. The plant is ISO 22000 certified and is obtaining the IFS (International Food Standard) and FDA (Food and Drug Administration) certifications. The structure is flexible as well as also oriented towards the production of private labels.

## Cos'è la liofilizzazione?

Sempre più persone sono consapevoli dell'importanza dei cibi sani e scelgono perciò di alimentare sé stessi e il proprio pet con prodotti naturali e senza conservanti. Per questo sono molto apprezzati i vantaggi della liofilizzazione, un innovativo metodo che permette di eliminare delicatamente e lentamente l'acqua dagli alimenti freschi, senza cuocerli, consentendo di conservarli in modo naturale. Gli alimenti preparati vengono dapprima congelati a una temperatura di -50 °C, poi con un potente sottovuoto e un leggero riscaldamento l'acqua viene estratta per sublimazione. Una volta che gli alimenti raggiungono un contenuto di umidità inferiore al 4%, sono completamente liofilizzati.

Rispetto ai classici metodi di cottura rapidi e con calore estremo come l'estrusione, il processo di liofilizzazione è molto lungo, circa 20 ore, e consente di "bloccare" i nutrienti presenti senza cuocere gli ingredienti. Il vantaggio è di rendere i cibi più sani e naturali. Grazie alla totale disidratazione gli ingredienti mantengono inalterate le loro proprietà nutritive e organolettiche, vitamine e sali minerali, gusto e profumo. Non c'è perciò bisogno di aggiungere conservanti artificiali. Inoltre la fine frammentazione agevola i processi digestivi rendendoli adatti soprattutto all'alimentazione dei bambini e dei nostri amici a quattro zampe. Come si consumano? È semplicissimo, basta infatti ricostituire gli alimenti liofilizzati con acqua per ottenere un cibo completo, pratico e nutriente. L'alimento tornerà al suo stato naturale e sarà subito biodisponibile. Inoltre anche la conservazione nel tempo risulta maggiore e le confezioni sono leggerissime.

In media acquistando 30 g di prodotto liofilizzato, una volta reidratato, si otterranno 100 g di prodotto fresco.

## What is freeze-drying?

Awareness on the importance of healthy food keeps increasing, and is behind the increased popularity of natural foods free from preservatives. That's why freeze-drying is so popular, it's an innovative method that eliminates water slowly and gently from fresh foods, without cooking them, and making it possible to preserve them naturally. Initially, foods are frozen at -50 °C, then with a powerful vacuum and a light heating water is extracted by sublimation. Once the moisture content is below 4%, they are completely freeze-dried.

When compared to traditional cooking methods with extreme heat such as extrusion, freeze-drying takes a very long time, about 20 hours, and "blocks" nutrients without cooking ingredients. The resulting foods are healthier and more natural. By being completely dehydrated, ingredients preserve their nutritional and organoleptic characteristics, as well as vitamins, minerals, flavour and aroma. Therefore there's no need to add artificial preservatives. The fine fragmentation supports digestion making it suitable for babies and for our furry friends. To eat them they only need to be rehydrated with water to get a complete, practical and nourishing food. They are preserved for a longer time, and packs are very light.

On average, 30 g of freeze dried product correspond to 100 g of fresh product.

Owners will be able to prepare a different and varied menu each day, either serving the *Freeze Dried* foods as they are, or rehydrating them with water to get a fresh and tasty fresh food. Topper can be mixed to kibbles, or why not choosing the freeze-dried and single protein treats? Owners can also opt for *Frozen* foods for an ancestral diet, or for the *Raw Pearls*, a combination of grain free kibbles and delicious nuggets of raw, freeze-dried meat.

### IT'S SNACK TIME

Dog snacks are freeze-dried single protein foods with 98% real meat. Supplemented with Vitaberry Plus®, a natural blend of highly antioxidant red berries to support health and wellbeing. Snacks can be eaten as they are or be mixed to kibbles to satisfy picky eaters. Available in the varieties: *Chicken, Turkey, Duck, Trout, Pork, Boar* in 40 g packs.

Single protein freeze-dried snacks for cats are made with 98% real meat supplemented with Hibiscus®, a completely natural innovative extract that supports health of the urinary tract. They can be eaten as they are or be mixed to kibbles to satisfy picky eaters. Available in the varieties: *Chicken, Turkey, Trout, Duck*, in 40 g packs.

### ASTRONAUTS MENU

*Freeze Dried Mix or Meal* are complete single protein, freeze-dried foods for mini size dogs, made with meat, fruit, vegetables, vitamins and minerals with all the benefits of a raw diet. They can be used as a complete meal by rehydrating them with water for a complete and natural meal, or they can be mixed to kibbles for a yummy and nourishing meal.

Very practical when travelling and as light as astronauts food: 30 g of freeze-dried product equal 100 g of fresh product. Supplemented with natural antioxidants: Vitaberry Plus®, a blend of highly anti-oxidant red fruits (grape seeds, wild bilberries, strawberries, sour black cherries, blueberries, cranberries, raspberries, prunes) that support health and wellbeing; and fresh yoghurt that supports gastrointestinal functions with its "live" active ingredients.

Available in the varieties: *Mix or Meal Chicken, Carrots, Apples; Mix or Meal Duck, Peas and Pears; Mix or Meal Turkey, Courgettes and Pears; Mix or Meal Trout, Peas and Apples*, in 300 g packs.

### AN EXPLOSION OF FLAVOURS

Added to kibbles, *TastExplosion* will boost flavour for a rich and tasty meal. Freeze-dried seasonings in granules made with only meat or only fish, especially recommended for fussy dogs or cats, lacking appetite or recovering from illness or surgery. Available in the varieties: *TastExplosion Chicken* and *TastExplosion Trout* in 8 g packs.

### PERFECT BALANCE BETWEEN TASTE AND WELLBEING

The toy and mini size dogs range, and in that for cats, include *Raw Pearls*: complete, single protein foods that combine high protein, grain free kibbles to the premium quality of the freeze-dried meat or fish morsels, for an incredibly delicious mix.

The dog range is supplemented with Vitaberry Plus®, a mix of natural antioxidants and fresh yogurt, loaded with probiotics, a valuable ally of the gastrointestinal apparatus. Available in the varieties: *Raw Pearls Pork + raw, freeze-dried Pork meat, and Raw Pearls Salmon + raw, freeze-dried Trout*, in 800 g packs.

The cat range is supplemented with Hibiscus®, to help preserve urinary tract and fresh yogurt. Available in the varieties: *Raw Pearls Chicken + raw, freeze-dried Chicken meat, and Raw Pearls Salmon + raw, freeze-dried Trout*, in 400 g packs.

### HEALTH NUGGETS

*Frozen Nuggets* are easy to defrost and can be served raw or cooked. An innovative balance between flavour and wellbeing.

Complete frozen raw foods, single protein and made with meat, vegetables, fruit, vitamins and minerals and supplemented with Vitaberry Plus®, a mix of natural antioxidants and fresh yogurt for the range for mini size dogs, and with Hibiscus® to help preserve urinary tract and fresh yogurt for cats. Available in 800 g packs for dogs in the varieties: *Frozen Nuggets Chicken, Carrots, Apples; Frozen Nuggets Duck, Peas and Pears; Frozen Nuggets Turkey, Courgettes and Pears; Frozen Nuggets Trout, Peas and Apples*. Available in 500 g packs for cats in the varieties: *Frozen Nuggets Chicken, Carrots and Apples and Frozen Nuggets Trout, Peas and Apples*.

## COMPLETO RAW FROZEN CONGELATO



## PEPITE DI SALUTE

I *Frozen Nuggets* sono squisissimi bocconcini, delle singole "pepite", facili da scongelare e da servire crude o cotte.

Un'innovativa esperienza in equilibrio perfetto tra gusto, piacere e benessere.

Si tratta di alimenti completi congelati crudi, monoproteici a base di carne, verdura, frutta, vitamine e minerali e integrati con Vitaberry Plus®, miscela di antiossidanti naturali e yogurt fresco per la gamma dedicata ai cani mini size, e con Hibiscus® (ibisco) che aiuta a preservare la salute delle vie urinarie e yogurt fresco per il gatto. Disponibili per il cane nel formato da 800 g, nei gusti: *Frozen Nuggets Pollo, Carote, Mele; Frozen Nuggets Anatra, Piselli e Pere; Frozen Nuggets Tacchino, Zucchine e Pere; Frozen Nuggets Trota, Piselli e Mele*. Disponibili per il gatto nel formato da 500 g, nei gusti: *Frozen Nuggets Pollo, Carote e Mele e Frozen Nuggets Trota, Piselli e Pere*. (A.C.)

# fisioterapia & riabilitazione

a cura della Dott.ssa Sally Mascaro



Sally Mascaro  
BODY PET - Centro di riabilitazione  
e toelettatura professionale  
[www.bodypet.it](http://www.bodypet.it)  
[bodypet2@gmail.com](mailto:bodypet2@gmail.com)

## ALIMENTAZIONE E FISIOTERAPIA

L'artrosi, la ben nota patologia ortopedica a carico delle articolazioni molto diffusa fra la popolazione mondiale, può colpire anche gli animali e in particolar modo i cani. Si tratta di un processo degenerativo che causa un graduale deterioramento delle cartilagini articolari e che compromette la struttura e la funzionalità di muscoli e legamenti. Può non manifestarsi da subito in modo evidente e presentarsi improvvisamente con zoppia, malposture o dolore localizzato nel movimento o alla palpazione. Nei cani colpisce una percentuale altissima di soggetti, più del 20% oltre l'anno di vita, e si fa più aggressiva con l'avanzare dell'età. Tuttavia i fattori che possono predisporre l'animale sono molteplici, dal tipo di razza ai fattori genetici, da traumi scatenanti, come la rottura dei legamenti crociati, ad alterazioni della struttura cellulare di tessuti e organi, come la displasia.

## L'OBESITÀ E L'IMPORTANZA DI UNA DIETA CORRETTA

Una delle principali cause predisponenti è l'obesità. Il problema principale è che per quanto riguarda l'uomo chiunque è abituato a osservare un individuo e sa valutare, in base a canoni generalmente condivisi, se è grasso o magro sui piani dell'estetica o della salute. Per l'animale domestico invece è tutto più complicato perché il pelo, ancor più nei cani e nei gatti a pelo lungo, tende a nascondere o camuffare la conformazione corporea. Il pet non tende inoltre ad accumulare peso e a "mettere su pancia", e quando questo accade è già ben oltre il limite di guardia e già classificabile come soggetto obeso. La prevenzione in questo senso è essenziale.

Non va dimenticato che anche sotto il profilo psicologico è ben più difficile mettere a dieta l'animale in caso di emergenza che controllarne con buonsenso l'alimentazione fin da principio impostandola come parametro per un corretto stile



# Pronature<sup>®</sup>

## Holistic



MADE IN  
FAIT AU CANADA

FAMILY-OWNED | ENTREPRISE FAMILIALE



ZOOMARK 2019  
INTERNATIONAL  
PAD. 25  
STAND CANADA PAVILION - B49

*Simply natural!*



**Solo il meglio che la natura può offrirgli!**

50 1969 2019  
PLB  
INTERNATIONAL

Pronature Holistic è una linea di alimenti per cani e gatti completamente naturale sviluppata seguendo i principi dell'alimentazione olistica e biologica. Carni di qualità come primo ingrediente ed elementi nutraceutici a supporto dei fabbisogni nutrizionali specifici dell'animale garantiscono un'ottima digeribilità e un'assimilazione completa di tutti gli elementi nutritivi necessari al completo benessere del vostro migliore amico.

*Pronature Holistic non contiene sottoprodotti né additivi chimici o artificiali.*

NEI MIGLIORI NEGOZI SPECIALIZZATI

distributore esclusivo

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

**DISEGNAGROUP**

[www.petschoice.it](http://www.petschoice.it) - [info@disegnagroup.it](mailto:info@disegnagroup.it) - Tel. 0424 471424

NATURE'S  
AWESOMENESS  
UNLEASHED



di vita. È importante quindi non rivolgersi al medico veterinario solo in caso di necessità o malattia, ma sottoporre l'animale a controlli preventivi periodici. Alla luce di queste considerazioni per prevenire o trattare le forme di artrosi è molto importante scegliere per il cane e il gatto un'alimentazione adeguata -

priva di grassi e zuccheri, privilegiando un alto contenuto di proteine e la minor quantità di scarti - scegliendo le marche e le tipologie più adeguate al singolo caso, facendo molta attenzione ai componenti occulti e imparando a leggere le etichette. Ottimo anche l'uso di integratori, a patto che siano di marchi affidabili e prescritti con competenza.

Nel trattamento della patologia è particolarmente indicata anche la riabilitazione. Gli esercizi passivi e strumentali consentono di contrastare il dolore e l'infiammazione, con esercizi attivi e più dinamici - come l'underwater treadmill, gli ostacoli e molto altro ancora, senza pratiche coercitive ma coinvolgendo l'animale in attività piacevoli che lo vedano partecipativo e collaborante - è possibile agire su sovrappeso e obesità. La sinergia fra alimentazione e fisioterapia è cruciale per stimolare l'animale a vincere la sedentarietà. I proprietari che ne hanno il tempo possono optare per una dieta casalinga a base di alimenti freschi, preparando la ciotola personalmente e arricchendola di integratori mirati.



## IL TRATTAMENTO DELL'ERNIA DEL DISCO

Alimentazione e fisioterapia sono estremamente efficaci anche nel trattamento dell'ernia del disco, patologia degenerativa che colpisce i dischi intervertebrali provocando anche danni e compressione a carico del midollo spinale e che in molti casi limita la mobilità.

Il trattamento riabilitativo dovrà essere mirato, controllato e attento, distinguendo fra protrusioni ed estrusioni anche di natura post-operatoria e facendo attenzione a non creare danni ulteriori. La fisioterapia si articolerà in una fase passiva di potenziamento muscolare, importantissima per incrementare i muscoli e rinforzare la corporatura, e in una fase di trattamento attivo per stimolare la propriocezione e l'equilibrio. Anche in questo caso il cibo, secco o umido, dovrà contenere una quantità minore di carboidrati e privilegiare le fibre che stimolando il tratto intestinale contribuiscono a controllare il peso, contrastare la stasi dei materiali di scarto e distendere la conformazione fisiologica dell'addome perché l'animale assuma e mantenga una postura corretta.

È bene ricordare infine che impostare una sana alimentazione non comporta più costi o più impegno e che non è come si crede una scelta "cara e non per tutti". Al contrario la prevenzione è la scelta più oculata e conveniente anche dal punto di vista economico. I negozi specializzati propongono oggi una vasta gamma per tutte le tasche e optare a monte per un'attenta selezione del cibo e della dieta può evitare di dover correre ai ripari sostenendo costi imprevisti.



**INNOVAZIONE E RIVOLUZIONE NEL MONDO DEL PET FOOD**



**PROFESSIONAL**  
Pet food per allevatori professionisti

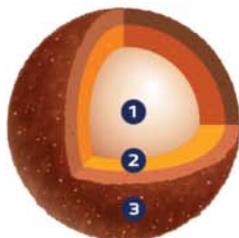
**Pettys**  
SELECTED SUPERPREMIUM  
by MSM

**Playdog**  
Complete dog food

Grazie alla rivoluzionaria Crocchetta 3+, la qualità degli alimenti è determinata dal processo produttivo che garantisce la trasformazione degli ingredienti senza alterarne le caratteristiche nutrizionali, preservandone le proprietà organolettiche e nutritive. Il risultato sono alimenti realmente sani, studiati su misura per taglia, età e esigenze specifiche.

**I nostri punti di forza: alta qualità dei nostri prodotti, rispetto per le materie prime, ingredienti tracciabili e selezionati, processo produttivo che esalta benessere, gusto e prelibatezza.**

**CROCCHETTA 3+**



**1 Energia 2 Nutrimento 3 Gusto**

le nuove linee **Pettys e Play Dog** sono disponibili nei migliori negozi specializzati per dare il meglio ai nostri amici a quattro zampe.

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

seguici su:



**VI ASPETTIAMO A  
ZOOVET 2019  
INTERNATIONAL  
HALL 30-stand B69-B71**

# pet app

## QUANDO IL GATTO SI FA UN SELFIE

Una sfera rossa si muove sullo schermo dello smartphone e se la zampa del micio entra in contatto con lo schermo scatta la foto

Se il micetto si avvicina al telefonino e gioca con la zampetta, non sgridarlo! Anzi, lascialo fare un selfie!

Certo! Grazie a una nuova applicazione, sullo schermo scuro dello smartphone appare una pallina rossa, il gatto la segue con la zampa fino ad attivare la fotocamera del telefono.

Scatta così il selfie felino.

Quella che vi presentiamo in queste pagine non è un'app di utilità - come tante altre dedicate al mondo degli animali da compagnia presentate nei numeri scorsi di *Zampotta* - ma un'applicazione di puro divertimento e condivisione, una delle più simpatiche e apprezzate dai proprietari pet.

Si chiama *Cat Snaps* e permette al micio di casa di scattarsi un autoritratto.



## SFUOCATE O MOSSE, MA UNICHE E DIVERTENTI

*Cat Snaps*, indicata sia per dispositivi iOS che Android, per telefono e per tablet, fa in modo che il gatto possa scattare foto di sé stesso con le sue stesse zampe!

Funziona così: sullo schermo si muove un pallino rosso, richiamo irresistibile per il micio che, curioso com'è, viene indotto a ispezionare con il tatto la superficie dello smartphone o del tablet. E quando preme lo schermo con la zampa, la fotocamera anteriore scatta e lo immortalata. Certo, potrà capitare di fare foto sfuocate, controluce o mosse, ma sicuramente saranno uniche e divertenti.

E per moltiplicare il divertimento si possono anche cambiare i "bersagli" e la lucina si può trasformare in un topo o un insetto o altro ancora, costantemente in movimento.

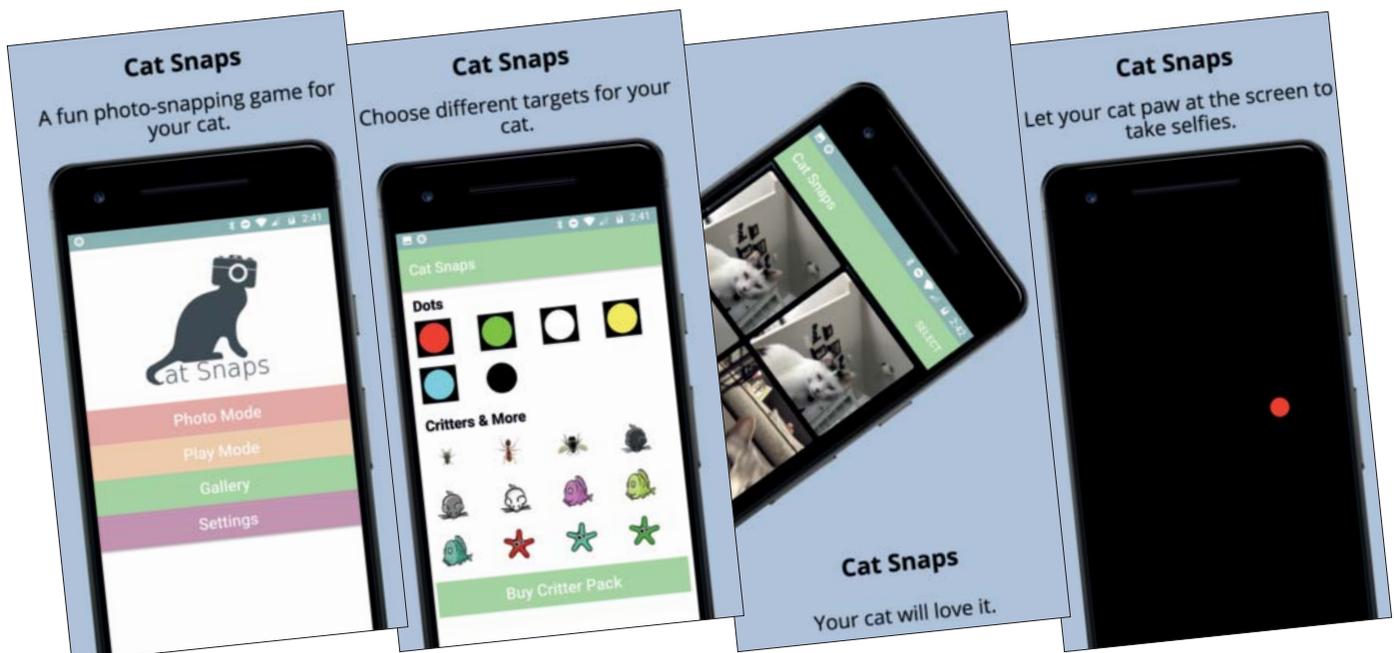
Il proprietario pet vedrà che alcuni di questi scatti sono casuali, altri perfettamente a tempo, ma tutti esilaranti! Sono la prova che i gatti possono sorprendervi in qualsiasi momento e con loro è impossibile annoiarsi.

## UN MONDO DA CONDIVIDERE

Le immagini vengono salvate nel dispositivo ed è possibile rivedere gli scatti quando il micio si sarà stufato di inseguire la sfera rossa e di farsi immortalare.

Poi ovviamente, non si possono non condividere le immagini più strane e divertenti con gli appassionati del mondo felino. Sui social Facebook e Instagram la community di *Cat Snaps* conta ogni giorno sempre più utenti da tutto il mondo. E si scoprono mici veri maestri nel mettersi in posa, mentre altri, proprio come accade ad alcuni di noi, non imparano mai e mostrano facce frastornate e stranite.

Inutile dire che *Cat Snaps* è ideale anche per neonati e bambini piccoli, che magari possono fare a gara con il gatto di casa per il selfie più bello e divertente!



UNO STRUMENTO  
PROFESSIONALE,  
COMPETENTE, E ALLO  
STESSO TEMPO  
CHIARO E SEMPLICE  
PER EDUCARE E  
INDURRE  
ALL'ACQUISTO

# Visto su Zampotta TV



Ormai dal mese di agosto dello scorso anno è online il canale YouTube della nostra rivista e già diversi negozianti ci hanno segnalato di avere ricevuto richieste da parte di proprietari pet di alcuni prodotti visti su *Zampotta TV*. Ebbene sì, possiamo dire con orgoglio che la nostra scommessa è stata vinta!

## DARE CONSIGLI E SUGGERIMENTI

Come ben sanno i nostri lettori, l'obiettivo di *Zampotta TV* è duplice: da un lato informare, dall'altro indurre all'acquisto.

È importante, prima di tutto, che i proprietari pet siano sempre più consapevoli di quanto sia fondamentale nel rapporto con il loro amico animale adottare comportamenti responsabili sia nei suoi confronti che verso le altre persone della famiglia e della società.

Proprio per questo i video di *Zampotta TV* sono stati progettati con un'ampia parte informativa ed educativa, in modo da dare consigli e suggerimenti sui comportamenti da adottare, soprattutto in alcuni casi specifici che riguardano la salute e il benessere.

Ma perché i proprietari guardano proprio *Zampotta TV*? La risposta è semplice. Tutti siamo bombardati ogni giorno da notizie di ogni genere che giungono dal web, ma non sempre è facile distinguere i contenuti utili da quelli superflui o addirittura dalle fake news.

L'utente ha capito che sul nostro canale YouTube può trovare informazioni davvero valide, frutto dell'esperienza acquisita dalla nostra rivista in oltre 35 anni di attività nel mondo pet.

## LA SOLUZIONE A PICCOLI E GRANDI PROBLEMI

Diventa quindi quasi naturale che la fiducia maturata dal proprietario nei confronti di *Zampotta TV* possa indurlo a cercare nei negozi specializzati proprio i prodotti di cui si spiegano le caratteristiche e si sottolineano i requisiti.

Oggigiorno il consumatore chiede al mercato, anche per i suoi amici a quattro zampe, prodotti sempre più utili e performanti, in linea con quello che compra per sé stesso e per la sua



famiglia. Non a caso infatti gli animali sono definiti ormai membri a tutti gli affetti del nucleo familiare.

*Zampotta TV* seleziona argomenti e prodotti molto specifici, in grado di creare forte impatto, ma soprattutto di proporre la soluzione ai problemi, piccoli e grandi, che ci si trova ad affrontare quasi ogni giorno.

Con i video di *Zampotta TV*, curati dal direttore della rivista Cristina Mandaglio, gli utenti hanno la possibilità di capire meglio i loro amici pet, le ragioni dei loro comportamenti e come risolvere alcune situazioni.

Che si parli di giochi, vacanze, alimentazione, lettieri, ogni video diventa uno strumento professionale, competente e allo stesso tempo chiaro e semplice, utile a tutti: ai proprietari pet, ai negozianti e alle aziende.



[www.zampotta.it/zampottatv](http://www.zampotta.it/zampottatv)  
[www.domandeazampotta.it](http://www.domandeazampotta.it)



<https://www.youtube.com/zampottatv>



# Trova negozio by Zampötta

## È la sorpresa per te che sei un negoziante!

*Zampötta*, da sempre la rivista di riferimento per la tua attività, ti offre il nuovo servizio **TROVA NEGOZIO** attivo sul sito [www.zampotta.it](http://www.zampotta.it). Un servizio esclusivo, personalizzato e **GRATUITO** che mette in contatto diretto i suoi abbonati (proprietari di pet shop) e la loro clientela.

**TROVA NEGOZIO** è una mappa dinamica di tutto il territorio italiano collegata a **Google Maps** che permette a ogni consumatore di trovare il pet shop più vicino. Il cliente finale ha così la possibilità di individuarti più facilmente e avere tutte le informazioni relative al tuo negozio e ai prodotti disponibili.

### **Questo significa che tu negoziante:**

- non avrai più problemi a farti trovare
- acquisirai nuovi clienti nella tua zona

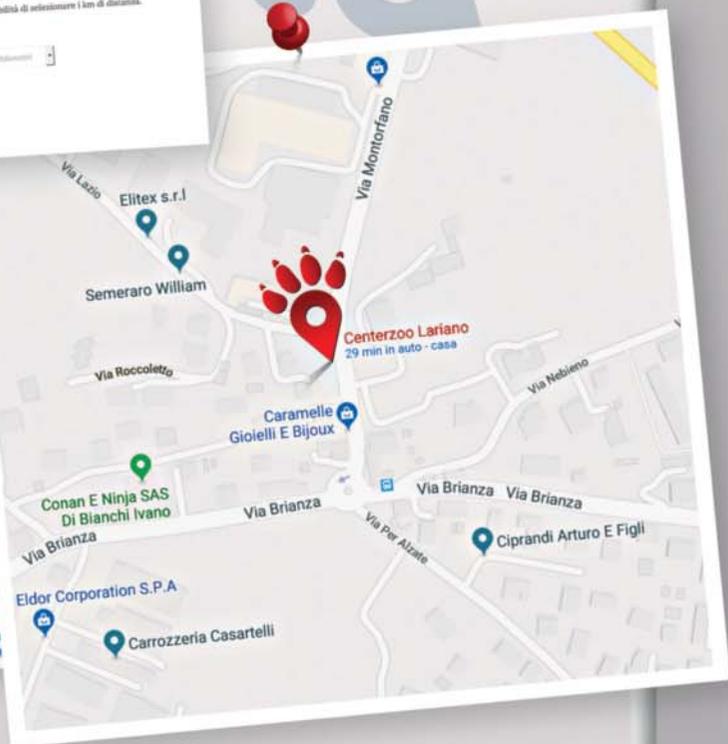


Visita subito il sito [www.zampotta.it/trovanegozio](http://www.zampotta.it/trovanegozio) e verifica se il tuo negozio è già online. Se non è ancora presente, contattaci al numero **3289226601** oppure via email a [valeria.longhi@zampotta.it](mailto:valeria.longhi@zampotta.it) e provvederemo a inserire immediatamente i tuoi dati.

# Da oggi tantissimi vantaggi esclusivi per il tuo negozio:



**PIÙ CLIENTI PIÙ VENDITE PIÙ SERVIZI**



Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

# CRESCERE INSIEME

PIÙ DI QUARANT'ANNI DI ESPERIENZA NEL PET FOOD  
E ANCORA TANTA VOGLIA DI SVILUPParsi AL FIANCO DEI PUNTI VENDITA

È da oltre 45 anni che Adragna PetFood rappresenta un'importante realtà siciliana nel campo della nutrizione animale. La storia di questa azienda ha inizio nel 1973, prima con la produzione di alimenti zootecnici, poi con l'esclusiva produzione di pet food dal 2000. In Sicilia, in Italia e nel resto del mondo, Adragna PetFood offre ai pet shop prodotti di alta qualità per cani e gatti.

## I PLUS

Adragna PetFood è un'azienda strettamente connessa al proprio territorio, la Sicilia, che grazie al suo ecosistema unico è in grado di fornire le migliori materie prime. Per questa ragione gli alimenti prodotti sono innanzitutto made in Italy, poiché le materie prime impiegate vengono acquistate direttamente dai produttori locali. Gli impianti, altamente avanzati, vantano i migliori standard qualitativi del mercato e permettono di coniugare innovazione tec-



nologica e tradizione nella realizzazione dei prodotti. In questo modo nessun dettaglio viene trascurato durante tutta la filiera produttiva. Il supporto di rinomati nutrizionisti e il rapporto di collaborazione con i fornitori garantisce, inoltre, l'implementazione di ricette di successo che tengono conto dei bisogni specifici dei quattrozampe.

## LE LINEE

Al fine di soddisfare le diverse esigenze nutrizionali e i gusti dei cani di tutte le taglie ed età, l'azienda presenta un'ampia scelta di prodotti:

- *Naxos Super Premium Quality* è una linea superpremium monoproteica pensata per garantire un'elevata digeribilità e un alto valore nutritivo attraverso l'utilizzo di un'unica fonte proteica di origine animale. La presenza degli agrumi di Sicilia, fondamentali per una corretta funzio-

ne digestiva, e l'esatta integrazione di vitamine e minerali garante di un'alimentazione sana e bilanciata, contribuiscono a rendere il prodotto eccellente e di alta qualità.



● Wellness Cat&Co e Dog&Co è la nuova linea di alimenti funzionali e ispirati alla tradizione mediterranea. Vengono utilizzati ingredienti "funzionali" contenenti per loro natura sostanze benefiche ad azione antiossidante, calmante, digestiva e coleretica. Nella formulazione dei prodotti, inoltre, non vengono aggiunti coloranti o conservanti artificiali e le materie prime sono rigorosamente non geneticamente modificate.

#### PARTNER AFFIDABILI

Le relazioni commerciali con i clienti sono contraddistinte da un rapporto diretto che permette all'azienda di venire incontro alle esigenze individuali. Con l'esperienza accumulata nel corso degli anni, Adragna PetFood ha sempre affinato e

migliorato la propria relazione con i suoi rivenditori che considera partner strategici per la diffusione dei prodotti. Sono chiare, in merito, le parole dell'Amministratore Unico Vincenzo Adragna: "Di giorno in giorno miglioriamo i nostri prodotti per renderli sempre in linea con le esigenze dei nostri amati pet" - ha dichiarato - "così



da portare sul mercato prodotti di qualità elevata sulla quale fondiamo relazioni di business forti e concrete con chi quotidianamente si premura di fornire alla propria clientela i migliori alimenti possibili: il responsabile del punto vendita. In Adragna PetFood siamo convinti che occorra instaurare un rapporto con il responsabile del punto vendita specializzato che punti a una relazione di lunga durata, in cui si cresce reciprocamente, grazie a continui feedback e alla condivisione di quelle che sono le informazioni fondamentali riportate dai proprietari di cani e gatti. Da sempre" - ha aggiunto - "portiamo avanti una politica commerciale chiara e trasparente che permette ai nostri partner di utilizzare i migliori strumenti di vendita per fronteggiare le sfide del mercato nella vita di tutti i giorni. Per riportare qualche dato concreto" - ha poi concluso - "durante l'ultimo anno abbiamo implementato il numero e le vendite medie delle Giornate Promozionali, che sono triplicate rispetto all'anno scorso e che abbiamo intenzione di aumentare durante questo 2019".

Il rapporto di fiducia coltivato nel tempo ha permesso di instaurare relazioni consolidate anche con i clienti fuori dal territorio nazionale. La presenza dell'azienda all'estero infatti si è sempre più rafforzata, al punto che oggi può vantare la propria presenza in oltre 35 diverse Nazioni. (G.P.)

#### CATS & DOGS

#### GROWING TOGETHER

Over forty years in the pet food market and still very eager to evolve side by side with retailers

For over 45 Adragna PetFood has played a key role in Sicily as a pet food manufacturer. Established in 1973, making livestock foods to begin with, then evolving to exclusively producing pet foods since 2000. Adragna PetFood supplies pet shops in Sicily, Italy and worldwide, with quality pet foods for dogs and cats.

#### THE BENEFITS

Adragna PetFood is deeply rooted to its territory, Sicily, that thanks to its unique ecosystem provides the best raw ingredients. That's why their foods are first and foremost made in Italy, because raw ingredients are locally sourced. The plant is high tech and therefore able to provide the best quality standards, combining technological innovation and tradition in making their products. Great attention is paid to details throughout the manufacturing process. Renowned nutritionists and the collaboration with breeders ensure the creation of successful recipes able to meet pets needs.

#### THE LINES

The brand offers a broad choice of products in order to meet the taste and nutritional needs of dogs of any age:

- *Naxos Super Premium Quality* is a single protein line, highly digestible and nutritious. Citrus from Sicily support digestion, and in combination with vitamins and minerals ensure a healthy and balanced diet.

- *Wellness Cat&Co* and *Dog&Co* is the newest line of functional foods inspired by Mediterranean traditions. With "functional" ingredients naturally brimming with beneficial properties such as antioxidant, calming, digestive and choleric. All formulae are free from artificial colourings or preservatives and GMO.

#### RELIABLE PARTNERS

Marketing relations are direct, enabling the brand to accommodate client needs. Thanks to its long standing experience, Adragna PetFood perfected and improved its connection with retailers, considered strategic partners that help promote products. Director Vincenzo Adragna was very clear: "We strive to improving our products day by day, in order to keep meeting pets needs" - he said - "and to bring high quality products to the market which are the core of our business relations with those who strive to providing their customers with the best foods the market has to offer. We believe in establishing a long lasting professional relationship with specialised retailers, in order to keep growing thanks to constant feedback and to sharing the crucial information provided by pet owners. Our marketing policy" - he added - "has always been crystal clear, thus enabling our partners to avail themselves of the best possible selling tools, in order to face market competition in everyday life. Just to give you a few data" - he concluded - "last year we increased the number of Promotional Days and the sales during them, which tripled compared to the previous year, and we firmly intend to increase them ever further in 2019".

The trust we built over time allowed us to gain loyal customers even abroad, our foreign clientele kept growing and we can now boast to being present in 35 Countries.

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

# UNO + UNO = GRANDE RILANCIO

NUOVE PROPOSTE COMMERCIALI, NUOVI COLORI E NUOVI ARTICOLI  
PER UN RIPOSIZIONAMENTO DELLA GAMMA PRODOTTI IN ITALIA E ALL'ESTERO

Il brand *My Fop Solutions* è la nuova linea dedicata al pet di MPS 2 che, alla fine del 2018, ha concluso l'acquisizione del ramo di azienda della società Happy Pet (ex FOP) e ne ha rilevato l'intera gamma di prodotti, in un'ottica di maggior concentrazione sullo sviluppo tecnico, produttivo e commerciale dell'intera linea pet, oltre che per un'innata predisposizione al servizio al cliente quale mission irrinunciabile.

## PIÙ FORTI SUL MERCATO

È così partito il rilancio dello storico marchio grazie a un'azienda come MPS 2, in grado di vantare una grande esperienza sul mercato. Nata quarant'anni fa nel settore delle materie plastiche, nel corso degli anni MPS - grazie alle continue intuizioni del fondatore Giovanni Battista Tamiozzo - è cresciuta fino ad applicare la sua grande professionalità al mercato del pet.



Il risultato? Prodotti innovativi e funzionali esportati in oltre 70 Paesi del mondo.

Anche Happy Pet vantava, grazie al marchio FOP, una lunga presenza nel mercato internazionale degli articoli per animali da compagnia, in particolare nella produzione di una gamma di gabbie per roditori e uccelli di elevata qualità, con particolare cura dei dettagli e delle finiture.

Ora con questa acquisizione, MPS 2 punta a un riposizionamento della gamma di prodotti sia in Italia che all'estero per offrire un servizio sempre più di qualità ai propri clienti, tenendo comunque distinte e separate le due linee di prodotti, le strategie di marketing e di vendita, nonché i rapporti e le partnership commerciali. È per questo motivo che a Zoomark International i due brand saranno presenti in due stand diversi.





Il brand *My Fop Solutions* è entrato a tutti gli effetti a far parte della famiglia MPS, in azienda infatti l'impegno per questa nuova avventura è molto forte e si traduce in un nuovo slancio, nuove proposte commerciali, nuovi colori e nuovi articoli in fase di realizzazione. Si punta in particolare al mercato delle gabbie, settore in cui *FOP* ha sempre avuto riscontri molto positivi, e ai prodotti per cane e gatto attraverso il restyling di alcune linee con nuove soluzioni estetiche e cromatiche.



## PET WORLD

### ONE + ONE = GREAT REVAMP

New commercial offers, new colours and new products for the repositioning of the range in Italy and abroad

*My Fop Solutions* is the new pet line by MPS 2, which ended the acquisition of Happy Pet branch (former *FOP*) in 2018 and acquired the whole product range. The company focused on technical, productive and commercial improvement of the whole pet line and customer service.

#### STRONGER ON THE MARKET

That is how the brand was revamped, thanks to MPS 2 broad experience in the market. The company was born 40 years ago in the sector of plastic materials. Through the years, also thanks to the constant intuitions of founder Giovanni Battista Tamiozzo, MPS has grown and applied its professionalism to the pet market as well.

The result? Innovative and functional products exported in over 70 countries all over the world. Happy Pet has been in the international market of pet products for a long time with *FOP* and its range of high-quality cages for rodents and birds with special care on details and finishing.

Now MPS 2 aims at repositioning the product range in Italy and abroad, in order to provide an increasingly high-quality service to its customers. The company will keep separated the two product lines, as well as marketing and sale strategies and the business relations and partnerships. That is why there will be two different stands at Zoomark International.

*My Fop Solution* entered in MPS family: the company commitment is strong and it is reflected by new business offers, new colours and new products.

The focus is on the cage market, where *FOP* always met with a positive feedback and the products for cats and dogs with the restyling of some lines, with look and colour changes.

#### A PACKAGING THAT SELLS ITSELF

*Big Fun* line of cages for small birds and hamsters features captivating design and colours, with a packaging that sells itself. *Big Fun* is the proof of how *FOP* innovative ideas are carried on with *My Fop Solutions*: quality concept, care for details and smart and effective selling solutions. The packaging features a slip in wrapping very detailed and colourful, which anticipates what is inside: easy-to-set cage with funny and modern colours. The cage is suited for any environment and furniture; moreover, it features a transparent bottom for birds or roof that can be half or fully opened for rodents.

*Valeria* aviary is another new product. It is a classy and quality product with pre-galvanised metal roof with outdoor-suited paint. The elegant colour combination has been carefully studied by the designer. The aviary features revolving manger escape-proof and it is fully equipped with accessories, wheels included.

## UN PACKAGING CHE SI VENDE DA SOLO

La linea di gabbie *Big Fun* per piccoli volatili e criceti è caratterizzata da design e colori accattivanti, con un packaging che si vende da solo. *Big Fun* è l'esempio di come le idee innovative *FOP* trovino continuità in *My Fop Solutions* con i concetti di qualità, cura dei dettagli e soluzioni di vendita intelligenti ed efficaci. Il packaging consiste in una scatola con imballo "slip in", molto curata e colorata, anticipazione di quello che il cliente trova all'interno: una gabbia facile da assemblare in tutte le sue componenti, che presenta combinazioni di colori simpatici e moderni, adatti a ogni arredo e a ogni ambiente, dotata di fondo trasparente per gli uccellini oppure di tetto apribile al 50% o al 100% per i roditori.

Un'altra novità è la voliera *Valeria*, un prodotto di gran classe ed elevata qualità, dotata di tetto in metallo zincato e riverniciato a prova d'esterno. Anche per questo articolo l'elegante combinazione di colori è stata attentamente studiata dai designer. La voliera è dotata di mangiatoia girevole a prova di fuga ed è completa di tutti gli accessori, comprese le ruote. (A.S.)

SEGUITEMI A **ZOOMARK 2019**  
HO FIUTATO DELLE NOVITÀ!



COMFORT



VIAGGIO



ALIMENTAZIONE



VI INVITIAMO A FARCI VISITA  
**PADIGLIONE 25 | STAND A114**

per info [fop@mpsitalia.it](mailto:fop@mpsitalia.it)



IGIENE



GABBIE



RODITORI



ANFIBI

# OBIETTIVO: OFFRIRE DI PIÙ

ALTA QUALITÀ IN PIÙ DI 50 PAESI NEL MONDO  
E VALORE AGGIUNTO PER TUTTI I PRODOTTI, PER DELIZIARE GLI AMICI PET  
CON UN MENU OGNI GIORNO DIVERSO E PERSONALIZZATO

È stata fondata nel 1963. E da quel momento è iniziata una lunga storia di qualità che dura ancora oggi. Stiamo parlando di Bewital petfood, che da oltre cinquant'anni produce alimenti secchi e umidi nei propri stabilimenti presso la sede aziendale in Germania a Südlohn-Oeding, nella regione del Münsterland. Attualmente è guidata dalla seconda generazione, nella persona del Dr. Jürgen Wigger, che ha gentilmente risposto alle nostre domande.



DR. JÜRGEN WIGGER

Zampotta: Qual è la mission della sua azienda?

Jürgen Wigger: "È stato mio padre, Bernhard Wigger, a fondare Bewital nel 1963. Il suo pensiero era: impresa deriva dal verbo intraprendere, che significa 'impegnarsi in un'attività'. Un'idea dominante che caratterizza l'azienda anche oggi. La nostra è una produzione sostenibile e ha trasformato Bewital petfood in uno dei produttori di alimenti per animali da compagnia più moderni della Germania. Per noi è particolarmente importante non dimenticare le origini dell'azienda come impresa di famiglia radicata nel Münsterland, a circa 100 km a nord di Düsseldorf. Fedeli a questa filosofia, da oltre cinquant'anni siamo un partner locale affidabile per grossisti e rivenditori specializzati".

Z.: Qual è la particolarità dei vostri prodotti e in cosa si distinguono dalla concorrenza?

J.W.: "Con i marchi Belcando® nel settore degli alimenti per cani e Leonardo® in quello degli alimenti per gatti puntiamo alla massima qualità, che vale il suo prezzo. Ciò che ci distingue dai concorrenti sono principalmente due fattori. Prima di tutto lo straordinario processo di produzione che consente di lavorare percentuali particolarmente elevate di carne fresca per la produzione di alimenti secchi. Poi il fatto che le nostre ricette sono sviluppate sulla base delle più recenti conoscenze scientifiche secondo un concetto di nutrizione olistica. Questi prodotti, quindi, contengono ingredienti particolari e superfood che esercitano un effetto benefico sulla vitalità dei nostri amici a quattro zampe".



Z.: Quali sono le tendenze più probabili per il futuro? Diventeranno più importanti le proteine degli insetti, i superfood o le formulazioni vegane?

J.W.: "Le proteine degli insetti sono un'alternativa interessante che rappresenta un'ipotesi rilevante soprattutto in caso di allergie. Tuttavia, per il momento non abbiamo ancora trovato fonti che rispondano ai nostri requisiti di qualità, perché spesso sono soprattutto le condizioni igieniche degli allevamenti a non soddisfare le nostre aspettative. Inoltre

l'accettazione delle proteine degli insetti per l'alimentazione, sia per quanto riguarda gli esseri umani che gli animali domestici, è ancora troppo limitata per poterla definire una vera e propria tendenza.

Anche le formulazioni vegane costituiscono attualmente un elemento piuttosto marginale. Quasi tutti i proprietari pet sanno bene che i loro amici hanno bisogno di proteine di origine animale. In particolare nel caso dei gatti, riteniamo che l'alimentazione vegana non sia una soluzione adatta a loro. Per questo motivo non riusciamo a immaginare come il vegan possa diventare una tendenza.

Nel complesso i proprietari di cani sono diventati più consapevoli dell'importanza di ingredienti sani che, oltre al puro valore nutritivo, apportino anche benefici per la salute. I regimi alimentari formulati sulla base di un principio olistico stanno incontrando crescente fiducia, a scapito di una "dieta per astronauti" i cui componenti isolati sono invece sottoposti a una lavorazione pesante. Gli ingredienti con valore aggiunto in termini di fisiologia della nutrizione si pongono chiaramente in linea con la tendenza di un'alimentazione naturale e, a nostro giudizio, acquisiranno un ruolo sempre maggiore".

Z.: In occasione di Zoomark International presentate il nuovo alimento secco per cani Mastercraft. Cosa rende questa linea così particolare?

J.W.: "I prodotti Mastercraft sono il fiore all'occhiello del nostro assortimento. Li consideriamo anche il nostro 'capolavoro' per questo motivo: si tratta della prima linea di alimenti secchi con l'80% di carne fresca e il 20% di ingredienti olistici o superfood, con materie prime di una qualità per cui non abbiamo voluto scendere a compromessi. Nelle ricette abbiamo completamente rinunciato alla carne disidratata, ai cereali o alle patate. Le cinque varietà disponibili presentano, tra l'altro, la particolarità di un profilo nutrizionale uniforme ed è quindi possibile alternare o combinare le varietà, senza temere conseguenze".

Z.: Quanto tempo ha richiesto lo sviluppo di questo nuovo alimento?

J.W.: "Abbiamo eseguito i primi test nel settembre del 2013, ma lo sviluppo ha richiesto molto più tempo di quanto avessimo immaginato. La nostra intenzione originaria era di lanciare i prodotti sul mercato per l'inizio del 2016, ma abbiamo rapidamente constatato che la qualità della carne era soggetta a notevoli variazioni. Per questo motivo abbiamo dovuto inserire a monte una fase di preparazione della carne decisamente impegnativa, ma solo in questo modo è possibile assicurarne una qualità costante e affidabile, anche nei prodotti che ne contengono un'elevatissima percentuale.

Tuttavia con Mastercraft non ci limitiamo a competere sul mercato con la massima percentuale di carne in un alimento secco: il nostro obiettivo è offrire di più. Per formulare la miglior ricetta in assoluto abbiamo quindi provato una grande varietà di ingredienti.

Inoltre ci rivolgiamo anche a quei clienti che desiderano variare l'alimentazione del loro cane. Quindi non abbiamo previsto solo la possibilità di alternare gli alimenti secchi tra loro sulla base delle preferenze individuali, ma abbiamo anche adeguato ai nostri mercati il concetto di "topping" diffuso negli USA. Con i Topping Mastercraft, proposti nel pratico sacchetto salva-freschezza, i proprietari possono infatti deliziare i loro amici a quattro zampe con un menu ogni giorno diverso e personalizzato". (A.B.)

## CATS & DOGS

### GOAL: TO OFFER MORE

High quality in over 50 Countries worldwide  
and added value for all products,  
to delight our pets with a varied and tailored menu

Since it was established in 1963, Bewital petfood started writing a story that speaks of quality. The company has been manufacturing dry and wet foods in its plant in Südlöh-Oeding, Germany, in the Münsterland region, and it's now led by the second generation, Dr. Jürgen Wigger.

Zampotta: What's your mission?

Jürgen Wigger: "my own father, Bernhard Wigger, founded Bewital in 1963. He used to say he was an entrepreneur, a word that comes from Latin and means "engage", "undertake". It's the main idea behind our company even today. Our manufacturing process is sustainable and it made Bewital petfood one of the most modern pet food manufacturer in Germany. We strive to remember our origins as a company business with its roots in the Münsterland region, about a 100 km North from Düsseldorf. Loyal to this philosophy, we've been a reliable local partner for wholesalers and retailers."

Z.: What are the main features of your products, and what makes you stand out from the competition?

J.W.: "We strive to achieve top quality that's worth its money with the brands *Belcando*\*, for dog foods, and *Leonardo*\*, for cat foods. Two factors make us stand out from the competition: our outstanding manufacturing process that enables us to process very high quantities of fresh meat while producing dry foods. And the other is that our recipes are based on the most recent scientific knowledge following the concept of holistic nutrition. These products contain particular ingredients and super-foods with a beneficial effect on pets' vitality".

Z.: Which are the most likely trends for the future? What's going to be more important, insect protein, super-foods or vegan formulae?

J.W.: "Insect protein are an interesting alternative and a valuable option in case of allergies. But so far we haven't found sources able to meet our quality criteria, because most breeding farms don't meet our hygiene standards. Besides, the level of acceptance for including insect proteins into either human or pet nutrition is still far too limited to be called a trend.

Vegan formulae are still quite a marginal market too, because nearly all pet owners know that their furry friends need animal proteins. This is particularly valid for cats, because a vegan diet is really not suitable for them. That's why we can't see how vegan pet food can become a trend.

All in all, dog owners have become increasingly aware of the importance of feeding healthy ingredients that besides their nutritional value, are also beneficial to health. Diets following holistic principles are meeting growing favour, to the detriment of an "astronaut diet" in which single ingredients undergo a heavy manufacturing process. Ingredients featuring added value in terms of nutrition physiology are clearly in line with the natural diet trend that we think is going to grow".

Z.: You are going to launch your new dry formula for dog, Mastercraft, during Zoomark International. What's so special about this line?

J.W.: "Mastercraft products are our crowning jewel. We consider them our masterpiece because it's the first ever line of dry foods containing 80% fresh meat and 20% holistic ingredients or super-foods, with raw ingredients of uncompromised quality. We also avoided using freeze dried meat, as well as grains or potatoes. Our five varieties have a homogenous nutritional profile and can therefore be combined or alternated without any consequence".

Z.: How long did it take you to develop this new formula?

J.W.: "We started testing in September of 2013, but it took much longer than we expected to actually develop it. We wanted to launch our product on the market in early 2016, but we quickly realized that the quality of the meat was varying far too much. That's why we had to introduce a rather complex meat prep stage upstream, but it was the only way to ensure constant and reliable quality, even in products containing very high percentages.

But with Mastercraft we do more than competing on the market with the highest meat content in a dry formula, we want to offer the best possible recipe, therefore we tried a great number of ingredients.

We also want to address those customers wishing to vary their pets' diet. Besides giving the possibility to switch between formulae according to personal preference, we also aligned our markets to the idea of "topping" already popular in the USA. With Mastercraft Topping, available in practical resealable bags, owners can delight their furry friends with an ever changing and tailored menu".



# I mastini della pubblicità

## di Filippo Giunti



Filippo Giunti  
www.senzacreativi.it  
filippo@senzacreativi.it

*È un pubblicitario, non un creativo. Non è facile lavorare con lui, non è accomodante, è pignolo, minuzioso, discute spesso con i clienti perché si rifiuta di fare campagne d'immagine (che non li farebbero guadagnare) e spesso li perde. Pace. Ha fondato un'agenzia pubblicitaria con la quale combatte la sua guerra alla creatività, riportando la pubblicità alla sua natura scientifica, testata e pensata. Mette a disposizione di aziende e professionisti le sue strategie per portare in salvo le loro attività in una zona facile da difendere gettando bombe a mano sulla concorrenza.*

## VENDERE AI CLIENTI SENZA FARLI RINGHIARE

Come ogni mattina molto presto passeggiavo con Sally, il mio rottweiler, al guinzaglio per le vie di Firenze. E come ogni mattina incontro un ragazzo albanese che chiede l'elemosina.

Solitamente si scosta al mio passaggio, Sally lo spaventa, questa volta però si fa coraggio e allunga una mano per accarezzarla.

Sally lo guarda diffidente ma rassicurata dalla mia calma lascia che il ragazzo avvicini la mano e si fa accarezzare serenamente.

"Bello cane" dice lui "Buono?", rispondo di sì, aspetto qualche secondo che Sally lo annusi, lo saluto e proseguo la mia passeggiata.

La mattina dopo incontro nuovamente il ragazzo albanese.

Stavolta si sente più a suo agio e mi viene incontro salutandomi e urlando "Ciao cane!" a Sally. Poi si avvicina e inizia a darle veloci pacche sui lati della pancia.

Sally si scosta infastidita ma lui continua. Io mi allontano prima che lei si irrii sul serio.

Stessa scena la mattina successiva. Appena mi avvicino al ragazzo lui mi saluta "Ehi capo!", sbatte una mano sulla testa di Sally e la strofina sguaiatamente.

Sally apre impercettibilmente la bocca mostrando per un attimo i denti bianchi. Riesco a tirarle via la testa pochi attimi prima che con un ringhio tenti di mordere la mano del ragazzo albanese, procurandogli gravissimi danni.

Ora, non vorrei essere io a dirtelo...

Ma se hai una strategia post vendita (quelle azioni che si fanno a seguito di una vendita per incentivare nuovi acquisti, referenze, etc. con invii di lettere cartacee, e-mail, telefonate, sms o altro...) e non stai ricevendo grandi risultati, probabilmente sei nella situazione del ragazzo albanese.



Dopo aver realizzato una vendita ti sei sentito autorizzato ad "allargarti" e tormentare i tuoi clienti e credi che questo sia il modo giusto, dai oggi e dai domani, di convincerli a comprare. Invece li stai solo facendo arrabbiare.

Probabilmente starai anche postando cose sui social, inviando e-mail e scrivendo articoli sul tuo sito web su cose che a loro non interessano. O peggio quello che fai viene considerato molto sciocco, irritante e senza senso.

Questo è un problema. Un problema grosso. Nel 2017, il reparto di analisi di mercato di Google ha condotto una ricerca su un campione di 1.358 persone per capire le loro impressioni sul traffico di e-mail commerciali ricevute. Il 49% ha risposto di ricevere e-mail considera-

te "inutili" ogni giorno e il 39% di riceverne almeno ogni settimana.

E questa non è nemmeno la notizia peggiore. Il 31.6% delle persone intervistate ha dichiarato di segnalare come spam TUTTE le e-mail considerate non interessanti.

Sottolineo che i dati NON sono riferiti al vero spam, cioè a e-mail non sollecitate che vengono inviate dalle aziende a persone a caso prendendo i loro indirizzi da banche dati o rubandole in qualche modo.

Queste persone hanno accettato spontaneamente di ricevere informazioni dalle aziende, perché ERANO interessate ai prodotti/servizi acquistati o che avevano intenzione di acquistare. Questo lancia due grandissime grida di allarme:

- Avere numerose e-mail segnalate come spam ti abbassa il rating del dominio. Questo significa, spiegato molto male, che alla lunga i vari provider inseriscono il tuo dominio in una sorta di "Libro Nero" e finisce che ogni e-mail che invii dal dominio della tua azienda (sì, anche quelle che invii per lavoro) non viene letta dai destinatari perché viene filtrata e inserita automaticamente nella posta indesiderata.

- I clienti si sentono talmente disturbati, annoiati e irritati dalle e-mail che ricevono che invece di ignorarle o cancellarle e basta si prendono pure il disturbo di andare a cliccare sul pulsante per marcarle come spam.

E non è finita...

Il 63% degli intervistati ritiene che i vari brand non li conoscano, non sappiano di cosa hanno bisogno e non riescano a interpretare i loro feedback.

La cosa curiosa è che secondo un altro studio le maggiori compagnie si ritengono "Molto Soddisfatte" di come si stanno muovendo per tenersi in contatto, educare e seguire i loro clienti... quando evidentemente le cose non stanno proprio così.

Ma se grandi multinazionali come IBM, Virgin e McDonald's possono permettersi di commettere sbagli nel rapporto di comunicazione con i clienti, perché hanno poi il tempo e le risorse per aggiustare il tiro, la stessa cosa non puoi fare tu che sei molto pressato dalla concorrenza e non puoi permetterti di perdere clienti e quindi guadagno faticosamente raggiunto.

Quello che devi fare è perfezionare sempre di più la comunicazione con i tuoi clienti, attuali e futuri.

Questo è il primo passo di ogni strategia che ti permetta di avere più clienti dei tuoi competitor e per fare in modo che acquistino sempre più spesso e spendendo sempre più, aumentando i tuoi guadagni in maniera esponenziale.

Conoscere chi sono davvero e quindi capire cosa vogliono i clienti deve essere per te una sorta di missione di vita.

Chiaramente avviare un business solo dopo aver studiato a fondo il mercato, la concorrenza, le problematiche lasciate irrisolte e quindi aver creato tutto quanto (modello di business e strategia di marketing) attorno a questi dati fornisce dei vantaggi competitivi notevoli.

Ma è vero anche che se sei il titolare di un'attività già avviata (se non hai commesso gravi errori di marketing auto-sabotandoti senza più possibilità di salvezza) puoi perfezionare la tua strategia e ottenere risultati centinaia di volte maggiori di prima, introducendo solo piccoli aggiustamenti alla maniera in cui dialoghi con i clienti.

A patto, però, che tu sviluppi dei sistemi corretti ed efficaci (oltre a una sensibilità innata) per conoscere più intimamente

# APPA

American Pet Products Association



**Diventate membri APPA ed  
esponete in occasione della  
MOSTRA PIÙ IMPORTANTE  
alla quale partecipare**

 **Global  
Pet Expo®**

26-28 Febbraio 2020  
Orange County Convention Center  
Orlando, Florida

**VENITE A TROVARCI ALLO  
ZOOMARK, SALA 26, US-6**

**Per informazioni sulla membership APPA e  
sull'esposizione in occasione della Global Pet Expo,  
contattare il reparto Vendite stand  
e membership di APPA:**

Visitate: [www.americanpetproducts.org/howtojoin](http://www.americanpetproducts.org/howtojoin)

E-mail: [APPAmembership@americanpetproducts.org](mailto:APPAmembership@americanpetproducts.org)



possibile i tuoi clienti e che riesca a coinvolgerli, interessarli e soddisfarli continuamente.

Adesso ti darò alcuni consigli che spero davvero col cuore ti siano utili per raggiungere una connessione più intima e un rapporto più diretto con i clienti.

### SCOPRI COSA VOGLIONO I CLIENTI (ANCHE SE NON LO SANNO NEANCHE LORO...)

Quello che serve fare per occuparsi di marketing nella maniera corretta non è più difficile di quello che devi fare per essere considerato una persona di valore che vale la pena avere sempre vicino.

Se devi scegliere un solo obiettivo da raggiungere quando comunichi con qualcuno (un cliente, il tuo cane, un amico, un

familiare, una amante) per stabilire una buona connessione concentra tutta la tua magia nel farlo sentire compreso.

Sappiamo da anni che a livello neurobiologico quando ci sentiamo compresi nelle nostre insicurezze, necessità e frustrazioni si attivano immediatamente tutte le aree del cervello associate alla connessione e alla "ricompensa" sociale.

Ovvero? Semplicemente che appena abbiamo la sensazione di essere ascoltati e capiti siamo molto più favorevoli a ricevere e accettare quello che ci viene detto, che sia un consiglio, una correzione su qualcosa che facciamo di sbagliato o un messaggio di qualsiasi tipo. E quale è la maniera migliore per fare sentire i tuoi clienti ascoltati e compresi? Usare le stesse parole che usano loro per descrivere i problemi, i desideri e le paure che hanno con le aziende o i professionisti del tuo settore.

Dopo tutto, come afferma Jay Abraham, una delle teste pensanti più micidiali del marketing che io studio e ammiro: "Quando riesci a definire il problema meglio dei tuoi clienti, loro ne deducono che tu abbia anche la soluzione".

Ma come si fa a capire quali sono i problemi, i desideri e le paure dei tuoi possibili clienti?

Come spesso nella vita, anche nel marketing le risposte sono ovvie, ma poi noi ci incasiniamo a pensare che siano chissà quali verdetti arcani. Ci si mette a sedere e si fanno delle ricerche.

Più precisamente, ricerche sulla esatta maniera dei tuoi clienti di dire le cose, formulare le frasi e scegliere le parole.

Sembra complicato, ma non lo è. Chiaramente c'è da impegnarsi e restare ben concentrati per farlo.

Si tratta semplicemente di trovare e raccogliere le frasi chiave che il tuo cliente ideale usa per esprimersi online, scambiando opinioni o rispondendo a interviste e sondaggi e poi utilizzarle pari pari per inserirle nel testo di quello che scrivi: e-mail, titolo di una pagina, testo del blog o dell'annuncio pubblicitario che sia.

Se non sei convinto ti racconto una cosa.

Alcuni ricercatori di scienze comportamentali norvegesi hanno chiesto alle cameriere di una nota catena di ristoranti di ripetere ai clienti le loro ordinazioni utilizzando le stesse identiche parole che avevano usato loro per verificare se questo li avrebbe indotti a lasciare mance più generose.

Quello che è venuto fuori è che effettivamente mimando il loro modo di esprimersi i clienti lasciavano mance doppie rispetto alla volta precedente.

Quello che vorrei fare con questa mini guida divisa in due parti, è darti tre delle migliori strategie, le stesse che utilizzo io per scovare questa preziosissima gemma che è la "Vera Voce Dei Tuoi Clienti Ideali" e usarla per parlare in maniera più coinvolgente e corretta con i tuoi contatti in ogni forma di comunicazione tu utilizzi nel tuo lavoro.

E questo è quello che vedremo il prossimo mese nella seconda parte di questo articolo. Adesso, prima di addentrarci in queste strategie, parliamo prima di...

### COSA CERCARE ESATTAMENTE QUANDO STUDI I TUOI CLIENTI

Indagando sulle persone che compongono il tuo pubblico ideale, la cosa più importante è capire come pensano, che tipo di emozioni hanno, e cosa dicono quando parlano tra loro del tuo genere di prodotti o servizi.

Non intendo proprio i TUOI, quelli della tua azienda, ma del settore in generale (di cibo per cani e gatti se ti occupi di alimentazione per animali domestici o di abiti per cani di piccola taglia se il tuo settore è quello).

A noi interessa capire cose tipo:

- Come valutano i benefici ottenuti in relazione a quanto devono pagare.
- Cos'è che gli fa venir voglia di salire in cima a un palazzo e gridare al mondo la loro gioia per quel prodotto.
- Cosa li spingerebbe a uscire di notte con la tempesta a cercare immediatamente una soluzione al problema che il tuo prodotto potrebbe risolvere.
- Che parole usano per descrivere il loro problema e la possibile soluzione.

Il modo migliore per trovare una risposta a queste domande è prendere nota delle espressioni ricorrenti dei tuoi clienti ideali che rientrano nelle tre categorie che vado a esporti.

### 1. LE MOTIVAZIONI E I BISOGNI

I tuoi clienti possono cercarti per varie ragioni.

Possono essere in cerca di risposte a un problema che li assilla, possono voler comprare una cosa al volo per togliersi una soddisfazione, oppure hanno semplicemente voglia di concedersi un piccolo lusso.



**ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL  
PAD. 26 - STAND A79-B80;  
A83-B84; B79, B83

CAT & RINA

# WeVegetal

LA LETTIERA CHE RISPETTA L'AMBIENTE



 **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](http://www.recordit.com)



Scopri quale sono le loro vere motivazioni e saprai come attivare il motore che muove il loro dito sul bel pulsante della tua pagina web dove c'è scritto "Compra" o sui tasti del telefono per chiamarti.

Ma non fermarti all'ovvio, quello che devi fare è scavare più a fondo che puoi fino a raggiungere quella che è la vera urgenza da risolvere, cosa cercano di comprarsi attraverso di te, cosa è scattato loro in testa per metterli in moto in cerca di te.

Prendi il cibo per i cani, per esempio.

È fin troppo ovvio che chiunque vuole del buon cibo sano per il proprio cane. Se il tuo messaggio promette solo un mix di ingredienti nutrienti, naturali e di ottima qualità si confonderà tra gli altri mille simili.

Se invece capisci che quello che il tuo cliente cerca è certamente nutrire bene il proprio adorato cane, ma che questo è solo il mezzo attraverso il quale desidera possedere un bellissimo animale muscoloso e snello che si faccia notare durante le passeggiate al parco o sulla via principale della città e attiri lo sguardo innamorato di eventuali fanciulle con le quali attaccare bottone, sarai in grado di fargli una proposta più precisa e strategica. Oppure ancora quello che davvero potrebbe volere è una confezione più semplice da aprire o da stipare in garage.



Non importa se anche le confezioni dei tuoi competitor sono ugualmente facili da aprire, il testo dei tuoi annunci deve avvicinarsi il più possibile a parlare dei veri bisogni del tuo cliente ideale, solo così potrai spingerlo a dire:

*"Ok, questo ha capito esattamente di cosa ho bisogno".*

Sono questi desideri nascosti nelle viscere, le reali motivazioni che magari nemmeno il cliente conosce ma che riconoscerebbe immediatamente se tu ne parlassi, che devi cercare quando con le tue ricerche scandagli i fondali per trovare le parole giuste per dire quello che lui vorrebbe sentir dire.

## 2. LE AREE DI DOLORE

Il tuo cliente sta cercando di risolvere un problema.

Sempre.

Un problema che gli provoca disagio, frustrazione, rabbia e in qualche modo dolore. Idealmente, il tuo prodotto/servizio dovrebbe aiutarlo a far andare via il dolore o almeno alleviarlo quanto possibile.

Permettiti una sciocca esagerazione didattica per farti capire usando l'esempio del cibo per cani fatto prima: sicuramente il tuo cliente adora il suo cane, si sente in colpa per non avere tempo e voglia di preparargli una bella scodella di cibo sano come vorrebbe e allora è costretto a dargli del cibo in scatola o secco, e il suo dolore è questo. Vuole essere sicuro che sia cibo sano, buono e che faccia bene al suo cane e faccia sentire lui un bravo padrone che se ne occupa a dovere, senza disagi.

Ma come ho detto prima, questo è solo quello che affiora in superficie. In realtà, quello che davvero lo perfora nella carne con un ferro rovente è che lui va al parco con il suo bel cane sperando di essere notato e invece non se lo fila nessuno.

Lui è una persona molto impegnata, non ha moltissime occasioni un po' sociali oltre la passeggiata pomeridiana al parco con il cane. Ed è anche un po' timido e ha assolutamente bisogno di un gancio per far avvicinare le persone.

Un annuncio che non si limitasse semplicemente a promettergli un'ottima alimentazione per il cane ma che gli dicesse che, iniziando immediatamente a nutrire il suo cane con quel particolare brand di cibo canino in meno di un mese il cane avrebbe un aspetto vistosamente più appariscente e bello che non passerebbe inosservato nelle passeggiate giornaliere, avrebbe di sicuro molta più presa.

## 3. LE ESITAZIONI

Qualunque esitazione o preoccupazione nella testa dei tuoi clienti ideali è un tronco da togliere subito dalla strada.

Fai molta attenzione a questa cosa perché sono fattori che se non contrastati con le parole giuste al momento giusto possono creare molto attrito, una pericolosa resistenza negativa nei tuoi clienti.

Cosa intendo per attrito?

Semplicemente qualunque cosa che ostacola, rallenta e poi spesso uccide il normale flusso che tu desideri seguano i tuoi clienti nel tuo percorso di vendita o di contatto con te.

Potrebbe anche essere semplicemente il dubbio che per fissare una prova gratuita del tuo prodotto dal tuo sito sia necessario inserire il numero della carta di credito.

Oppure potrebbe essere il timore che, una volta aderito al tuo servizio, sia poi complicato recedere o cambiare i termini dell'accordo. Sii sempre molto specifico nelle offerte:

- Non serve la carta di credito
- Potrai cancellarti da solo con un clic
- Nessuno cercherà di venderti niente durante la prova gratuita
- Nessuno ti telefonerà a casa
- Etc...

Conoscere in anticipo quali esitazioni e obiezioni potrebbero avere ti aiuta a risolverle e toglierle subito di mezzo.

Al prossimo mese, con la seconda parte "3 Strumenti gratuiti da usare per sapere cosa vogliono i clienti e leggere nella loro mente".

Adesso che abbiamo capito COSA cercare, vedremo al volo DOVE cercare.



## SENSITIVE SKIN & COAT



**ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL  
PAD. 25  
STAND CANADA PAVILION - B49



**AGNELLO** CON PESCE  
PATATE & RISO INTEGRALE  
22% PROTEINE  
12% GRASSI



**COAT ++:**  
Acidi grassi Omega  
3-6-9 e L-cistina per  
una cute sana e un  
manto lucente.



**DENTA ++:**  
Favorisce una buona  
igiene orale e un alito  
fresco.



**DIGESTION ++:**  
Migliora il transito  
intestinale e la  
digestione a beneficio  
della vitalità.

## HIGH QUALITY FOOD

### QUALITÀ SUPERIORE

Ingredienti di prima scelta senza sottoprodotti animali. Senza mais, grano nè soia. Solo conservanti naturali.

**APPETIBILITÀ**  
incomparabile

**FORMULE DEDICATE**  
per i bisogni specifici  
del vostro cane

### TOY & SMALL BREEDS



Chicken

Lamb

### MEDIUM & LARGE BREEDS



Chicken

### SENSITIVE SKIN & COAT



Lamb

### SPECIALTY



Duck

Chicken

distributore esclusivo

**DISEGNAGROUP**

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



[www.petschoice.it](http://www.petschoice.it) - [info@disegnagroup.it](mailto:info@disegnagroup.it) - Tel. 0424 471424

# DIAMOCI UN TAGLIO

UNA NEW ENTRY, MA CON UN'AFFERMATA TRADIZIONE ALLE SPALLE,  
ARRIVA NEL PANORAMA DELLE TOSATRICI PER ANIMALI

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

Ci sono quattrozampe che amano farsi toelettare, altri che invece non gradiscono questo momento e convincerli a "darci un taglio" pare un'impresa quasi impossibile.

Assicurare ai proprietari di poter contare su attrezzature efficienti e che garantiscano un servizio rapido e di sicura riuscita è un punto a favore, oltre che un grande aiuto nel trattare con gli animali più "difficili".

Tra i prodotti più affidabili troviamo sicuramente quelli di Heiniger AG.

## UN'AZIENDA MADE IN SWITZERLAND

L'azienda a conduzione familiare Heiniger AG, fondata nel 1946 a Herzogenbuchsee, è gestita oggi dalla terza generazione con Daniel Heiniger. È tra le aziende leader a livello mondiale nella produzione di attrezzature per la tosatura degli animali. Nel cuore della Svizzera vengono sviluppate e prodotte tosatrici e lame da taglio di alta qualità per pecore, bovini, cavalli, capre e cani. I prodotti sono venduti in 50 Paesi. L'azienda ha un totale di 130 dipendenti: 80 presso la sede centrale in Svizzera, altri 50 presso le filiali in Australia e Nuova Zelanda.

## SAPHIRBASIC

La linea *Saphir* - che vanta da tempo un grande successo - viene integrata con *SaphirBasic* da un'ulteriore tosatrice. La *Basic* è una versione base della *Saphir*, particolarmente adatta ai principianti con un budget limitato. Anche con questo modello i clienti possono comunque contare sulla qualità Heiniger senza compromessi e con le massime prestazioni.

La più recente tecnologia delle batterie agli ioni di litio garantisce un tempo di tosatura fino a due ore, senza bisogno di ricarica. La batteria viene completamente ricaricata in un'ora. *SaphirBasic* è maneggevole, silenziosa e molto leggera.

Questo permette ai professionisti dello *style* per cani, cavalli o mucche e ai veterinari di lavorare senza sforzo e, grazie alle 16 diverse testine di tosatura, di ottenere il risultato finale desiderato. Il pacchetto completo include una batteria ricaricabile, una stazione con un vano di ricarica, un coltello standard numero 10 e utensili per la cura.

## LA LINEA SAPHIR

Nel 2008 Heiniger AG ha lanciato la prima tosatrice per piccoli animali al mondo alimentata da una batteria agli ioni di litio. Nel 2012 la gamma è stata ampliata con l'intramontabile e inconfondibile modello *SaphirStyle*.

Nello stesso anno è stata introdotta sul mercato la tosatrice *SaphirCord* dotata di un cavo lungo 3 metri, con 3.200 doppie corse al minuto, estremamente potente e, con soli 330 grammi di peso, molto leggera.

Precisione, forza e durata, nonché un controllo di qualità completo, sono le massime priorità nello sviluppo e nella produzione dei prodotti Heiniger. (F.C.)



## CATS & DOGS

### LET'S CUT THE CHASE

A new entry in animal clippers, backed by a long standing tradition

Some pets like being groomed, others not at all, and convincing them is a nearly impossible undertaking. Pet owners are reassured by efficient and effective equipment able to ensure a quick and successful service, and besides being a point in your favour, it is also a great help in dealing with difficult animals. And Heiniger AG makes some of the most reliable equipment on the market.

#### A BRAND MADE IN SWITZERLAND

Heiniger AG is a family business established in 1946 in Herzogenbuchsee, and now managed by Daniel Heiniger, the family third generation. Heiniger is one of the leading manufacturers of shearing equipment worldwide; they're based in the heart of Switzerland, where they make quality clippers and blades to shear sheep, cattle, horses, goats, and dogs. Their products are sold in 50 countries. The company has 130 employees: 80 work in their headquarters in Switzerland, the remaining 50 in their branches in Australia and New Zealand.

#### SAPHIRBASIC

The *Saphir* line - that can boast a long standing success - now includes *SaphirBasic*, a *Basic* version of the *Saphir* line, particularly recommended to beginners with a limited budget but offering the same uncompromised quality for which Heiniger is known.

The most recent lithium-ion technology ensures up to two hours of use without recharging. The battery is charged completely in an hour. *SaphirBasic* is handy, quiet and lightweight, therefore allowing grooming professionals and vets to work easily achieving their desired results thanks to its 16 clipping heads. The full package includes a rechargeable battery, a charging station, a number 10 standard knife and caring tools.

#### THE SAPHIR LINE

2008 Heiniger AG launched the first lithium-ion battery operated clipper for small pets in 2008. In 2012 the range grew with the uncomparable *SaphirStyle*. During the same year *SaphirCord* was launched, with its 3 metre cable and 3.200 db/min, extremely powerful and lightweight with its 330 grams.

Precision, strength and durability, as well as thorough quality control are Heiniger main priorities when developing and manufacturing their products.

Perchè più di 500 Pet Shop italiani hanno scelto  
 gli esclusivi prodotti Tropiclean Fresh Breath igiene orale ?



Ti aspettiamo al nostro stand di Zoomark per risponderti !



PRIMA



DOPO



**Fresh Breath è il programma innovativo e completo  
 che favorisce l'eliminazione del tartaro,  
 garantendo un alito più fresco nel cane e nel gatto  
 con 30 prodotti alternativi all'uso dello spazzolino !**

TROPICLEAN FRESH BREATH NON ESEGUE SPERIMENTAZIONI SU ANIMALI



Distribuito in Italia da

**Pets Fitness**  
[www.petsfitness.com](http://www.petsfitness.com)



**ZOOMARK 2019**  
 INTERNATIONAL

Padiglione: 26 Stand: A61-B62

# 25 ANNI DI PASSIONE PER I PET

UNO STAND A ZOOMARK DOVE SCOPRIRE UN'AZIENDA  
CHE HA RADICI PROFONDE E LUNGA ESPERIENZA NEL MONDO DEL PET  
E HA PORTATO IN ITALIA RICERCA, INNOVAZIONE E CURIOSITÀ

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

Pets Fitness sarà presente a Zoomark International 2019 nel padiglione 26, stand A61-B62. Sarà questa l'occasione per ritrovare o scoprire un'azienda che ha davvero profonde radici in comune con proprietari di pet shop e allevatori. Non solo, in occasione di Zoomark per i pet shop sarà possibile effettuare ordini con sconti dal 10 al 20% e ricevere un simpatico elettrodomestico riservato ai clienti più fedeli.

L'azienda nasce in seguito a oltre venticinque anni di esperienza a 360 gradi nel settore: la passione per gli animali da compagnia e la loro cura ha portato Pets Fitness fin dagli anni '80 ad abbracciare con entusiasmo e gestire direttamente diverse attività: un pet shop nel centro della città di Ancona;

l'allevamento di pastori tedeschi "Della Loggia Dei Mercanti", conosciuto in tutto il mondo per la qualità dei suoi esemplari;

consulenza commerciale nel settore allevatori a una delle aziende più importanti nell'ambito del mercato del petfood;

un centro cinofilo inaugurato nel dicembre 2011, con integrata una pensione a 5 stelle per cani.

Queste diverse esperienze hanno permesso di conoscere da diverse prospettive le esigenze e problematiche del mercato pet e di poter valutare con occhio critico le opportunità derivanti dall'immettere sul mercato prodotti nuovi, realmente innovativi.

## LA MISSION

Il logo Pets Fitness spiega bene la filosofia dell'azienda: il cane spensierato che beve da una cannuccia e la scritta Pets Fitness, a significare la ricerca della miglior salute fisica e del benessere dei nostri animali domestici.

## ECCELLENZE

Oltre a essere distributore esclusivo per l'Italia del *Grizzly Salmon Oil*, Pets Fitness è distributore di articoli innovativi di altre aziende internazionali come *Tropiclean* e *Tasty Bone* e di un'azienda italiana a marchio proprio: *Timordo*.

- *Grizzly Salmon Oil*. L'inimitabile ed esclusivo olio di salmone *Grizzly* per cani e gatti, conosciuto in Italia da tutti gli operatori del settore, è considerato unico nel suo genere perché deriva naturalmente e unicamente dal salmone selvatico dell'Alaska. Questa caratteristica saliente permette a questo integratore di avere dei valori di EPA e DHA nettamente superiori ai prodotti concorrenti. L'olio *Grizzly* è un coadiuvante eccellente in tutti i casi di patologie croniche dermatologiche, artriti, insufficienza renale, coronaropatie, opacità e fragilità del pelo e per soggetti inappetenti. È disponibile sul mercato italiano in 5 confezioni in formato da 125 ml a 2000 ml.

- *Tropiclean*. L'azienda statunitense *Tropiclean*, leader del mercato "a stelle e strisce", presenta in Italia attraverso Pets Fitness oltre 30 referenze per l'igiene orale del cane e del gatto e più di 50 referenze dedicate all'igiene della cute del cane e del gatto. Tra i prodotti più richiesti della linea destinata all'igiene orale troviamo *Fresh Breath Clean Teeth*, un gel per cani e gatti utile a combattere la formazione di tartaro anche senza l'uso dello spazzolino. Tra gli altri prodotti per l'i-





giene orale meritano menzione un collutorio spray contro l'alitosi e una schiuma per un alito fresco istantaneo. La linea di prodotti per l'igiene della cute del cane e del gatto, oltre agli shampoo disponibili anche in confezione professionale, presenta lo shampoo a secco *Waterless Shampoo* e gli eccellenti shampoo e colonie *SPA by Tropiclean*. Tutti i prodotti della linea grooming *Tropiclean* contengono estratti naturali di altissima qualità quali papaya, kiwi, cocco, aloe, lavanda, cetriolo, neem e avena.



## GIOCARE A QUATTROZAMPE

I giocattoli per cani *Tasty Bone*, ideali per una masticazione ottimale e naturale, vengono prodotti esclusivamente nel Regno Unito. Nella loro produzione viene utilizzato nylon vergine di altissima qualità e i colori e i gusti artificiali utilizzati sono destinati all'uso umano. Le stravaganti forme attrattive per i cani vengono esaltate da aromi e fragranze quali menta piperita, lampone e menta, fish and chips e molteplici gusti gourmet come bistecca affumicata, carne e vino rosso, cioccolato, formaggio, pollo e timo, pernice, agnello... *Tasty Bone* è un ottimo coadiuvante per l'igiene orale e per tutti i casi di stress da separazione del cane.



I giocattoli per cani *Timordo*, marchio Pets Fitness, sono prodotti in Europa con varie forme e colori e con un ottimo rapporto qualità/prezzo. La loro particolarità è quella di poter inserire nel gioco stesso una succulenta ricompensa per il quattrozampe, un escamotage che lo attrae e lo impegna nella "conquista" del premio. (A.L.)

## CATS & DOGS

### 25 YEARS OF PASSION FOR PETS

A stand at Zoomark where to find a long established company with long standing expertise in the pet world, and that brought to research, innovation and lots more to Italy

Pets Fitness will attend Zoomark International 2019 in hall 26, stand A61-B62. It's the perfect opportunity to either find again or discover for the first time a brand that shares lots in common with pet shop owners and breeders. Moreover, as a special offer during Zoomark, pet shop owners will be able to place their orders with discounts ranging between 10 and 20%, and will receive a funny appliance for loyal customers.

The company was founded after a twenty-five year in-depth expertise in the sector: passion for pets and their care led Pets Fitness to managing various aspects of the trade since the 80's:

- a pet shop in town centre Ancona;
- "Della Loggia Dei Mercanti" German Shepherd breeding farm, renowned worldwide for its quality;
- business consulting in the breeding farm sector to one of the leading manufacturers of pet foods;
- a canine centre, opened in December 2011, with enclosed 5 star hotel for dogs.

Thanks to all this, the company learnt about all the different perspectives, needs and issues of the pet market, and gained the ability to evaluate which products can be introduced to the market and can be really considered innovative.

#### THE MISSION

The Pets Fitness logo represents the brand philosophy: a happy dog drinking with a straw and the name Pets Fitness to indicate the constant efforts to achieve the best possible health and wellbeing for our pets.

#### OUTSTANDING

Besides being exclusive distributor in Italy for *Grizzly Salmon Oil*, Pets Fitness distributes innovative products from other international brands such as *Tropiclean* and *Tasty Bone* as well as their own Italian brand, *Timordo*.

• *Grizzly Salmon Oil*. The unique and exclusive *Grizzly* salmon oil for dogs and cats that has the Italian specialised sector in a buzz already, is considered one of a kind because it's naturally and only derived from wild Alaskan salmon, with higher EPA and DHA values when compared to competing products. *Grizzly* is an excellent support for all chronic skin disorders, arthritis, kidney failure, coronary heart disease, dull and brittle coat, and for pets lacking appetite. Available in Italy in five 125 ml to 2000 ml packs.

• *Tropiclean*. Leading brand from the USA, *Tropiclean* is present on the Italian market with over 30 varieties of oral care products for dogs and cats, and over 50 for skin care. *Fresh Breath Clean Teeth* is one of their most popular oral care products, a gel for dogs and cats that helps prevent tartar formation even without using a toothbrush. Other products that deserve a special mention are a spray mouthwash to prevent bad breath and a mouth foam for immediate fresh breath. Besides shampoos also available in packs for professional use, the skin care line includes *Waterless Shampoo* a dry shampoo, and the *SPA by Tropiclean* line of shampoos and cologne. All products in the *Tropiclean* grooming line contain quality natural extracts such as papaya, kiwi, coconut, aloe, lavender, cucumber, neem and oat.

#### TOYS FOR FURRY FRIENDS

*Tasty Bone* toys support optimum and natural chewing and are made in the U.K. with premium virgin nylon and using artificial flavourings and colouring suitable for human consumption. The outstanding shapes for dogs are enriched with flavours such as peppermint, raspberry and mint, fish and chips and delicious gourmet varieties such as smoked steak, meat and red wine, chocolate, cheese, chicken and time, partridge, lamb... *Tasty Bone* is an excellent support to oral care and in case of dogs suffering from separation anxiety.

*Timordo* is Pets Fitness own brand of dog toys, made in Europe in various shapes and colours and providing excellent value for money. The special feature of these toys is the possibility of inserting a juicy treat inside them, a trick that attracts and entertains the dog keeping it busy trying to win its prize.

# Una strana voglia di cuccioli

LA PSEUDOGRVIDANZA È UNA CONDIZIONE CHE PUÒ COLPIRE TUTTE LE CAGNETTE NON STERILIZZATE, CAUSANDO IN MOLTI CASI PICCOLI DISTURBI E GRANDI ANSIE

Se la cagnetta di casa non è sterilizzata e ha avuto il calore senza rimanere gravida, può insorgere quella che molti chiamano "gravidenza isterica". Non si tratta di una malattia ma può ugualmente creare problemi, perché il proprietario inesperto si trova spaesato di fronte a cambiamenti di carattere e inspiegabili "fissazioni" del proprio animale, per questo è importante che tutti gli operatori del settore sappiano di cosa si tratta esattamente.

## IL CICLO RIPRODUTTIVO

Il ciclo riproduttivo della cagnetta prevede, come è noto, una lunga fase di anestro, ossia di assenza di calore che generalmente dura circa 4 mesi, durante i quali utero e ovaie sono a riposo e nessun odore attrae i maschietti. Nel proestro, cioè la fase precoce del periodo riproduttivo, si verifica uno scolo vulvare sieroso-emorragico che può essere più o meno abbondante: il proprietario si accorge che la cagnetta è in calore e i cani maschi iniziano a girarle intorno, sebbene lei non si mostri molto interessata. La disponibilità all'accoppiamento giunge nella fase dell'estro, in cui avviene l'ovulazione. L'estro dura in media circa una settimana (ma può durare fino a 24 giorni) indipendentemente dal proseguire o meno dello scolo vulvare. Segue poi la fase del diestro, in cui i maschi continuano a proporsi ma ormai senza successo e, se non vi è gravidanza, l'apparato riproduttivo inizia il processo di involuzione, che può durare anche un paio di mesi: esternamente si può notare che la vulva ritorna lentamente ad assumere le dimensioni normali.

## LA PSEUDOGRVIDANZA: COME SI MANIFESTA E PERCHÉ

La pseudogravidanza (o pseudociesi) compare spontaneamente in maniera più o meno evidente alla fine del diestro, cioè della terza fase del ciclo. È il momento in cui in alcune cagnette diventano evidenti certi segni, il più caratteristico dei quali è lo sviluppo del tessuto mammario a volte accompagnato da secrezione di liquido chiaro o lattiginoso, fino ad arrivare a una vera e propria galattorrea (produzione di latte).



Nel contempo la cagnolina tende a mostrare anomalie nel comportamento: può essere più schiva, finanche aggressiva, o al contrario più attaccata al proprietario, può cercare di scavare non solo nel terreno (se disponibile) ma anche nelle coperte e nella cuccia, può mostrare un interesse ossessivo verso cuccioli non suoi, come gattini o in mancanza di meglio oggetti inanimati (pupazzi, pantofole, ecc.) che raccoglie, porta nella cuccia e difende come se fossero i suoi piccoli.

Se viene portata a visita, il veterinario noterà subito lo sviluppo delle ghiandole mammarie e in alcuni casi anche distensione addominale; con una semplice ecografia si potrà escludere la

## Un mito da sfatare

Le statistiche dimostrano che non è vero che la pseudogravidanza, anche ripetuta ciclo dopo ciclo, comporta una maggior predisposizione del soggetto a patologie della sfera riproduttiva (ad es. piometra o neoplasie) rispetto ad animali che non abbiano tali manifestazioni; potrebbe però complicare l'eventuale insorgenza di tumori mammari con la compresenza di ingorgo e mastite.

Una certezza sopra tutte è, del resto, che per evitare il ripetersi di pseudogravidanze in cagnette che mostrano di soffrire particolarmente questa condizione, con grande disagio emotivo sia proprio che del loro umano, la soluzione definitiva è la sterilizzazione chirurgica.

gravidanza e mettere in evidenza l'utero ingrossato, con l'aspetto tipico del diestro.

In effetti si stima che quasi due terzi delle cagne non sterilizzate vadano incontro alla pseudogravidanza dopo ogni calore e quasi nove su dieci almeno due o tre volte nella vita. Come mai la natura ha previsto questa condizione che, come abbiamo già accennato, non può e non deve essere considerata una malattia? Si sa che i cani sono animali fortemente sociali e cercano di vivere in gruppo. Normalmente solo una coppia all'interno del branco si riproduce, tuttavia tutte le femmine conviventi tendono a sincronizzare i loro calori; ciò fa sì che anche l'evento della pseudogravidanza sia sincrono con quello del parto della cagnetta che si è accoppiata, con l'incommensurabile vantaggio di avere molte femmine non solo con senso materno, ma anche con la predisposizione e la reale possibilità di allattare i cuccioli in caso la madre naturale venga a mancare o abbia semplicemente bisogno di aiuto. Ecco spiegato perché, qualora la cagnolina con pseudogravidanza in atto adottasse dei cuccioli o anche dei gattini, la suzione porterebbe ad avere una vera e propria montata latte.

Oltre al normale ciclo ormonale vi sono altre situazioni che possono, in alcuni casi, generare una pseudogravidanza, come gli interventi di sterilizzazione eseguiti in fase di diestro, l'interruzione di terapie progestiniche o la somministrazione di farmaci abortigeni.

## QUANDO E COME INTERVENIRE

Il proprietario la cui cagnetta mostri i comportamenti tipici della pseudogravidanza può anche non accorgersi della secrezione mammaria, che del resto non sempre è facile da notare (a volte è lo stesso veterinario, durante la visita, a evidenziarla con una lieve pressione dell'area intorno al capezzolo), soprattutto se è la prima volta che affronta questo tipo di problema e non riesce, dunque, a dare una spiegazione agli strani atteggiamenti di cui è spettatore. Un aiuto nel capire la situazione viene, oltre che dall'osservazione dell'animale, dal sapere che in un periodo antecedente compreso tra due e tre mesi la cagnetta ha avuto il calore.

Consultare il veterinario è sempre la decisione migliore, sia per determinare con certezza se vi sia una gravidanza in corso, sia per stabilire se siano necessarie le terapie del caso che prevedono l'utilizzo di farmaci per far regredire la produzione di latte insieme a tutti i sintomi correlati. L'attività della ghiandola mammaria può predisporre a ingorgo, infiammazioni e, nei casi più gravi, a vere e proprie mastiti batteriche, soprattutto quando vi sia anche una stimolazione esterna alla produzione di latte, ad esempio per il leccamento di altri animali di casa o della stessa cagnolina.

I farmaci più usati sono quelli ad azione antiprolattinica, ovvero quelli che inibiscono l'ormone che determina la galattorrea: quanto più precoce è la sua somministrazione, tanto più rapida e completa sarà la scomparsa dei sintomi. Se invece la situazione fosse complicata da mastite, verranno impostate le ulteriori terapie del caso.



**ZOOMARK**  
BOLOGNA  
PADIGLIONE 30  
STAND A15



**GIOCHI IN LATTICE**  
**100% NATURALE**



RESPONSABILITÀ  
SOCIALE



FATTO A MANO



ECOSOSTENIBILE



ATOSSICO  
SENZA PVC E BPA

**FARM COMPANY**

DISTRIBUTORE ESCLUSIVO PER L'ITALIA



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



Follow us...

# UN'ESTATE DI FRESCHEZZA

UN CATALOGO RINNOVATO PER OFFRIRE IL MIGLIOR SOLLIEVO  
AI QUATTROZAMPE NEI MESI PIÙ CALDI DELL'ANNO

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**



È un catalogo ancora più ricco quello che Farm Company promuove per la stagione estiva 2019, ampliando notevolmente l'assortimento dei prodotti rispetto allo scorso anno e proponendo ai propri retailer una scelta completa e di qualità anche nel comparto dei prodotti refrigeranti.

## TAPPETINO SÌ, MA DI TENDENZA

La linea di tappetini refrigeranti si amplia con una proposta fashion in stile camouflage che si affianca alla proposta classica in colore blu. I tappetini contengono un gel rinfrescante e atossico che non richiede l'attivazione attraverso il congelamento ma si attiva semplicemente assorbendo il calore del corpo e dissipandolo nell'aria attraverso l'evaporazione. I tappetini risultano così freschi al tatto, permettendo ai quattrozampe di rinfrescarsi gradualmente, invece di distendersi subito su una superficie fredda.



I tappetini sono proposti anche all'interno di un cuscino imbottito, sfoderabile e lavabile in lavatrice, per i cani che desiderano riposarsi e stare comodamente accoccolati su una superficie morbida e fresca allo stesso tempo.

## UNA TUTINA A PROVA DI FERRAGOSTO

Con lo stesso principio di raffreddamento a contatto, Farm Company propone anche la tutina refrigerante, con regolazione a velcro sia sul collo che sulla pancia, proposta in quattro diverse misure e con una fantasia che richiama l'acqua del mare.

## FRESCHEZZA IN CUCINA

Il Catalogo Estate 2019 di Farm Company propone una ciotola refrigerante da riporre in freezer che garantisce acqua fresca fino a 8 ore, oltre a una borraccia

e ciotole da passeggio, per fornire acqua fresca e snack ai nostri cani in qualsiasi momento della giornata, sia a casa che in viaggio.

## PER LE GIORNATE AL SOLE

Giocattoli refrigeranti a forma di palla e ghiacciolo, oggetti galleggianti perfetti per il lancio e il riporto anche in acqua e giocattoli in tessuto Oxford e TPR con varie forme e dimensioni compongono invece la proposta nella categoria toy.



E per una vacanza al mare che si rispetti non possono certo mancare il giubbotto salvagente con pannelli galleggianti *Free Spirit*, un pratico accappatoio in microfibra per asciugarsi appena usciti dall'acqua, salviette rinfrescanti in formato pocket e una crema solare con azione antiossidante che garantisce protezione dai raggi UVA e UVB oltre a ridare corpo e vitalità al pelo.



## APPUNTAMENTO A ZOOMARK

Per conoscere tutte le novità e scoprire il Catalogo Estate 2019 basterà recarsi presso lo stand Farm Company in occasione della prossima edizione di Zoomark International dal 6 al 9 maggio - Padiglione 30, stand A15. Nel corso di questo evento, per l'azienda momento fondamentale di incontro e confronto con i suoi retailer sia fidelizzati che potenziali, Farm Company proporrà ai propri visitatori un percorso esperienziale di scoperta del progetto *Green Corner by Farm Company Per La Natura*.

## UNA SCELTA "VERDE"

Tutti i prodotti che fanno parte del progetto ecosostenibile *Farm Company Per La Natura*, dagli snack alla cosmesi, dalle sabbie per gatti ai giochi, verranno esposti in un contesto *Green* con allestimenti replicabili nei pet shop che vorranno seguire la filosofia naturale dell'azienda piemontese.

E sempre nell'ambito della proposta *Green*, Zoomark International sarà l'occasione per ufficializzare la nuova distribuzione esclusiva per l'Italia del brand

*Lanco*. Farm Company proporrà infatti nel proprio assortimento una vasta gamma dei prodotti realizzati a mano dall'azienda spagnola, utilizzando solo lattice naturale proveniente dalla linfa di *Hevea Brasiliensis* (albero della gomma). Ad affiancarla anche gli altri importanti marchi già presenti da molti anni nel catalogo Farm Company quali *BecoPets* e *KONG*, per rafforzare sempre più l'im-

pegno dell'azienda di fornire ai propri clienti un assortimento di qualità, innovativo e contemporaneamente attento al contesto sociale e ambientale. (L.D.)



## DOGS

### A FRESH SUMMER

Renewed catalogue to cool our furry friends in the warmest months

Farm Company is promoting a richer and broader catalogue for summer 2019, providing retailers with a complete and quality choice even in the cooling products department.

#### TRENDY MATS

The range of cooling mats broadens with a fashionable camouflage pattern alongside the existing blue one. These mats contain a refreshing and non toxic cooling gel That doesn't need to be placed in the freezer but activates by absorbing body heat and dispersing it in the air through evaporation. Mats are therefore fresh to the touch and pets can enjoy gradual cooling, rather than trying to relax on a cold surface.

There are also mats to be placed inside a washable padded pillow, for dogs wishing to cuddle up comfortably on a soft and fresh surface.

#### A COOLING JUMPSUIT FOR THE WARMER MONTHS

Farm Company used the same cooling on contact technology to create a cooling jumpsuit, adjustable with Velcro straps on the neck and belly, available in four sizes and a pattern reminiscent of seawater.

#### FRESH IN THE KITCHEN

Farm Company 2019 summer catalogue also includes a cooling bowl, to be placed in the freezer, able to ensure fresh water for up to 8 hours, besides a walking water bottle and bowl to use at home or outdoors.

#### FOR THOSE SUNNY DAYS

There is also an array of cooling toys in the shape of balls and ice lollies, as well as floating ones perfect to throw.

If you plan on going to the seaside you're going to love *Free Spirit*, a life vest with floating panels, the practical microfiber bathrobe, pocket size refreshing wipes, and anti-oxidant sun cream able to protect from UVA and UVB sun rays, besides giving body and vitality to the coat.

#### LET'S MEET AT ZOOMARK

To find out about the latest news and the 2019 catalogue, come to the Farm Company stand at the upcoming Zoomark International, from the 6th to the 9th of May - Hall 30, stand A15. During the event, which the company considers a crucial moment to meet and exchange ideas with his loyal and potential retailers, visitors to the Farm Company stand will be able to learn more about the *Green Corner by Farm Company For Nature (Per La Natura)* project.

#### A "GREEN" CHOICE

All products in the *Farm Company Per La Natura (For Nature)* sustainability project, from snacks to care products, cat litters and toys, will be showcased in a *Green* backdrop with layouts that can be fitted in shops too. And in keeping with the *Green* offer, during Zoomark International the company will officially announce its being exclusive distributor in Italy for the *Lanco* brand. Farm Company will include in its catalogue a wide range of handcrafted products by the Spanish brand, all made with only natural latex from *Hevea Brasiliensis* lymph (gum tree). There are also going to be all the other brands represented by Farm Company, such as *BecoPets* and *KONG*, to better show customers their quality, innovative and eco friendly catalogue.





# MENO ASCIUTTO E CON ERBE SALUTARI

UN PRINCIPIO FONDAMENTALE, SEMPLICE ALL'APPARENZA, COME LA PRESENZA  
DI UNA MAGGIORE PERCENTUALE D'UMIDITÀ, FAVORISCE UNA MIGLIORE DIGESTIONE

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

Cosa otteniamo se sommiamo + umidità + carne fresca + appetibilità + digeribilità? La linea *LD Less Dry* di Olistika Vet Line.

La formulazione di *Less Dry*, che significa "meno asciutto", nasce dall'esigenza di umidificare la razione e dalla raccomandazione che i veterinari fanno continuamente ai proprietari di far bere a sufficienza il cane quando viene alimentato con le crocchette tradizionali. La stessa raccomandazione giunge anche da Olistika che, in etichetta e nelle sue tabelle nutrizionali, consiglia sempre di umidificare il pasto, aggiungendo acqua o alcune dosi di paté alla razione.

## L'IMPORTANZA DELL'ACQUA

Un pasto più umido consente all'organismo di richiamare meno saliva, quindi meno acqua per la preparazione del bolo alimentare, indispensabile per iniziare il processo digestivo. Ma spesso anche se il proprietario lascia acqua a disposizione, quando somministra le crocchette asciutte, il cane non ne assume a sufficienza. La tendenza dell'animale è quella di masticare poco e consumare voracemente la razione, per poi tornare al gioco o alle sue attività dimenticandosi di bere. Quindi, anche lasciando acqua nella ciotola non è sempre garantito il ripristino dell'umidità sufficiente alla preparazione del bolo, alterando il bilancio idrico dell'organismo e le funzioni digestive. Le formule delle speciali crocchette *LD Less Dry* garantiscono invece la corretta dose di umidità che produce effetti positivi, evidenti anche sulla digeribilità. L'organismo infatti deve produrre meno sostanze per ripristinare la percentuale fisiologica di acqua presente nel bolo alimentare. Inoltre l'appetibilità è eccezionale.

## UN SISTEMA DEL TUTTO INNOVATIVO

Questo principio fondamentale, semplice all'apparenza, della maggiore percentuale d'umidità, non è facile da realizzare tecnicamente con il metodo classico di estrusione. Ecco perché Olistika ha utilizzato un sistema del tutto innovativo in cui il processo di cottura prevede temperature più basse e un tempo più breve.

I vantaggi? L'alta percentuale di carne fresca del 30% conferisce un concentrato di liquidi, ricchi di enzimi, sali minerali e vitamine, che innalzano la soglia di appetibilità. L'ulteriore percentuale di carne disidratata, 20%, e la bassa percentuale di riso, fanno in modo che ogni pasto induca un innalzamento glicemico molto basso, riconducibile a quello fisiologico dell'alimentazione con cibo fresco. Nel monitoraggio della risposta glicemica è infatti risultato minimo l'innalzamento di insulina e glicemia, in quanto i carboidrati utilizzati sono stati ottimizzati riducendo il riso (17%-20%) per ottenere un prodotto low grain in linea con la logica Vet Line. Inoltre tutta la linea è monoproteica in quanto contiene unicamente carne di agnello, quindi una sola proteina di origine animale altamente digeribile.

La crocchetta più umida ha anche una consistenza meno dura rispetto alle crocchette tradizionali e ne può beneficiare la masticazione dei cani più delicati, come anziani, convalescenti, cuccioli o razze toy.



## I PLUS DI OLISTIKA

Per ottenere un prodotto dalle caratteristiche così elevate e di tale palatabilità e digeribilità come *LD Less Dry* e come gli altri alimenti della linea *Vet Line* per cani e gatti, Olistika si avvale di stabilimenti dotati di tecnologie avanzate, dove vengono lavorate materie prime selezionate e certificate a ciclo continuo. L'utilizzo di un'unica fonte proteica, unitamente a una specifica fonte glucidica sopperisce, nella maggior parte dei casi, a molti problemi causati da intolleranze alimentari. Le proteine vegetali ottenute da piselli, favino e polpa di barbabietola consentono di ottenere un elevato valore proteico che permette di ridurre al minimo la percentuale di cereali. Nelle formulazioni al pesce l'alto contenuto di omega 3 viene apportato direttamente dal pesce fresco e disidratato, mentre le formulazioni alla carne vengono integrate con omega 3, lino e olio di pesce ad alto contenuto di EPA e DHA. I lieviti utilizzati sono incapsulati per ritardare la fermentazione, in modo da non generare reazioni allergiche. Grazie a queste caratteristiche gli alimenti presentano la massima appetibilità. I continui controlli sulle materie prime, la certificazione e titolazione del principio attivo delle erbe, nonché la certificazione degli istituti universitari sul prodotto finito, qualificano la produzione Olistika e ne fanno un prodotto di altissima qualità.



### ERBE TITOLATE E CERTIFICATE

È importante sottolineare le integrazioni erboristiche, fornite e certificate dai laboratori Bioplanta, la cui efficacia è testimoniata dall'approvazione dell'Associazione Italiana di Fitoterapia e Fitofarmacologia. Negli alimenti *Vet Line* ogni referenza ha le sue erbe

e ogni erba ha il proprio principio attivo. Lino con efficacia antitumorale, contro diverticolite, stitichezza, colon irritabile. Acerola per ipovitaminosi C, gravidanza e allattamento, malattie da raffreddamento. Ortica folia indicata per patologie della pelle, astringente. Santoreggia utile in caso di infiammazione respiratoria, bronchite. Agrimonia per forme diarroidiche, astringente, antinfiammatoria. Timo come antibatterico, espettorante, fungicida, epatoprotettore. Lievito di birra, regolatore epatico, rafforza denti e unghie, favorisce la crescita. Aglio, antisettico, antibatterico, fluidificante, espettorante, repellente, antiparassitario. Fucus per ipotiroidismo, metabolismo rallentato, stipsi. Fieno greco indicato per disturbi della nutrizione e della crescita, magrezza, come tonico anabolizzante e ricostituente. Echinacea con la sua efficacia immunostimolante, antinfuenzale, antinfiammatoria, antivirale. Ginseng che aumenta l'efficienza fisica e psichica. Tarassaco, indicato per disturbi digestivi, stimolatore biliare, depurativo, diuretico. Eleuterococco indicato per raffreddore, influenza, infezioni bronchiali, antistress, è anche tonico adattogeno.

### DAI PRIMI MESI ALL'ETÀ ADULTA

La gamma *LD Less Dry* comprende formulazioni per tutte le fasi di sviluppo del cane, dallo svezzamento all'età adulta:

- *Primi mesi;*
- *Accrescimento;*
- *Adulti;*
- *Adulti taglia piccola.*

Sono disponibili in diversi formati, sia nel sacco da 1 e 3 kg che nella scatola da 12 kg contenente 3 confezioni da 4 kg ciascuna, in modo da salvaguardarne la fragranza e migliorarne la conservazione.

### VISIONE TOTALE

Olistika è un marchio che da anni è sinonimo di esperienza negli studi di ricerca e nelle formulazioni specifiche nell'ambito del pet food. Inoltre l'azienda non utilizza ingredienti geneticamente modificati ed è cruelty free, non effettua quindi alcun tipo di sperimentazione o maltrattamento su animali. I prodotti non contengono glutine e le carni scelte provengono da allevamenti italiani certificati. Le formule monoproteiche consentono di praticare una dieta a esclusione dando così al veterinario la possibilità di scegliere la proteina più indicata.

Come spiega anche il nome - "olos" dal greco "visione totale" - le formule sono studiate pensando alle sinergie dei vari componenti per ottenere un prodotto completo e più salutare. (G.P.)

## DOGS

### LESS DRY AND HEALTHY HERBS

A higher percentage of dampness: a fundamental yet apparently simple principle that also supports a better digestion

What is the result of + dampness + fresh meat + palatability + digestibility? *LD Less Dry* line by Olistika Vet Line.

*Less Dry* formula is born after the need of adding dampness to the meal and after veterinary recommendation of making sure dogs drink enough when they eat traditional kibbles. Olistika also recommends increasing the dampness of meals on the label and nutritional chart of products, by adding water or some pate.

#### THE IMPORTANCE OF WATER

A wetter meal requires less saliva, thus less water to create the cud, which is essential to start digestion. Sometimes, even if owner leave water at dogs' disposal with dry kibbles, the pet does not drink enough. Dogs tend to chew little and to eat the meal quickly, forgetting to drink. Even if there is enough water left in the bowl, there might not be enough dampness to create cuds, altering the organism water balance and related digestive functionality.

*LD Less Dry* special formula ensure the right dampness with positive effects on digestion as well. The organism has to produce fewer substances to restore the physiologic percentage of water present in the cut. Moreover, they ensure exceptional palatability.

#### INNOVATIVE SYSTEM

It is a fundamental yet apparently simple principle: an increased percentage of dampness is not easy to obtain with traditional extrusion. That is why Olistika used an innovative system with lower cooking temperatures for a shorter time.

The elevated percentage of fresh meat (30%) provides more liquids, rich in enzymes, mineral salts and vitamins, to increase the palatability level. Dehydrated meat (20%) and low quantities of rice cause a low glycaemic peak, similar to the physiological peak obtained with fresh food. This reduces the growth of insulin and glycaemia: rice reduction (17-20%) ensures a low grain product, in line with *Vet Line* philosophy. Moreover, all products are single proteins and contain lamb only: a single protein source that is also extremely digestible. More wet kibbles also feature a softer texture compared to traditional kibbles: they are suited for delicate dogs such as senior, convalescent dogs, puppies or dog breeds.

#### OLISTIKA FEATURES

In order to ensure an elevated quality product, palatable and digestible such as *LD Less Dry* and as other *Vet Line* products for cats and dogs, Olistika relies on plants with modern technology as well as selected and certified raw ingredients processed in loop. A single protein source, combined with a specific source of carbohydrates, usually takes care of most problems caused by food intolerances. Vegetable proteins from peas, little fava beans and beetroot pulp ensure an elevated protein intake in order to reduce the percentage of cereals at minimum levels. Fish formulas ensure elevated quantities of omega 3 thanks to fresh and dehydrated fish, while meat formulas are supplemented with omega 3, linseed and fish oil that provide elevated quantities of EPA and DHA. Yeasts are encapsulated in order to slow down fermentation and avoid allergic reaction. These features ensure the utmost palatability. Constant controls on raw ingredients, certification and standardization of herbs' active principle as well as the certification of University institutes on the finished products qualify Olistika products, placing it at the top of the pet food sector.

#### STANDARDISED AND CERTIFIED HERBS

Herb supplement, provided and certified by Bioplanta laboratory, are certified by the Italian Association of Phytotherapy and Phytopharmaceuticals. Each *Vet Line* product has its own herbs and each herb has an active principle. Flax with antitumoral effect, against diverticulitis, constipation, irritable bowel syndrome. Acerola for hypovitaminosis C, pregnancy and lactation, colds. Ortica folia suited for skin ailments, astringent. Savory is useful in case of respiratory inflammation, bronchitis. Agrimony against diarrhoea, astringent, anti-inflammatory. Thyme with antibacterial, expectorating, fungicide, hepatoprotection effect. Brewer's yeasts, liver regulator, strengthening effect on teeth and nails, growth supporting. Garlic with antiseptic, antibacterial, fluidifying, expectorating, repelling, parasitocidal effect. Fucus for hypothyroidism, slow metabolism, constipation. Greek hay is suited for nutrition and growth ailments, thinness, with anabolic tonic effect. Echinacea with immune-stimulating, anti-flu, anti-inflammatory, anti-viral effect. Ginseng increases physical and psychic efficiency. Dandelion is suited for digestive ailments, to stimulate bile, purification, diuresis. Siberian ginseng is suited for cold, flu, bronchial infection, as anti-stress and adaptogenic tonic.

#### FROM FIRST MONTHS TO ADULTHOOD

*LD Less Dry* includes formulas for all life stages of dogs, from weaning to adulthood: *First months*, *Growth*, *Adult* and *Adult small breeds*. They are available in various sizes: 1 and 3 kg bags or 12kg boxes with three 4kg bags, in order to preserve their fragrance and durability.

#### COMPLETE VISION

For years, Olistika brand has been the symbol of experience in research studies and specific formulas in the pet food sector. Moreover, the company uses no GMOs and it is cruelty free: no tests on animals are carried out. The products do not contain gluten and meat come from certified Italian farms. Single protein formulas ensure an exclusion diet, so that veterinarians can choose the best protein. The name comes from Greek "olos", which means "complete vision": Olistika formulas have been developed with special attention to ingredient synergetic combination, in order to produce extremely healthy products.

# Razze a confronto

L'ABISSINO, ELEGANTE,  
FURBO E VELOCE  
E IL SINGAPURA,  
MINUTO MA ATTIVO  
E INTELLIGENTE,  
ENTRAMBI PERFETTI  
PER LA VITA  
IN FAMIGLIA

## LA STORIA

**ABISSINO.** Il nome gli è stato attribuito in Inghilterra in occasione di una mostra nel lontano diciottesimo secolo perché alcuni esemplari provenivano dall'Abissinia, ma le sue origini si perdono nei tempi e si suppone risalgano al Sud-Est asiatico in quanto la sua morfologia, e in particolar modo il suo pelo, presentano caratteristiche simili a soggetti che vivono ancora oggi in quell'area vastissima. Il ticking (il singolo pelo ha diverse bande di colore, normalmente tre) rende inconfondibile il mantello di questa razza: a guardarlo mostra infatti una colorazione ma, se si accarezza contropelo, cambia completamente.

**SINGAPURA.** Originario della penisola di Singapore, era il classico gatto randagio che si poteva incontrare per le vie della città fino a quando, nel 1970, una coppia di turisti americani ne portò una coppia in patria come "souvenir". Si trattava di appassionati catofili tanto che iniziarono una selezione importando altri esemplari per continuare e migliorare le caratteristiche morfologiche fissandone le caratteristiche. Nel 1984 nacque il primo club per difendere la razza e raggiungere il traguardo del riconoscimento, ottenuto alla fine degli anni '80 presso le principali Associazioni Feline Internazionali con il nome di singapura, ovviamente derivato dal luogo di provenienza. La FIFe lo ha ufficialmente riconosciuto a partire dal 1 giugno 2014. Data la sua selezione recente, è senz'altro un gatto senza una lunga storia anche se, essendo stato localizzato in una determinata area geografica, si è sviluppato con l'aiuto di madre natura nel corso dei decenni.

## LE CARATTERISTICHE

**ABISSINO.** Questo gatto colpisce per la sua eleganza, agilità e bellezza e possiede tutte le caratteristiche che lo fanno rientrare tra i primi nella classifica del gatto ideale. Vivendo con lui si nota quanto sia dolce, rispettoso e affezionato a tutti i componenti della famiglia, soprattutto ai bambini, con i quali trascorre moltissimo tempo giocando e oziando, aiutandoli a modo suo con gli obblighi scolastici e partecipando con grande impegno e gioia ai loro giochi, prestandosi a qualsiasi tipo di attività ludica. È in grado di saltare e camminare tra soprammobili e cristalli senza sfiorarli né farli cadere, ma normalmente preferisce sonnecchiare o dedicarsi alla pulizia del pelo, attività che ottempera con grande impegno e dedizione.

Non si tratta comunque di un gatto di peluche: l'abissino è e resta un formidabile cacciatore, sempre pronto a dimostrarlo catturando ogni genere di preda, insetto, uccello o rettile, che poi mostra orgoglioso. Quando è cucciolo lo si può osservare mentre si apposta in agguato,

pronto a balzare sulla preda che spesso è un membro della famiglia che gli passa vicino, ignara delle sue velleità predatorie.

Ritenuto sacro per tanti anni nelle sontuose dimore degli egiziani che lo adoravano al pari di un Dio per l'opera importante che svolgeva liberando i granai dal terribile flagello dei topi, conserva ora, a distanza di tanto tempo, tutto l'istinto di cacciatore: è furbo, veloce, riesce a spiccare salti altissimi e sa muoversi con la rapidità fulminea tipica dei grandi felini. Tuttavia non è raro che resti per ore a oziare in attesa del ritorno dei bambini o dei membri della famiglia, tutti oggetto del suo divertimento.

**SINGAPURA.** È un gatto minuto, sembra sempre un cucciolo... non raggiunge i 2,5 kg di peso. Intelligente, attivo, giocherellone, si affeziona ai membri della famiglia in cui vive senza problemi. Ama molto stare con i bambini dei quali diventa l'ombra, li segue ovunque non perdendo occasione di giocare e farsi coccolare. Non necessita di cure particolari a eccezione del cambio del pelo stagionale, periodo in cui è opportuno spazzolarlo per togliere il pelo della muta. Ha uno sguardo dolce e occhi magici che sembra implorino sempre una carezza e un gesto d'affetto.





ZOOMARK 2019  
INTERNATIONAL  
PAD. 30 - STAND E56

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](http://www.misterpetsrl.com)

## SINGAPURA



### LO STANDARD DI RAZZA

**ABISSINO.** Di corporatura e lunghezza media, robusto, muscoloso e vigoroso con zampe sottili e lunghe in proporzione con il corpo, piedi piccoli e ovali.

Testa cuneiforme di medie proporzioni con contorni dolci e graziosi, presenta una curva dolce che arriva a un mento ben sviluppato. Naso di media lunghezza. Il muso non è appuntito e il collo è grazioso. Le orecchie sono relativamente grandi e larghe alla base, le estremità, da cui fuoriescono peli, sono leggermente arrotondate e posizionate distanti tra loro. Gli occhi sono grandi, a mandorla e ben distanti tra loro, di colore brillante e molto espressivi. Possono essere ambrati, verdi o gialli con colore puro e intenso circondati dal colore del ticking del mantello.

La coda è larga alla base, abbastanza lunga, finisce a punta.

Il mantello è corto, sottile, setoso e rimane aderente al corpo. Ogni pelo ha due o tre bande di colore e questa è la caratteristica principale della razza, il cosiddetto "ticking", che in sostanza è un'alternanza di bande chiare e scure su ogni pelo.

Il primo gatto abissino riconosciuto presentava la varietà di colore "lepre" caratterizzata dal corpo di colore bruno-arancio picchiettato di nero con almeno tre bande di colore per ogni pelo a eccezione dell'interno delle zampe e del ventre che sono di color albicocca. Venne chiamato in questo modo proprio perché alla vista il mantello appare come quello della lepre, completamente mimetico, tanto da confondersi con la vegetazione.

In seguito è stato riconosciuto anche il mantello "sorrel", con colore di base più intenso, rosso rame con ticking marrone tranne che all'interno delle zampe e sul ventre dove appare un colore rosso fulvo intenso.

Altri colori riconosciuti sono il "blu" che ha ticking grigio scuro su base grigio chiaro con interno zampe e ventre di colore beige; "fawn" con ticking rosa su base rosa-beige con interno zampe e ventre di colore beige pallido; "silver" con base argento chiarissimo quasi bianco con ticking in uno dei colori sopradescritti cioè lepre/silver, sorrel/silver, blu/silver, fawn/silver.

**SINGAPURA.** Taglia da piccola a media. La sua impressionante caratteristica sta nell'espressività degli occhi, nella larghezza delle orecchie e nel mantello dalla tessitura setosa, ticchettato nel colore nero della seppia.

Corpo e zampe sono in proporzione tale da formare un quadrato, muscoloso e semicompatto, con un buon peso in proporzione alla sua taglia. Collo corto e muscoloso. Petto arrotondato, specialmente nei maschi, zampe di media altezza, eleganti, muscolose e sode. Piedi piccoli e ovali. Coda di media lunghezza, più spessa alla base che si affusola all'estremità.

La testa è un corto cuneo, larga al livello degli occhi, si assottiglia verso i baffi ed è gentilmente arrotondata nella parte frontale. Il profilo forma una dolce curva al di sotto del livello degli occhi. Il muso è corto, largo e smussato, il naso è corto. Il mento è in linea perpendicolare con il naso. Le orecchie sono larghe alla base con le estremità arrotondate, piazzate distanti tra loro; il bordo esterno prolunga le linee della testa. Occhi grandi e ovali evidenziano una leggera inclinazione verso l'alto; sono di un colore brillante che va dal verde al nocciola.

Il mantello è molto corto e aderente al corpo, ha tessitura sottile e setosa. La base può avere tutti i toni caldi dell'avorio (beige chiaro) con le punte ticchettate di colore seppia scuro. Il petto, la parte inferiore del corpo e l'interno delle zampe sono di tonalità più chiara e non ticchettati. Il contorno occhi, il naso e la labbra sono di colore marrone seppia scuro. La punta della coda e i peli tra le dita sono seppia scuro. Il naso è di colore salmone sia chiaro che scuro. I cuscinetti sotto i piedi sono marrone rosato.

Sono permesse strisce all'interno delle zampe anteriori e nella parte posteriore delle ginocchia, il collare aperto e sottili strisce all'esterno delle zampe. Ha marche sul musetto che si estendono dalla fronte e dall'angolo esterno degli occhi verso l'alto, nonché dall'angolo interno degli occhi verso il basso. Lo sviluppo del colore del mantello è molto lento e può durare anche 2-3 anni.

(Le foto del gatto abissino sono di Renate Kury; le foto del gatto singapura sono di Marcin Mank e i gatti appartengono a Norbert Gront, Polonia)

Ti  
**AMU**



DOG COAT COLLECTION 2019 | 2020

La qualità dei tessuti.  
Lo stile ricercato nei dettagli.  
L'ampia scelta di fantasie e misure.  
La nostra nuova collezione è tutto questo.

**Unica ed esclusiva**

Scopri tutta la nostra nuova collezione di abbigliamento  
su [camon.it](http://camon.it) e sui nostri social



 [camon.it](http://camon.it)

**CAMON**  
We love pets

# UNICI ED ESCLUSIVI

È IL MOMENTO DI RINNOVARE IL GUARDAROBA DEGLI AMICI DI ZAMPA

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

Innovazione e qualità sono due obiettivi che da sempre fanno parte del DNA di Camon. È questo approccio al mondo del pet che guida la creazione delle collezioni di abbigliamento, costantemente rinnovate in design, funzionalità e varietà di soluzioni per vestire il cane proteggendolo dal freddo e dalle intemperie, con stile.

## UNA SCELTA SICURA

L'esperienza maturata in oltre trent'anni di presenza nel settore ha permesso all'azienda di sviluppare modelli sempre più in linea con le esigenze dell'animale, in un sapiente equilibrio tra ricerca estetica e funzionalità.

Tutti i modelli si distinguono per la loro eccellente vestibilità e per la qualità dei tessuti, oltre che per accorgimenti che li rendono versatili ed estremamente comodi. Il controllo diretto sullo sviluppo dei capi, effettuato dal team di designer Camon, rappresenta un'ulteriore garanzia per tutti i proprietari e gli appassionati che desiderano offrire il massimo ai propri animali domestici.

## LA NUOVA COLLEZIONE 2019-2020

Questa collezione di abbigliamento risponde al meglio alle esigenze del cane, dei proprietari ma anche dei punti vendita, proponendo una scelta molto ampia di maglioncini, tutine, cappottini, giacche a vento e impermeabili con interno foderato, con interno staccabile, nella versione pocket, leggeri e in tessuto tecnico.



Il team interno di designer ha seguito costantemente tutte le fasi di lavorazione, ottimizzando i modelli sia a livello funzionale che estetico, per essere pienamente al passo con le tendenze e novità del fashion. Ciò fa sì che i capi d'abbigliamento a marchio Camon risultino perfetti anche per l'allestimento delle vetrine e degli spazi del pet shop.

## I PLUS

Un capo d'abbigliamento per cani è realmente utile solo quando sa coniugare la piacevolezza estetica con la praticità. Perché, è bene ricordarlo, la scelta dev'essere guidata anzitutto dalle esigenze di comfort e benessere dell'animale.



È per questo che le funzionalità dei modelli Camon sono la chiave del loro successo:

- la vestibilità è studiata direttamente sulla struttura fisica dell'animale, con numerosi test che hanno consentito di ottimizzare al meglio le soluzioni tecniche proposte;
- i tessuti sono scelti per garantire comfort, leggerezza e protezione;
- i capi sono pensati per un comodo lavaggio in lavatrice;
- numerosi modelli offrono una grande versatilità, adattandosi sia alla stagione più fredda che ai mesi meno rigidi, soprattutto grazie all'interno staccabile;
- l'elevato numero di modelli permette di proporre sia colorazioni adatte ai soggetti maschi che fantasie e dettagli più femminili ma anche capi unisex;
- il vasto assortimento di misure consente di vestire animali di piccola, media o anche grande taglia.

Inoltre una menzione particolare nell'ambito di questa collezione va riservata a ben 4 modelli frutto di una lavorazione interamente made in Italy e all'inserimento di 3 nuovi impermeabili tecnici, che accrescono ulteriormente la completezza della linea.

## L'IMPORTANZA DELLA PROMOZIONE

La nuova collezione verrà promossa e sostenuta da diversi progetti sia all'interno di riviste che online. Ed è stata Milano, con tutte le sue bellezze architettoniche, la protagonista del servizio fotografico, perfetto sfondo per i quattrozampe scelti per lo shooting di quest'anno.

Il backstage video, realizzato durante il servizio fotografico, sarà disponibile all'interno del canale YouTube aziendale mentre, sempre nei prossimi mesi, i modelli della collezione verranno promossi anche tramite i profili ufficiali Facebook e Instagram.

## APPUNTAMENTO A ZOOMARK 2019

C'è fermento per questa nuova edizione di Zoomark International, il salone internazionale dei prodotti e delle attrezzature per gli animali da compagnia che si terrà a Bologna tra il 6 e il 9 maggio. Camon sarà presente con tante novità che spazieranno dalle esclusive linee comfort e cuscineria agli snack, dagli accessori alla nuova linea di abbigliamento presentata in queste pagine. Un motivo in più per non mancare a questo importante appuntamento.

Camon vi dà appuntamento presso il padiglione 26, stand B91-C96. (A.S.)

## DOGS

### UNIQUE AND EXCLUSIVE

It is time to freshen up the wardrobe of pets

Innovation and quality are part of Camon DNA. This approach to the pet world drives the creation of clothing collections, which are constantly renewed as far as design, functionality and solution variety are concerned in order to dress dogs and protect them against cold and bad weather with style.

#### A SAFE CHOICE

The experience gained in over thirty years of business in the pet sector allowed the company to develop models increasingly in line with the pet's needs, combining look and functionality.

All models features excellent wearability, fabric quality as well as special details that make them versatile and comfortable. Direct control on clothes production, carried out by Camon designer team, is a further guarantee for all pet owners and pet lovers that want to provide pets with the best products.

#### NEW 2019-2020 COLLECTION

This collection meets the needs of dogs, owners and retailers at best by offering a broad selection of sweaters, overalls, coats, jackets and raincoats with padding, removable padding, pocket raincoats that are light and feature technical fabric.

The internal designer team constantly follows all developing stages, optimizing their functionality and look in order to be in line with fashion trends and news. Camon clothes are also perfect to set up shop windows and corners.

#### PRODUCT PLUS

Dog clothes are useful when they combine look and comfort. Clothes must be mainly chosen according to the pet's need of comfort and well-being.

That is why the features of Camon clothes are the keys for their success:

- wearability is studied according to the pet's structure, with several tests aimed at optimizing the clothing solutions;
- fabrics are light and ensure comfort and protection;
- clothes can be easily machine washed;
- various models are available to ensure versatility (cold-warm temperatures), especially thanks to removable padding;
- thanks to an elevated number of models, there are colours suited to male dogs, patterns and details suited for female dogs as well as unisex models;
- broad range of sizes available, in order to dress small, medium and even large dogs.

Moreover, the collection includes four models that are completely made in Italy and three new technical raincoats, which further complete the line.

#### THE IMPORTANCE OF PROMOTION

The new collection will be promoted and supported by various projects, both on magazines and online. Milan was the star and excellent background for this year shooting.

The backstage video filmed during the shooting will be available on the company's YouTube channel. The collection will be promoted on Facebook and Instagram official accounts during the next months.

#### SEE YOU AT ZOOMARK 2019

There is great excitement for Zoomark International. The international exhibitions of products and accessories for pets will be held in Bologna on 6-9 May. Camon will be present with plenty of news, ranging from exclusive comfort and pillow lines to treats, from accessories to the new clothing line presented on this magazine. One more reason to be there. Camon is waiting for you in Hall 26, Stand B91-C96.



# VERSO UNA NUOVA ESPERIENZA NUTRIZIONALE

IN RISPOSTA ALLE NUOVE ESIGENZE DEL MONDO PET ECCO LA NUOVA LINEA  
PRODOTTA SENZA CEREALI, CON UNA SOLA FONTE DI PROTEINE ANIMALI  
E CON L'INTEGRAZIONE DI FRUTTA E VERDURA

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

In Italia il 67% delle famiglie vive con un animale da compagnia - uno dei dati più elevati a livello europeo - considerandolo ormai come un vero e proprio figlio. La conseguenza è che i proprietari dedicano particolare attenzione alla salute dei loro pet e richiedono sempre più tipologie di alimenti che rispettino la loro natura specifica.

Assistiamo pertanto a una crescita di alimenti di fascia premium e particolarmente positivo è il trend che riguarda i prodotti naturali, di origine controllata e senza sostanze potenzialmente allergizzanti. Possiamo affermare che la richiesta si spinge sempre più verso alimenti che abbiano gli stessi valori, la stessa qualità e le stesse caratteristiche dell'alimentazione umana.

## NASCE OASY GRAIN FREE FORMULA

Oasy fornisce al mercato la risposta adeguata alle nuove esigenze del mondo pet e intende offrire una proposta sempre più ampia per coprire tutti i segmenti e le richieste.

Per questo nasce *Oasy Grain Free Formula*, una gamma ideata per una nuova esperienza nutrizionale, con l'obiettivo di favorire la salute degli amici a quattro zampe con prodotti preparati senza cereali, con una percentuale di carne o pesce superiori alla media da un'unica fonte proteica e con l'integrazione di frutta e verdura mutuati dall'alimentazione umana.

La filosofia nutrizionale Oasy rimane la stessa di sempre, fedele ai suoi valori e principi e viene espressa dal Natural Quality Love che assicura l'utilizzo di ingredienti naturali, senza soia e OGM e cruelty-free. Oltre a questa importante garanzia di qualità, la nuovissima linea *Grain Free Formula* è prodotta senza cereali, senza glutine, senza coloranti e aromatizzanti artificiali aggiunti.



## GRAIN FREE FORMULA PER IL CANE

La linea dedicata al cane è disponibile in tre varianti che contengono un'unica fonte proteica animale, *Tacchino*, *Agnello* o *Pesce*. Tutti gli alimenti sono preparati senza cereali per garantire un'elevata digeribilità e rispettare al massimo la natura carnivora del cane.

Differenziata in base al gusto e alla fase di vita, *Grain Free Formula* offre alimenti per cuccioli e cani adulti sia di taglia Small/Mini che Medium/Large nei formati da 800 g, 2,5 kg e 12 kg.

La linea assicura un elevato contenuto di carne e quella fresca è sempre il primo ingrediente di ogni formulazione. Grazie all'innovativa tecnologia *Fresh Meat Injection System*, la carne fresca viene inserita direttamente all'interno del processo produttivo, con il vantaggio di richiedere un



solo trattamento termico prima di trasformarsi in una gustosa crocchetta che garantisce, quindi, una qualità e un gusto eccezionali.

Per offrire un profilo nutrizionale completo, Oasy include anche fonti disidratate e idrolizzate in tutte le sue formulazioni. La percentuale totale di carne o pesce (50%) è posta bene in evidenza sul fronte del packaging per comunicare al consumatore questo importante plus di prodotto. E altrettanto evidente sul packaging è la presenza di una sola fonte di proteine animali, che viene comunicata attraverso l'icona One Animal Protein.

Come fonte di fibra, al posto della polpa di barbabietola, viene utilizzata la mela, per favorire una corretta funzionalità intestinale e fornire l'apporto di fibre solubili e insolubili utili per la salute digestiva del cane.

**50%**



In tutte le formulazioni è presente l'esclusivo Vegetal Complex, un mix di frutta, verdura ed erbe aromatiche che fornisce preziosi antiossidanti, vitamine e minerali per supportare il benessere generale del cane.

#### GRAIN FREE FORMULA PER IL GATTO

La linea dedicata al gatto è disponibile nella variante *Pesce*, sia per gattini che per soggetti adulti, nei formati da 300 g, 1,5 kg e 7,5 kg.

Contiene pesce come unica fonte di proteine animali per offrire la massima digeribilità e un gusto eccezionale che piacerà anche ai palati dei mici



## CATS & DOGS

### TOWARDS A NEW NUTRITIONAL EXPERIENCE

Following the demand of the pet sector, here is the new cereal-free line: single source of animal proteins, supplemented with fruit and vegetables

67% of Italian families live with pets, considered as real children: it is one of the highest percentages in Europe. As a consequence, pet owners pay special attention to the health of their pet and ask for food products that respect their specific nature. There is a growth in premium food, especially for natural products of controlled origin and featuring potentially allergenic substances. The demand increasingly goes towards products sharing the same values, quality and features of human-grade food.

#### OASY GRAIN FREE FORMULA

Oasy provides the adequate answer to the new demands of the pet sector and offers an increasingly broader solution covering all segments.

*Oasy Grain Free Formula* is the range offering a new nutritional experience and supports the health of pets with cereal-free products that contain an above-average percentage of meat and fish from a single protein source, supplemented with fruit and vegetables.

Oasy nutritional philosophy is still the same, loyal to its values and principles. Natural Quality Love ensures natural ingredients, free from GMOs and soy and cruelty free. Besides this important quality guarantee, new *Grain Free Formula* is free from cereals, gluten, added artificial colouring and flavouring agents.

#### GRAIN FREE FORMULA FOR DOGS

The line for dogs is available in three recipes with a single source of animal proteins, *Turkey, Lamb or Fish* and all products are free from cereals to ensure elevated digestibility and to respect dogs' carnivorous nature.

*Grain Free Formula* offers food for Small/Mini and Medium/Large puppies and adult dogs in 800g, 2.5kg and 12kg bags.

The line ensures an elevated percentage of meat, and fresh meat is always the first ingredient listed in the formula. Thanks to the innovative Fresh Meat Injection System, fresh meat is injected directly during processing, undergoing only one thermal treatment before turning into a delicious kibble. Exceptional flavour and quality are ensured.

In order to ensure a complete nutritional profile, Oasy includes dehydrated and hydrolysed sources in all formulas. The global percentage of meat or fish (50%) is clearly visible on the packaging front, in order to convey such important product information to customers. The presence of a single source of animal proteins is also clearly visible on the package, thanks to the One Animal Protein icon. Apple replaces beetroot pulp as source of fibre, in order to support intestinal functionality and to provide fibres (soluble and insoluble) for dogs' digestive health.

All formulas feature the exclusive Vegetal Complex: the mix of fruit, vegetable and herbs provides antioxidants, vitamins and minerals to support dogs' general well-being.

#### GRAIN FREE FORMULA FOR CATS

The line dedicated to cats is available with *Fish*, for both kittens and adult cats, in 300g, 1.5kg, 7.5kg bags.

It contains fish as single source of animal proteins, in order to ensure the utmost digestibility and an exceptional flavour appreciated by the most demanding cats. The elevated percentage of fish (60%) is provided by the combination of fresh, dehydrated and hydrolysed animal sources to ensure a complete nutritional profile and to respect cats' carnivorous nature.

Oasy products for cats also feature the innovative Fresh Meat Injection System technology, to ensure that meat nourishing substances preserve their properties.

Apple, as alternative source of fibres, supports the correct digestion. Cat line also includes the exclusive Vegetal Complex: the mix of fruit, vegetable and herbs provides antioxidants, vitamins and minerals to support dogs' general well-being.

#### DISTINCTIVE IMAGE

The impactful layout and the exclusive blackboard colour combination ensure excellent visibility on shelf, conveying the super-premium quality of *Grain Free Formula*. The image at the centre of the packaging identifies the pet size (Small/Mini or Medium Large) for Dogs or the age for Cats (Kitten/Adult) with an emotional picture embodying the bond of affection between pet and owner. Icons are clear and simple, to easily convey the beneficial effect of the product. The gourmet depiction of the ingredients on the front of the packaging enhances the elevated quality of food.

The new packaging is resistant and handy, thanks to Velcro opening, the product is preserved fresh for a longer time and it can be easily placed on shelves. The bottom and the side of the package provide information to be easily detected on shelf or on floor display.

#### DEDICATED TO SHOPS

Oasy offers plenty of exclusive materials to promote new *Grain Free Formula* line. The 4-floor cardboard display is handy and can contain the whole Cat and Dog range. The original poster and shelf mark add visibility. The leaflet explains the product features.

## Oasy ti aspetta a Zoomark International

Il brand *Oasy* non è semplicemente un marchio di pet food ma un Mondo d'Amore per cani e gatti.

Oltre alla nuovissima *Grain Free Formula*, *Oasy* offre un'ampia scelta di alimenti secchi e umidi disponibili in tanti gusti e formati, prelibati snack e una selezione di lettiere naturali. Tutti i prodotti sono formulati con ingredienti accuratamente selezionati che rispettano la salute e il benessere degli amici animali.

*Oasy* ti aspetta a Bologna, a Zoomark International, per scoprire tante novità e iniziative.



## Oasy is waiting for you at Zoomark International

Oasy is not only a pet food brand, but also a World of Love for cats and dogs.

Besides the brand new *Grain Free Formula*, *Oasy* offers a broad selection of dry and wet food available in several flavours and sizes, delicious treats as well as natural litter. All products feature carefully selected ingredients that respect the health and well-being of pets.

*Oasy* is waiting for all pet business people at Bologna Zoomark International, in order to unveil plenty of news and initiatives!

più esigenti. L'altissima percentuale di pesce del 60% è data dall'insieme delle fonti animali fresche, disidratate e idrolizzate per garantire un profilo nutrizionale completo e rispettare al meglio la natura carnivora del gatto.

Anche per questa linea Oasy utilizza l'innovativa tecnologia Fresh Meat Injection System per l'inclusione della carne fresca all'interno del processo produttivo affinché tutti i nutrienti inclusi mantengano le loro proprietà.

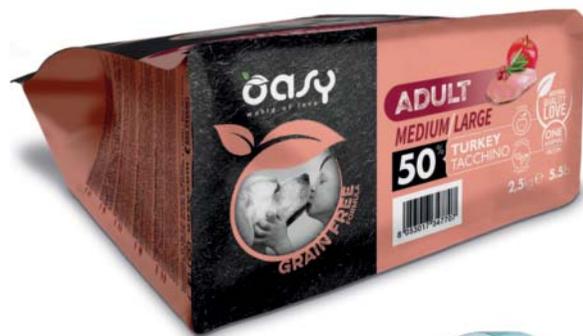
Infine la mela come fonte alternativa di fibra fornisce il giusto apporto di fibre e supporta una corretta digestione. Anche nella linea dedicata al gatto l'esclusivo Vegetal Complex - mix di frutta, verdura ed erbe aromatiche - fornisce preziosi antiossidanti, vitamine e minerali per supportare il benessere generale.

60%

### UN'IMMAGINE DISTINTIVA

La grafica d'impatto e l'esclusiva cromia color lavagna garantiscono un'ottimale visibilità a scaffale e richiamano immediatamente il posizionamento super premium della linea *Grain Free Formula* che si presenta con una forte caratterizzazione visuale. L'immagine al centro del packaging identifica la taglia dell'animale (Small/Mini o Medium Large) per il cane o la fase di vita per il gatto (Kitten/Adult) con una foto emozionale che rappresenta il rapporto d'affetto tra l'animale e il proprietario. Le icone sono chiare e semplici, sintesi delle informazioni verbali, per comunicare in modo facile e immediato i benefici di prodotto. La rappresentazione gourmet degli ingredienti sul fronte della confezione massimizza l'altissima qualità degli alimenti.

Infine il nuovo pack è resistente e pratico e, grazie alla comoda chiusura a strappo, il prodotto si mantiene fresco più a lungo e si posiziona in modo facile e stabile sui ripiani. Nel formato volume il fondo e il lato sono "parlanti" per una immediata individuazione del prodotto sia a scaffale che fuori banco.



### E PER IL PET SHOP...

Oasy si presenta nel punto vendita con tanti materiali esclusivi per proporre la nuova linea *Grain Free Formula*. Il display in cartonato a 4 ripiani, pratico e maneggevole, permette di esporre interamente la gamma Cane e Gatto. La locandina e il pendolino creano visibilità in modo ironico e originale. Infine il folder di presentazione al trade illustra al meglio la novità di prodotto. (F.S.)



**petitamis**<sup>®</sup>  
DAILY CUDDLE

Ancora più **Leggibile**

Ancora più **Resistente**

**Laser**  
**Drop**



Vieni a trovarci  
Padiglione 25  
Stand A108 - A110

Scopri anche la  
**Linea**  **Gold**



# SEMPLICE, SICURO E BUONO... ANCHE NEL NOME

UNO SNACK 100% NATURALE SENZA COLORANTI, CONSERVANTI E AROMI,  
PRIVO DI ZUCCHERI, GLUTINE E LATTOSIO

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

Come scegliere il nome giusto per uno snack, che racchiuda in sé tutte le caratteristiche tipiche del territorio reggiano e che al tempo stesso sia chiaro e tangibile? È bastato soffermarsi sulle sue peculiarità: unico, completamente naturale, fatto solo di "buon formaggio" 100% italiano. Da qui il nome *Buon Formaggio*, che descrive perfettamente la qualità e naturalità del prodotto, oggi migliorato anche nella confezione, dotata di pratica cerniera apri&chiudi.

## LA SCELTA GIUSTA

Gli snack rappresentano un aspetto molto importante nell'alimentazione degli animali da compagnia e vanno scelti con cura. Si rivelano sia un valido complemento della normale alimentazione sia un ottimo alleato durante l'addestramento, come graditissimi spuntini o gustosa gratificazione per il quattrozampe. Lo snack è anche un valido aiuto per far assaggiare al nostro amico di zampa qualcosa di diverso rispetto alla sua dieta quotidiana, che deve comunque rimanere quella principale e più importante. E cosa può esserci di meglio di uno snack 100% naturale?

## BUONO COME IL SUO NOME

*Buon Formaggio by Cliffi* è un appetitoso snack per cani, completamente naturale, ideale come premio e gratificazione nell'addestramento. Solo buon formaggio 100% italiano con una stagionatura minima di 12 mesi. Uno spuntino saporito, sano, genuino, ad alto valore nutrizionale, che fornisce calcio, fosforo e proteine; una dose di energia naturale, senza glutine e senza lattosio. Non contiene coloranti conservanti o aromatizzanti. La confezione sottovuoto mantiene inalterati a lungo la fragranza e il gusto straordinario del prodotto, la cerniera apri&chiudi consente inoltre di conservare al meglio lo snack anche dopo l'apertura della confezione.

## UNO SNACK PER TUTTI

Essendo privo di lattosio, senza glutine e monoproteico, risulta particolarmente adatto anche ai soggetti che manifestano sensibilità digestive o intolleranze alimentari ed è particolarmente indicato anche per i cani atleti che necessitano di energia velocemente fruibile prima e dopo le gare. *Buon Formaggio by Cliffi* si contraddistingue per l'alta digeribilità; è inoltre una buona fonte di proteine ad alto valore biologico, calcio e fosforo.

### DOGS

#### SIMPLE, SAFE AND DELICIOUS

A 100% natural snack, free from colourings, preservatives, flavourings, sugar, gluten and lactose

How to choose the perfect name for a snack, able to evoke all the distinctive features of the Parma region but also clear and tangible? Easy, just think about its features: unique, completely natural, made only with 100% Italian "good cheese".

Hence the name *Buon Formaggio*, which means good cheese and describes the product perfectly, now in a new and improved resealable packaging.

#### THE RIGHT CHOICE

Snacks play an important role in pets diets, and should be chosen carefully. They are both a valid supplement to their nutrition and a great "ally" during training or as a treat.

A snack is also a great help to let pets try a new flavour, and nothing beats a 100% natural snack.

#### BUONO (GOOD) LIKE THE NAME

*Buon Formaggio (good cheese) by Cliffi* is a delicious snack for dogs, completely natural, perfect as a treat or reward during training. Only delicious 100% Italian cheese aged for at least 12 months. A tasty, healthy, genuine snack, with high nutritional value and able to provide calcium, phosphorus and proteins. Gluten and lactose free natural energy, free from colourings, preservatives or flavourings. It's vacuum packed therefore taste and flavour are preserved, and it's resealable too, to preserve freshness once opened.

#### A SNACK FOR EVERYBODY

Being free from lactose and gluten as well as single protein, it's particularly suitable for sensitive or intolerant pets and it's suitable for active dogs that need ready to go energy before and after competitions. *Buon Formaggio by Cliffi* is highly digestible and provides high grade proteins, calcium and phosphorus.

Available in two varieties:

- *Bocconcini (nuggets)* for dogs of any size;
- *Barrette (bars)* ideal for large dogs.

The texture of *Buon Formaggio* provides mechanical teeth cleaning whilst chewing.

#### THE PACKAGING

Bars and nuggets are both packed in 70 g resealable vacuum packs, sold in 12 pc tray-boxes, to enable practical display. The pouches also feature a euroslot so that they can also be hanged. An amazing product offering excellent value for money, supported by a small leaflet for customers.



È disponibile in due versioni:

- *Bocconcini* adatti a cani di tutte le taglie;
- *Barrette* ideali per cani di taglia grande.

La consistenza di *Buon Formaggio*, durante la masticazione, svolge un'azione meccanica di pulizia dei denti.

## LE CONFEZIONI

Sia le barrette che i bocconcini vengono confezionati in sacchetti sottovuoto da 70 g con cerniera apri&chiudi e commercializzati in tray-box da 12 pezzi, per consentire un'esposizione funzionale sia a scaffale che a banco; i sacchetti sono inoltre dotati di euroslot per poter essere anche appesi. Un prodotto eccezionale a un prezzo veramente interessante e vantaggioso, supportato da una piccola brochure per i clienti. (R.G.)



**ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL  
PAD. 30 - STAND B05-C06

**NATURAL SUPERFOOD**



**uno**  
**DI FAMIGLIA**

**DOG CAT FOOD**



DIGERIBILITÀ  
TESTATA  
DALL'UNIVERSITÀ  
DI TERAMO



UNO DI FAMIGLIA

# MERITA BENESSERE E SALUTE

L'UNICO ED INNOVATIVO SUPERFOOD PER IL BENESSERE DEL MICROBIOTA DI CANI E GATTI

La nuova linea di alimenti **UNO DI FAMIGLIA**, approvata e consigliata da veterinari ed esperti, è formulata per nutrire e proteggere il microbiota intestinale di cani e gatti. Oltre a nutrire nel modo più appropriato l'animale secondo le sue peculiarità di carnivoro, favoriscono l'equilibrio ed il benessere del **microbiota**, grande alleato della buona salute.



**CHEMI-VIT srl**

Via Don Milani 5/c, Quattro Castella (RE) Italy - Tel: 0522/887959 ☎ 3381352865  
info@chemivit.com [www.unodifamiglia.com](http://www.unodifamiglia.com)

By **Cliffi**

Uno di Famiglia Social      

# È ARRIVATA LA SPLASH DOG MANIA!

GIOCARE IN ACQUA CON IL QUATTROZAMPE NON SARÀ PIÙ LA STESSA COSA

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

Siamo felici di poter affermare che oggi trascorrere le vacanze con il proprio cane non è più fonte di preoccupazioni o problemi: nel nostro Paese, infatti, il numero di spiagge e di piscine dog-friendly è in continuo aumento e sono sempre di più i luoghi nei quali è possibile recarsi in compagnia dei nostri amati cani. Nei momenti e negli spazi consentiti poter condividere un bagno con il proprio amico di zampa è un'esperienza unica e appagante per animale e proprietario. E per rendere ancora più divertenti i tuffi a "sei zampe" è arrivato *Tuttomio*, il bastoncino atossico che galleggia e rimbalza. Gli amici a quattro e due zampe non sapranno resistere alla "splash dog mania"!

## I BENEFICI DELL'ACQUA

Tutti i cani fin da cuccioli adorano giocare e questa attività ludica dona grandi benefici al nostro amico a quattro zampe sia dal punto di vista mentale che fisico. Il nuoto è inoltre un eccellente esercizio: rafforza il cuore e i polmoni, così come stimola l'intera muscolatura. Rispetto alla corsa pesante o agli scatti su un terreno duro, il nuoto non è faticoso per le articolazioni di anche e spalle e ciò lo rende perfetto per i cuccioli ancora in fase di sviluppo e per i soggetti adulti affetti da qualsiasi problema alle articolazioni. Il cane deve avvicinarsi all'acqua molto lentamente: quando inizia a bagnarsi le zampe nell'acqua più profonda è importante premiarlo, la nostra approvazione sarà la sua sicurezza. *Tuttomio* rappresenta in questo un valido alleato, non c'è niente di meglio del gioco del riporto. Il proprietario deve sapere che non occorre avere fretta, anzi, l'esercizio va ripetuto anche dieci o venti volte, incitando il cane a spingersi sempre un po' più lontano per riprendere il gioco che lo attenderà galleggiando. È importante poi premiarlo con una carezza o, una volta a riva, con un biscotto o uno snack.

*Tuttomio*, grazie alla sua semplicità, è il gioco dell'estate perché è atossico, rimbalza e galleggia. Da oggi è disponibile anche nella versione mini per cani di piccola taglia. (S.C.)



## DOGS

### THE SPLASH DOG MANIA IS HERE!

Playing in the water with your furry friend won't be the same

We're happy to say that going on holiday with your pet is no longer cause for concern or problems: the number of beaches and dog-friendly pools keeps increasing in our Country, just like the number of places where dogs are welcome. Being able to enjoy a swim, when and where allowed, is a unique and amazing experience for dog and owner. And now there's *Tuttomio*, a non toxic floating stick, to make "six legged" swimmers even more fun.

#### THE MANY BENEFITS OF WATER

Since their young age all dogs love playing, and that's very beneficial for them, mentally and physically. Swimming is an excellent exercise able to strengthen heart and lungs whilst stimulating all muscles. In comparison with running or strolling on a hard surface, swimming doesn't strain joints, and it's therefore perfect for growing puppies as well as for adult dogs suffering from joint problems. Dogs should approach water slowly, and once it starts going towards deeper water it is important to reward it, because our approval will reassure it. *Tuttomio* can help because nothing beats a fetch game. Owners should remember to take their time, and repeat the exercise ten or even twenty times if necessary, encouraging their dog to go a little further each time to reach their beloved toy. It's very important to reward it once ashore with a pat, a cookie or a snack.

*Tuttomio* is a simple toy destined to become the rage of the summer because it's non-toxic, bouncing and floating. Now available in the new mini size for small dogs.



enjoy life with

bama  pet



**ZOOMARK**  
INTERNATIONAL  
PAD.29 - STAND D5

# ama il tuo migliore amico



100% PRODOTTI ITALIANI 

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

# DA VENT'ANNI PROTAGONISTA DEL PET SHOP

RESTYLING DEL PACKAGING E DEBUTTO NEL SETTORE DRY PER TAGLIE LARGE:  
ECCO LE NOVITÀ DI UN PRODOTTO SEMPRE PIÙ ATTENTO AL CONSUMATORE ESIGENTE



I cani di taglia grande potranno ora gustare un menu più ricco con l'arrivo di cinque nuove varietà tutte dedicate a loro (ciascuna nel doppio formato da 3 kg e 12 kg) della *Schesir Dry Line*. In occasione del ventennale della nascita del marchio, prosegue infatti l'ampliamento della gamma del secco. Il restyling del packaging era stato avviato qualche mese fa e contestualmente era stata lanciata una nuova varietà per



gatti, *Sterilized&Light Ricco in Pesce* disponibile nel formato da 1,5 kg e 10 kg e a breve anche in quello da 400 g, mentre la referenza *Sterilized&Light con Prosciutto* era stata resa disponibile anche nella confezione da 10 kg.

Ma non solo i cagnolini avranno a disposizione più varietà nella ciotola, perché anche le preesistenti linee *Small* e *Medium* vengono ora ampliate con il nuovo gusto *Maintenance* per cani adulti *Ricco in Agnello*, disponibile nei formati da 800 g e 2 kg per le taglie piccole e da 3 kg e 12 kg per le taglie medie.

## UNA PROMESSA DI MARCA BEN CHIARA

Le crocchette per cani di taglia large erano da tempo richieste da un numero sempre maggiore di consumatori e rappresentavano il "tassello mancante" per completare l'offerta a scaffale della linea *Schesir Dry*, sulla quale Agras Pet Foods ha puntato sempre più in questi anni per non limitarsi a offrire solo i prodotti umidi su cui aveva fondato la propria esperienza.

Ben sapendo quanto fosse importante per i pet assumere anche alimenti secchi, dal 2007 l'azienda si è introdotta nel segmento dry con referenze di prima scelta contenenti ingredienti naturali, affinché tutto restasse in linea con la mission del brand.

La promessa di marca di *Schesir* è chiara: ingredienti naturali al 100%, di cui si utilizzano solo le parti migliori, niente conservanti né coloranti, per un'alta digeribilità e una straordinaria appetibilità, come milioni di cani e gatti non mancano di confermare.

E oggi, grazie al restyling del packaging, la linea dry è di più semplice e immediata lettura, per soddisfare anche il consumatore finale più attento, cioè la tipologia di acquirente più numerosa nell'ambito della clientela *Schesir*. Ed è proprio quella che l'azienda intende attrarre a sé, mettendo a sua disposizione un'esperienza da vero leader, in collaborazione con il canale specializzato, il migliore per offrire le innovazioni ai consumatori.

## IN COLLABORAZIONE CON L'UNIVERSITÀ

Il proprietario del cane di grossa taglia può ora scegliere tra 5 diverse varietà, nell'assoluta tranquillità di fornire al proprio fedele amico una formula completa e bilanciata in modo specifico per quella taglia, approvata dal punto di vista nutrizionale dal Dipartimento di Scienze Mediche Veterinarie - Alma Mater Studiorum Università di Bologna, che contribuirà a mantenere il suo benessere giorno dopo giorno.

Quattro varietà sono specifiche per il mantenimento dei cani adulti (*Large Maintenance Adult Ricco in Pollo / Ricco in Pesce / Ricco in Agnello* e *con Prosciutto*), mentre una formulazione (*Large Puppy Ricco in Pollo*) è specifica per cuccioli.



## TUTTA LA QUALITÀ SCHESIR

Ogni ricetta per cani large vanta tutte le caratteristiche dei prodotti Schesir:

- formulata con un'unica fonte proteica animale, che è sempre il primo ingrediente della composizione;
- con ingredienti naturali, più vitamine e minerali, senza coloranti e conservanti aggiunti; dove per naturale si intende l'ingrediente cui non è stato aggiunto nulla e che è stato sottoposto solo a processi fisici tali da renderlo idoneo alla produzione del pet food e a conservarne la composizione naturale;
- facilmente digeribile, come comprovato dai test appositamente eseguiti (digeribilità delle proteine superiore all'85%);
- con ingredienti ad azione prebiotica;
- con lievito di birra e biotina per mantenere il benessere di pelo e cute;
- con omega 3 e omega 6 nel giusto rapporto;
- integrata con una speciale miscela di estratti di piante aromatiche con attività antiossidante sinergica - ben identi-



ficata sul fronte di ogni confezione dalla nuova icona "Extracts with Antioxidant Action" - che difende le cellule dai radicali liberi, consentendo di combattere l'invecchiamento cellulare;

- integrata con glucosamina e condroitina per mantenere una buona funzionalità articolare.

Come tutti i prodotti a marchio Schesir, anche quelli della linea dry sono cruelty free: viene infatti garantito che, in relazione alla loro produzione, non vengono effettuate sperimentazioni cruente su alcun tipo di animale. (A.B.)

## DOGS

### STARRING PET SHOPS FOR 20 YEARS

Packaging restyling and debut in the dry sector for large breeds: here are the news for a product increasingly attentive to demanding customers

Large dogs will now be able to taste a broader menu, with five new recipes (each recipe is available in 3 and 12 kg bags) for *Schesir Dry Line*. During the 20<sup>th</sup> birthday of the brand, the company broadened the dry range. The packaging restyling started a few months ago, together with the launch of a new recipe for cats: *Sterilized&Light Rich in Fish* is available in 1.5 and 10 kg bags (soon also in 400g pouches); *Sterilized&Light with Ham* is available in 10kg bags.

Not only large dogs will have a broader choice: *Small and Medium* lines are now broadened with new *Maintenance* flavour for adult dogs *Rich in Lamb*, available in 800g and 2kg for small breeds and 3 and 12 kg for medium breeds.

#### A CLEAR PROMISE

An increasingly number of customers already asked for kibbles for large dogs: they were the missing piece of the puzzle to complete the offer of *Schesir Dry*. During these years Agras Pet Food focused a lot on the dry line, in order to offer an alternative to wet food, the jewel of the company.

Aware of the importance for pets to eat dry food, since 2007 the company entered the dry food sector with first-choice products with natural ingredients, in line with the brand's mission.

*Schesir* promise is clear: 100% natural ingredients (only the best part is used), no colouring or preserving agents to ensure digestibility and palatability, as proven by millions of cats and dogs.

Thanks to packaging restyling, the dry line is easy to understand, in order to meet the needs of demanding owners, who are the majority of *Schesir* customers. That is why the company offers its experience as real leader, in collaboration with the specialized channel, which is the best channel to provide innovation.

#### IN COLLABORATION WITH UNIVERSITY

Owners of large dogs can now choose among five new recipes, ensuring a complete and balanced formula for large breeds capable to preserve the pet's well-being day after day. The formula has been nutritionally approved by the Department of Veterinary Medicine - Alma Mater Studiorum Bologna University.

Four recipes are dedicated to the maintenance of adult dogs (*Large Maintenance Adult Rich in Chicken / Rich in Fish / Rich in Lamb and with Ham*), and a recipe is dedicated to puppies (*Large Puppies Rich in Chicken*).

#### SCHESIR QUALITY

Each recipe for large dogs can count on all *Schesir* features:

- a single protein source, which is always the first ingredient;
- natural ingredients, more vitamins and minerals, no added colouring and preserving agents. Natural is the ingredient without additive, which was processed in order to be suited for pet food and preserving its natural formula;
- easily digested, as assessed by specific tests (protein digestibility over 85%);
- ingredients with prebiotic effect;
- brewer's yeast and biotin to preserve the well-being of skin and fur;
- with balanced quantities of omega 3 and omega 6;
- supplemented with a special mix of herbs with combined antioxidant effect - clearly visible on each package with the new icon "Extracts with Antioxidant Action" - which protects cells from free radicals, fighting cell ageing.
- supplemented with glucosamine and chondroitin to preserve a good articular functionality.

Just like all *Schesir* products, dry products are also cruelty free: no cruel test on animals has been carried out because of their processing.



# toelettatura

la voce di: **Massimiliano Carluccio**

in collaborazione con **Paola Acco**



Massimiliano Carluccio  
Cell. 3336381426  
massigroomer@gmail.com

*Cresce nel salone di toelettatura di famiglia, a suon di shampoo e spray. Finiti gli studi, avendo una forte passione per l'arte del disegno e per gli animali, segue subito le orme della madre intraprendendo il mestiere di toelettatore con un particolare occhio di riguardo allo stile e alle forme. In breve tempo arriva a occuparsi della gestione del salone e avendo seguito sin da piccolo il mondo delle esposizioni cinofile avvia diverse collaborazioni con vari allevamenti e handlers, preparando soggetti diventati poi campioni nazionali, internazionali e mondiali. Nel 2013 inizia a partecipare a gare di toelettatura conseguendo sin da subito ottimi risultati - medaglie di bronzo, argento e oro oltre a riconoscimenti come il premio per il migliore toelettatore italiano 2014 "Star Grooming Award" - che gli hanno permesso di entrare a far parte del Team Italia vincitore dei mondiali di toelettatura a squadre del 2015. Prende parte inoltre ai successivi mondiali a squadre come coach del Team Grecia dopodiché intraprende un percorso formativo che lo porta nel 2018 a diventare ufficialmente giudice di gara ufficiale EGA (European Grooming Association). Segue diversi gruppi di studio in giro per l'Italia e all'estero, oltre a tenere corsi di formazione.*

## IL SETTER INGLESE

Il setter inglese fa parte del gruppo 7, ovvero quello dei cani da ferma. Si tratta di un cane elegante sia nell'aspetto che nel portamento, caratteristica dovuta anche alla tendenza a portare la testa alta e al suo movimento fluido. Nell'aspetto ha manifestato con il tempo un'evoluzione sempre più evidente che ne ha determinato la differenziazione in due principali profili. Il primo, più apprezzato dai puristi della razza e dai cacciatori, è quello di un cane mediamente leggero, agile e non eccessivamente grande nella taglia con frange di media lunghezza così che possano permettere un movimento più fluido nelle aree di caccia. Il secondo è più legato alla tipologia di setter che ha visto aumentare sempre più quelle che sono considerate qualità estetiche ma non per questo con meno doti per quanto riguarda la vena lavorativa. Entrambe queste concezioni di setter mantengono un denominatore comune, ovvero quello di essere in presenza di un cane molto attivo, di buon temperamento e molto amichevole, qualità che ne fanno un ottimo compagno di vita.



### TOELETTERE IL SETTER INGLESE

La toelettatura del setter inglese si è anch'essa evoluta naturalmente con i cambiamenti che hanno visto mutare i volumi della taglia e la lunghezza del pelo e deve risultare naturale così da poter enfatizzare la silhouette slanciata ed elegante di questa razza.

Prima di procedere è bene specificare che quella che andremo a descrivere è una delle poche toelettature che possiamo considerare "comple-



MADE IN ITALY

www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com

# Crockex Wellness



**ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL  
PAD. 30 - STAND E56



- Prodotti Naturali
- Senza Coloranti e Conservanti
- Frutta e Piante Officinali
- Carne Fresca

## Benessere Quotidiano, Nutrimento secondo Natura



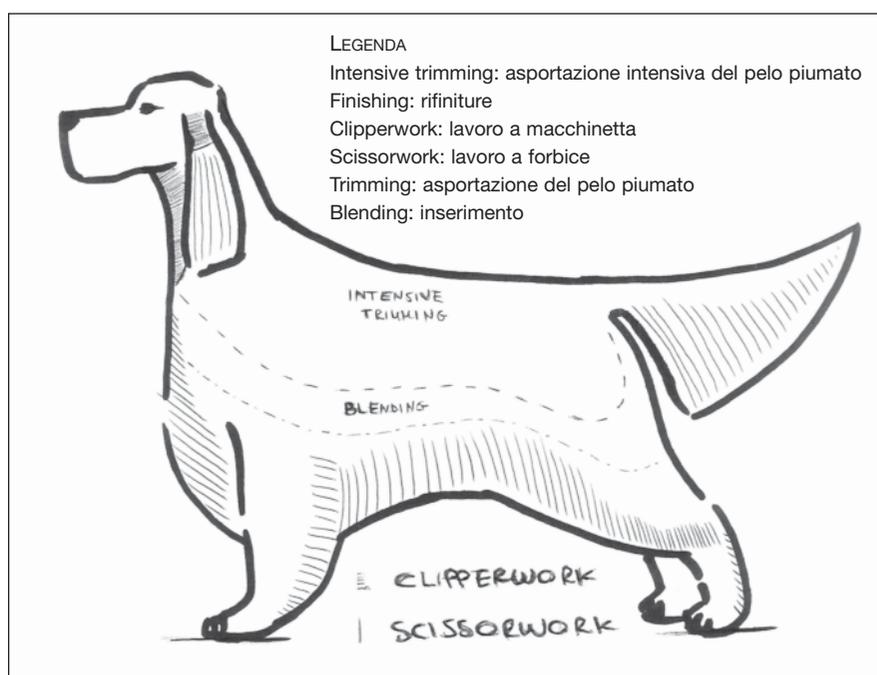
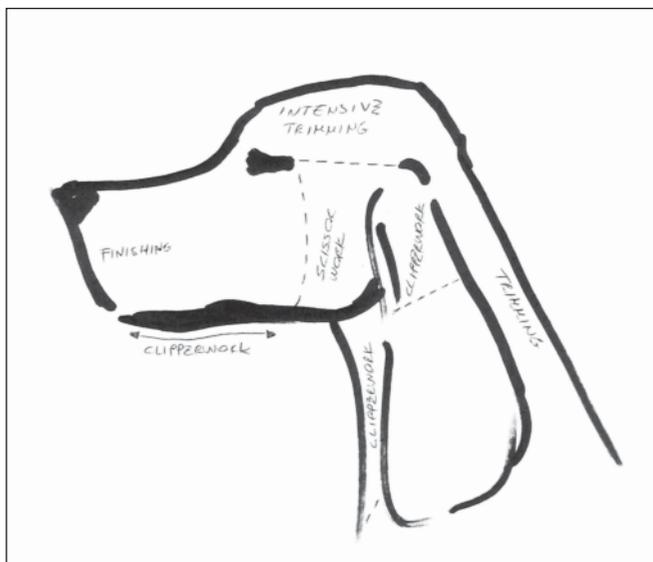
te", poiché prevede l'utilizzo dei tre principali strumenti, nella fattispecie forbici, tosatrice e stripping. In primis dobbiamo enfatizzare la muscolatura della razza e la sua struttura slanciata e la tecnica che andremo ad applicare per iniziare sarà quella di asportare il sottopelo e il pelo piumato che copre il pelo primario, lucente e ben strutturato. Possiamo procedere con diversi strumenti in base ai volumi e alla facilità d'asportazione; partiremo utilizzando uno slantatore, possibilmente a dentatura stretta utilizzandolo nel verso del pelo su tutta la superficie da trimmare - quindi quella non frangiata - ovvero dall'occipite all'attaccatura della coda, sui laterali, torace e spalle. Dopo aver asportato tutto il pelo in eccesso potremo procedere a lavorare le parti corte con la tosatrice. Se invece non siamo riusciti ad asportare tutto il pelo residuo, potremo aiutarci prima con un coltellino da stripping come fosse un pettinino per poi passare alla pietra pomice per fare

un lavoro più meticoloso ed esteticamente pulito. Passando alla tosatrice (andremo a utilizzare delle testine corrispondenti a 1.2 o 1.6 mm), le aree interessate sono quelle delle orecchie, il sottogola, la mandibola e lo scudo anale. Dovremo lavorare sempre nel verso del pelo e per quanto riguarda le orecchie puliremo indicativamente il primo terzo sia all'interno che all'esterno, spingendoci fino alla fine della piega sul profilo interno dalla quale lasceremo poi sviluppare la frangia. Nel caso di un soggetto con poche frange potremo ripulire completamente l'area esterna dell'orecchio sagomandolo con una lama leggermente più alta; per il

sottogola e la mandibola dovremo visivamente immaginare in proiezione frontale un triangolo con la punta rivolta verso il basso, dunque con gli angoli disposti precisamente verso l'attaccatura delle orecchie e in basso verso lo sterno; lo scudo anale lo andremo invece a pulire dal basso verso l'alto, muovendo la macchinetta a mezza luna procedendo verso le rose esterne. L'utilizzo di una testina da 1.2 o 1.6 mm è a nostra discrezione, tenendo in considerazione sempre la densità di pelo presente in modo tale da non lasciare troppo scoperta la cute. Preciso che tutte le aree lavorate con la tosatrice possono essere trattate anche con delle forbici dentate.

Il passaggio seguente è quello di eseguire un corretto *blending* o per meglio dire dei corretti inserimenti tra le parti trimmate e le parti corte. Per svolgere questo lavoro utilizzeremo delle forbici dentate da rifinitura facendo attenzione a non entrare troppo nelle parti lunghe. Passiamo ora alle parti frangiate, dove concentreremo il grosso del lavoro a forbici, ovvero coda, piedi, zampe e tutta l'intera linea inferiore. La coda del setter inglese mantiene una forma a "scimitarra" e la lunghezza deve essere contestualizzata alle restanti parti del corpo: se abbiamo un cane ben frangiato potremo lasciare una coda mediamente lunga, viceversa andremo ad alleggerirla, scendendo dalla punta in diagonale senza mai creare una risalita perché idealmente si deve ben inserire nelle restanti frange, tenendo conto che non può mai superare la punta del garretto. Il garretto deve essere perpendicolare al terreno in modo tale da creare un buon angolo e la sua lunghezza sarà determinata dai restanti volumi delle frange; il piede deve essere compatto, ben pulito e va liberato da tutto il pelo superfluo che fuoriesce e lavorato sia con forbici dritte che dentate per poterlo modellare al meglio. La linea inferiore segue la linea naturale del cane con il suo punto più alto verso la linea della grassella; più volumi abbiamo, più potremo estremizzare la linea del nostro setter. Le zampe anteriori rimangono ben frangiate con la linea della frangia che parte direttamente dal polpastrello tracciando una diagonale che va a inserirsi nella linea inferiore.

Il nostro obbiettivo finale è quello di ottenere una silhouette armoniosa e slanciata che evidenzia le nobili origini e il portamento di questa magnifica razza.



- LEGENDA
- Intensive trimming: asportazione intensiva del pelo piumato
  - Finishing: rifiniture
  - Clipperwork: lavoro a macchinetta
  - Scissorwork: lavoro a forbice
  - Trimming: asportazione del pelo piumato
  - Blending: inserimento



# PROTEZIONE E REPELLENZA DI LUNGA DURATA

## PAPPATACI: una minaccia silenziosa per il cane

In molte zone d'Italia, i cani sono esposti, oltre che a Pulci e Zecche, anche a Pappataci (o Flebotomi). Si tratta di piccoli insetti ematofagi, simili alle Zanzare, ma più piccoli (2-4 mm) e silenziosi (da cui il nome pappa-taci). Si nutrono del sangue del cane e possono trasmettere malattie. Sono diffusi in molte aree nel nostro Paese ed hanno attività stagionale, solitamente il rischio inizia a **Maggio** e dura fino ad **Ottobre**.



## Contro i PAPPATACI, attività repellente e insetticida

Quando i Pappataci minacciano il cane, è possibile trattarlo con un prodotto, che oltre ad agire contro Pulci e Zecche, agisce contro questi pericolosi insetti. Contro il Pappataci è possibile associare all'azione repellente, anche un'azione insetticida: l'insetto perciò non compie il pasto di sangue (**azione repellente** o anti-feeding) e va incontro a morte (**azione insetticida**), riducendo il rischio che il Pappataci vada a colpire altri cani.

Per informazioni dettagliate sulle aree e periodi a rischio per la presenza di Pappataci, è consigliabile chiedere al proprio Medico Veterinario.

# FRONTLINE

## TRI-ACT PER CANI

### SOLUZIONE SPOT-ON



PULCI



ZECCH



ZANZARE



PAPPATACI



MOSCHE  
CAVALLINE

**Frontline Tri-Act** protegge il cane da **Pulci** e **Zecche** ed è repellente e insetticida verso i **Pappataci** e le **Zanzare**. Quando un cane trattato è esposto ai Pappataci, questi non compiono il pasto di sangue sul cane (azione repellente o anti-feeding) e sono eliminati (azione insetticida).

Contro i **Pappataci**, **Frontline Tri-Act** fornisce protezione e repellenza di lunga durata.

**Elimina in 6 ore Pulci e Zecche** e la sua azione dura per 4 settimane. È repellente ed insetticida contro la Mosca Cavallina per 5 settimane e repellente verso le Zanzare per 4 settimane. Può essere utilizzato nei cuccioli a partire dalle 8 settimane di età e di peso superiore ai 2 Kg.

**Frontline Tri-Act** è disponibile, in base al peso del cane, in confezioni da 3 trattamenti e nelle **confezioni da 6 trattamenti** che consentono una migliore gestione del **programma di protezione**.

CHIEDI CONSIGLIO AL TUO VETERINARIO

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



CONFEZIONI DA **3** E **6** PIPETTE

**NON USARE NEI GATTI E NEI CONIGLI.** Leggere attentamente il foglio illustrativo. Tenere fuori dalla portata dei bambini e usare particolare attenzione finché il sito di applicazione non sia asciutto. Non utilizzare nei cuccioli di età inferiore alle 8 settimane o di peso inferiore a quello indicato per ogni confezione. L'uso scorretto può essere nocivo. È un medicinale veterinario, chiedi consiglio al tuo veterinario. Aut. Pub. n. 01-VET-2018

# OGNI PELO AL SUO POSTO

NUOVA IMMAGINE MA LA STESSA ALTA QUALITÀ DI SEMPRE  
PER I PRODOTTI COSMETICI CHE, CON GLI ACCESSORI,  
GARANTISCONO UN RISULTATO PERFETTO

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**



**#1 ALL SYSTEMS®**  
Professional Pet Care Products

in grado di esaltare ancora di più questa linea completa di prodotti professionali per la bellezza del cane e del gatto: shampoo, condizionatori, prodotti rifinitori del mantello, spazzole, cardatori e pettini di qualità, per rispondere a ogni esigenza di toelettatura.

I plus della linea #1 All Systems sono ben noti. I prodotti cosmetici sono formulati con ingredienti vegetali e della più avanzata cosmetica umana, lavorati direttamente dalle abili mani degli esperti dell'azienda produttrice in un

I toelettatori più attenti avranno già notato la nuova veste grafica della linea cosmetica #1 All Systems. Disegnata dalla mano di un artista, presenta un'immagine molto originale e raffinata,



laboratorio specializzato nella produzione di sostanze vegetali sito in California. Vantano inoltre una biodegradabilità al 100% e sono poco schiumosi perché privi di detergenti chimici (e ben sappiamo quanto sia più facile da risciacquare un prodotto poco schiumoso!). È sufficiente poi una piccola quantità di shampoo - mediamente 2/4 erogazioni - per effettuare un bagno di due passaggi, e altrettante di balsamo per il condizionamento del mantello.

L'utilizzo del prodotto diluito garantisce un risultato migliore perché consente una diffusione omogenea e un'applicazione capillare su tutto il mantello, cute compresa; inoltre l'acqua facilita lo scioglimento degli ingredienti esaltandone gli effetti e i benefici.

## AFFIDABILI NEL TEMPO

Per l'asciugatura di tutti i mantelli, specialmente quelli più folti e difficili da trattare, sono ideali i soffiatori in acciaio *Blaster* e *Master Blaster*, affidabili, molto performanti e potenti (4+4 cavalli di potenza e 1100 e 2200 W). Dotati di tubo flessibile ed estensibile di ben





3 metri in neoprene, materiale flessibile e robusto che lo rende indistruttibile, e completo di bocchettoni finali, sono disponibili in diversi modelli, su piedi, su ruote, con placca a muro, neri o colorati, velocità singola o con potenziometro. Il potente soffio regolabile velocizza notevolmente i tempi di asciugatura.

### UN TAGLIO ALTAMENTE PROFESSIONALE

La linea *Born to Groom* è composta da forbici di altissima qualità, realizzate in acciaio di origine giapponese inox Hitachi 440C Rockwell 90. I vari modelli rispondono a tutte le esigenze di toelettatura professionale, ovvero lame lunghe per tagli su barboni (8,5 pollici) e/o simili, modelli più corti (5/6 pollici) ideali per musi, orecchie o Asian Style. La gamma comprende forbici dritte, curve, dentate singole e chunker, anche per i mancini.

Molto leggere, hanno un taglio altamente preciso e l'impugnatura disegnata in vari modelli per soddisfare le esigenze di mani grandi o molto piccole. Le lame si possono regolare grazie alla vite centrale in base al tipo di pelo e del lavoro che il toelettatore deve eseguire.

In particolare, la foto di questa pagina illustra i modelli *Harmony Rose*, 21 cm, dritta con lama a rasoio, ideale per chi preferisce una forcice leggera con una comoda impugnatura in teflon; *Dragon Sword*, una forcice di 22 cm, dritta, con lama a rasoio, che si contraddistingue per lo strass rosso ed è apprezzata da chi è sicuro di sé e vuole ottenere un taglio deciso e la forcice *Chunker* a 23 denti con microdentatura, lunga 20 cm. (A.P.)



### GROOMING TIPS

#### PERFECT HAIR

New image but same usual premium quality for these beauty products and accessories that always grant perfect results

The most discerning groomers surely noticed already #1 All Systems brand new look. Designed by an artist, the new image is original and elegant, emphasizing this complete line of beauty products for dogs and cats: shampoos, conditioners, finishing products, brushes, sleek brushes and combs all able to meet any kind of grooming need.

All the amazing features of the #1 All Systems line are renowned: formulae made with ingredients of vegetable origins, as well as from the highest cosmetics for humans, expertly crafted in the company specialised lab in California. They are also 100% biodegradable and are low foaming, as they don't contain chemical detergents (we all know how much easier it is to rinse a low foaming product). A small amount of shampoo - on average 2/4 sprays - is enough to bathe twice, and the same to condition the coat. Diluting the product ensures better results, because it is easier to apply it evenly over skin and coat; moreover, water helps to dissolve the ingredients, boosting effects and benefits.

#### RELIABLE OVER TIME

*Blaster* and *Master Blaster* are steel blowers ideal to dry coats of all types, especially thicker and unmanageable ones. Highly performing and powerful (4+4 horse power and 1100 and 2200 W), they're equipped with a flexible neoprene hose with end nozzles that can extend for up to 3 metres, long lasting thanks to the sturdy and flexible material they are made with, and available in various models, standing, wheel mounted, wall mounted, black, coloured, single speed or fitted with speed potentiometer. The powerful and adjustable flows speeds up the drying phase.

#### A HIGHLY PROFESSIONAL CUT

The *Born to Groom* line includes premium quality scissors, made with Hitachi 440C Rockwell 90 stainless steel from Japan. The various models meet all kind of professional grooming needs, that is to say long blades for cutting poodles coats, (8,5 inches) and/or similar breeds, shorter models (5/6 inches) ideal to use on snout, ears or Asian Style. The range includes flat and curved scissors, serrated scissors and chunkers, also available for left-handed users. Extremely lightweight and precise, they feature various grips to meet the needs of very small to very large hands. A central screw allows to adjust blades to the kind of coat or job the groomer needs to do. Specifically, the picture in this page shows the models *Harmony Rose*, 21 cm, flat with razor blade, ideal for those who prefer a light scissor with a comfortable Teflon grip; *Dragon Sword*, a 22 cm flat scissor, with razor blade, with appliquéd red rhinestones, and *Chunker*, a serrated scissor with 23 teeth with a 20 cm long micro-toothed blade.

# INNOVAZIONE, GUSTO E SALUTE

NUOVI SNACK ESCLUSIVI CON INGREDIENTI SPECIALI COME I SUPERFOOD,  
IN FORME ORIGINALI O DA MASTICARE A LUNGO

Da sempre all'avanguardia nella produzione di snack per animali da compagnia, Vitakraft lancia sul mercato i nuovissimi *Beef Stick® Superfood*, ricchi di nutrienti benefici per la salute del cane, i *Noshies®* dal gusto unico in tre forme divertenti, i *Super Chomp®*, golosi snack masticativi e le strisce di carne *Meat Me!®*.

## UNA LINEA TRENDY RICCA DI NUTRIENTI

I *Beef Stick® Superfood* sono snack gustosi e ricchi di nutrienti benefici per la salute del cane che vanno ad ampliare la già vasta gamma di *Beef Stick®*, i famosi bastoncini di carne creati da Vitakraft.

Due le nuove varianti: una arricchita con piselli ad alto contenuto proteico e mirtillo rosso naturalmente ricco di antiossidanti che favoriscono la protezione delle cellule; l'altra prodotta con un delizioso ripieno di carote, ricche di carotene, e semi di chia ricchi di acidi grassi omega 3 che favoriscono la salute della pelle e la bellezza del pelo.



## DOGS

### INNOVATION, TASTE AND HEALTH

New exclusive treats with special ingredients such as superfood, long lasting or with original shapes

Vitakraft is always in the vanguard of pet treats. The company launches new *Beef Stick® Superfood*, rich in nourishing benefits for dogs health; *Noshies®* unique flavour in three funny shapes; *Super Chomp®*, tasty chewy treats and *Meat Me!®* meat stripes.

#### TRENDY LINE RICH IN NOURISHMENT

*Beef Stick® Superfood* is the tasty treat rich in nourishing benefits for the health of dogs, which broadens *Beef Stick®* range of famous meat sticks by Vitakraft. Two new flavours available: one supplemented with peas, featuring elevated protein intake, and cranberry, naturally rich in antioxidants that support cell protection. The other flavour features a delicious filling with carrots, rich in carotene, and chia seeds, rich in omega 3 fatty acids that supports skin health and fur beauty.

#### UNIQUE FLAVOUR IN THREE FUNNY SHAPES

*Noshies®* are premium quality treats, healthy and funny. The tasty bites feature feature three funny shapes, plenty of turkey meat and extra quantity of B group vitamins, for a healthy skin and a shiny fur.

Delicate oven baking ensures the special creamy texture beloved by dogs. *Noshies®* contain only the best ingredients and sugar-free recipes, for a tasty and healthy cuddle. They are packed in re-sealable pouches to preserve a long-lasting freshness and pleasure.

#### NEW TASTING EXPERIENCE

*Super Chomp®* is the new chewy treat for pets: sniff, chew and love it.

Two captivating shapes are available: 3-piece sticks for real gourmet dogs and 2-piece cutlet for tenacious chewers! Both versions are highly palatable.

The special processing ensures long-lasting chewing and no dirt left around.

*Super Chomp®* is made in Germany without sugar, artificial colouring or flavouring agents. The product is packed in handy 90g thermoformed trays.

#### THE AUTHENTIC TASTE OF MEAT

New *Meat Me!®* are oven-dried stripes with intense and palatable flavour, thanks to 100% meat and no artificial colouring or flavouring agents.

It is a completely natural treat made in Germany, packed in re-sealable pouches to preserve their freshness.

The classic version is available with *Beef* or with *Chicken*, while *Meat Me!® mini* (suited for mini dogs as well), is available with *Chicken* or *Turkey*. A tasty and palatable treat without added cereals or sugar.



## UN GUSTO UNICO IN TRE FORME DIVERTENTI

I Noshies® sono snack di qualità premium sani e divertenti. I gustosi bocconcini si presentano in tre simpatiche forme, contengono tanta carne di tacchino e un contenuto extra di vitamine del gruppo B, per una pelle sana e un pelo lucido.

La delicata cottura al forno conferisce allo snack la particolare consistenza morbida tanto amata dai cani. I Noshies® sono prodotti con i migliori ingredienti e con ricette senza zucchero per una coccola appetitosa e sana. Confezionati in pouch richiudibile garantiscono a lungo tutta la freschezza per un piacere prolungato nel tempo.

## UNA NUOVA ESPERIENZA DI GUSTO

Super Chomp® è il nuovo e goloso snack masticativo per gli amici a quattro zampe, da annusare, masticare e amare.

È disponibile in due forme accattivanti: stick da 3 pezzi per veri intenditori e cotoletta da 2 pezzi per masticatori accaniti! Entrambe le varianti hanno un'elevata appetibilità.

Lo speciale processo di produzione conferisce allo snack da masticare una consistenza tale da garantire una lunga durata nella masticazione e consente di consumare il prodotto senza sporcare. Super Chomp® viene prodotto in Germania, senza zucchero e senza l'aggiunta di coloranti ed esaltatori di sapidità artificiali. Il prodotto è confezionato in pratiche vaschette da 90 g termoformate.



## IL SAPORE AUTENTICO DELLA CARNE

I nuovi Meat Me!® sono strisce essiccate al forno dal gusto intenso e appetitoso grazie al 100% di carne contenuta, senza coloranti ed esaltatori di sapidità artificiali.

Uno snack totalmente naturale made in Germany confezionato in pouch bag richiudibile per mantenere a lungo tutta la freschezza.

La versione classica è disponibile nelle varianti Pollo o Manzo mentre quella mini, Meat Me!® mini, ideale anche per cani di piccola taglia, nelle versioni con Pollo o Tacchino. Uno snack gustoso e invitante, senza cereali né zuccheri aggiunti. (G.P.)



# IL FUTURO DELLA NUTRIZIONE NON È MAI STATO COSÌ PRESENTE

QUALITÀ E TRACCIABILITÀ DELLE MATERIE PRIME, STUDI DI NUTRIGENOMICA  
E TANTA PASSIONE NELLA CIOTOLA DEL NOSTRO AMICO DI ZAMPA

Sarà Zoomark la vetrina per la presentazione di *Prolife* che da oggi si rinnova integralmente e si arricchisce di preziosi contenuti tecnici e scientifici, frutto delle più avanzate ricerche condotte nell'ambito della nutrizione dei pet.

## L'INNOVAZIONE

La nutrigenomica è una scienza nuova - per quanto fondata sulla natura primordiale di ogni organismo - per la quale non esiste un miglior alimento in assoluto quanto il migliore alimento per le specifiche esigenze del singolo individuo.

Per primi nel panorama mondiale, i nutrizionisti *Prolife* hanno declinato la nutrigenomica nell'ambito della nutrizione del cane e del gatto, cercando di ottimizzare l'impatto dei vari nutrienti sulla risposta dei geni preposti alle varie funzioni vitali, per migliorarne l'efficienza o riattivare le capacità funzionali.



## DALLO STUDIO SCIENTIFICO ALLA CIOTOLA

Alltech® Nutrigenomic System è un complesso di diversi elementi sinergici, organici e naturali: molecole attive utili a favorire l'accensione o il silenziamento dei geni preposti alle principali funzioni vitali in base alla fase biologica del cane e del gatto. È il frutto delle ricerche condotte da un'équipe congiunta di ricercatori Alltech® (azienda americana leader nella produzione di integratori naturali) e nutrizionisti *Prolife*. Ciascun alimento contiene uno speciale blend di nutrienti naturali in grado di agire sui geni preposti a funzioni fisiologiche fondamentali per la fase biologica in cui si trova l'animale, dalla crescita all'età adulta, fino alla senilità.

## LE FONTI PROTEICHE

Tutti gli alimenti della nuova linea *Prolife* sono ricchi in carne fresca disossata e pesce fresco diliscato, riducendo la percentuale di ceneri apportate dalla componente ossea. Si tratta di materie prime in origine destinate al consumo umano, scelte per aumentare l'appetibilità degli alimenti senza dover ricorrere ad appetizzanti di sintesi. Non sono stati aggiunti additivi coloranti e conservanti. È stata esclusa qualsiasi materia prima che apporti glutine. Non sono stati inclusi mais, frumento e prodotti caseari.

## CATS & DOGS

### THE FUTURE OF NUTRITION IS VERY PRESENT INDEED

Quality and traceability of raw ingredients, nutrigenomic studies and a great passion are the ingredients for the bowl of our furry friend

Zoomark will be the launching platform for the completely renewed *Prolife* with its new technical and scientific contents achieved through extensive scientific research in the field of pet nutrition.

#### INNOVATION

Nutrigenomics is a new science - even if based on the primordial nature of organisms - which states that there's no such thing as one single food better than any other, but instead one food that is better to suit the specific needs of each individual.

For the first time in the world, *Prolife* nutritionists brought nutrigenomics to the field of pet nutrition, striving to optimize the effect of each nutrient on the response of genes that regulate vital functions, in order to improve effectiveness or re-activate functional abilities.

#### FROM SCIENTIFIC STUDIES TO THE BOWL

Alltech® Nutrigenomic System is a set of various synergistic, organic and natural elements: active molecules that promote the starting or silencing of those genes responsible for vital functions according to the stage of life of dogs or cats. It's the result of research by a joint team of Alltech® researchers (leading American manufacturer of natural supplements) and *Prolife* nutritionists. Each food contains a special mix of natural nutrients that can affect the genes responsible for essential body functions for the stage of life of the pet, from growth to adulthood, up to old age.

#### THE SOURCES OF PROTEIN

All recipes in the new *Prolife* line are loaded with fresh boneless meat and fish, thus reducing the amount of ashes naturally contained in bones. All raw ingredients are human consumption grade, chosen to increase palatability without using artificial appetite stimulants. There are no added colourings and preservatives, and no raw ingredients containing gluten. There's no corn, wheat nor dairy products.

#### ORIGIN, TRACEABILITY AND TRANSPARENCY

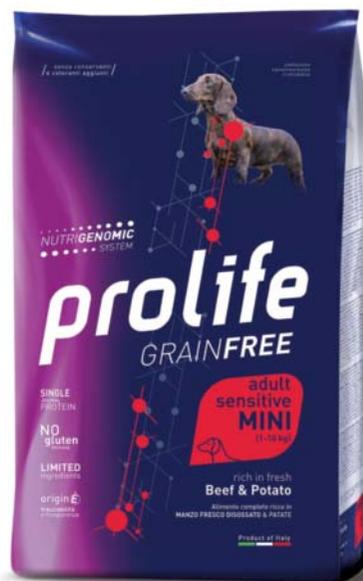
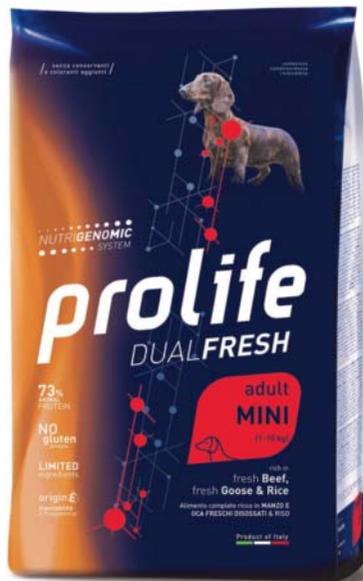
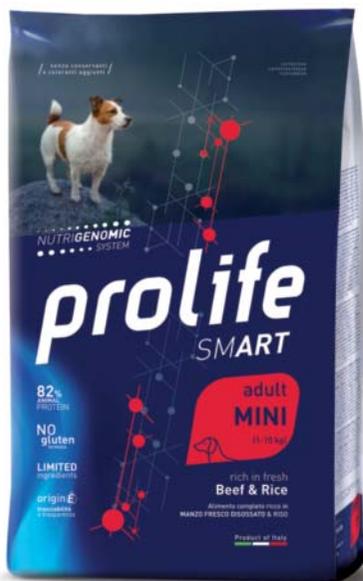
*Prolife* draws its raw ingredients from Nature, hence the decision to make their origin visible through a system of traceable information. About 90% of the raw ingredients used comes from Italy. The origin of each ingredient can be found by clicking on [www.prolife-pet/origine](http://www.prolife-pet/origine) or using the QR Code on each product.

#### THE LINES

The range for dogs includes seven lines:

- **Smart** - a line for dogs in their various stages of life, from weaning to maintenance, and according to size too, from mini to maxi;
- **Dual Fresh** - a great innovation in pet foods, recipes brimming with two non familiar fresh meats: *Duck and Beef, Salmon and Cod, Lamb and Buffalo, Pork and Turkey*. All developed according to size;
- **Sterilised** - sterilized dogs have specific nutritional needs, starting with a low-calorie diet. *Prolife* provides two specific solutions, brimming with fresh pork, for dogs of any size;
- **Lifestyle** - it's a mini-range for dogs whose needs are linked to their lifestyle: for overweight or senior dogs, according to size;
- **Sensitive** - sensitive dogs need a custom diet, and *Prolife* created a line of recipes containing a single source of animal protein: *Lamb, Rabbit and Pork*.
- **Grain free** - the number of gluten sensitive pets keeps increasing and *Prolife* line of gluten and grain free foods with a single source of animal protein is for them, with recipes according to stage of life and size;
- **Extreme** - two nutritional solutions with a high content of animal proteins mixed with: *Boar, Quail and Pheasant* but also *Sturgeon, Trout and Salmon* with pulses, amaranth and quinoa. There are four lines for cats:

- **Lifestyle** - nutritional solutions loaded with either fresh chicken or fresh fish, for a tasty solution to the needs of kittens and adult cats;
- **Dual Fresh** - a range of recipes with two kinds of fresh meat, to ensure taste and wellbeing: *Salmon and Cod, Lamb and Trout, Beef and Chicken*;
- **Sterilised** - sterilized cats need a specific diet such as the ones provided with these recipes loaded with delicious boneless fresh meats and fish;
- **Exigent** - due recipes brimming with fine fresh meat: *Boar, Quail and Pheasant, and Salmon, Trout and Sturgeon*.



### ORIGINE, TRACCIABILITÀ E TRASPARENZA

Proprio dalla natura Prolife attinge le materie prime di cui l'azienda ha deciso di comunicare l'origine, attraverso un sistema di informazioni tracciabili e rintracciabili. Il 90% circa delle materie prime impiegate è di origine italiana. Collegandosi al sito [www.prolife-pet/origine](http://www.prolife-pet/origine) o tramite il QR Code presente su ciascuna confezione da oggi è possibile conoscere l'origine di tutti gli ingredienti presenti in ogni prodotto.

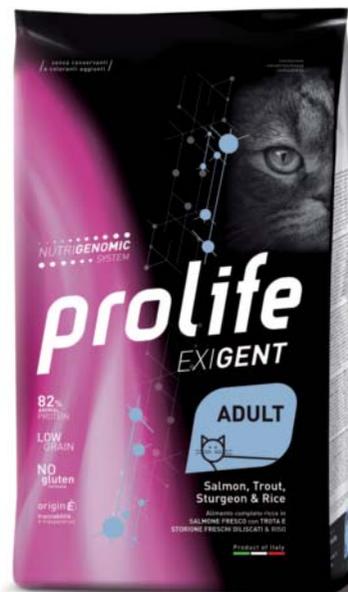
### LE LINEE

Per le esigenze del cane viene proposta una gamma articolata in sette linee:

- **Smart** - linea dedicata al cane nelle varie fasi di vita, dallo svezzamento al mantenimento, e in base alla taglia. Dal mini al cane gigante, alimenti ricchi di gusto;
- **Dual Fresh** - una grande innovazione nel pet food, alimenti ricchi in due carni fresche non familiari: *Oca e Manzo, Salmone e Merluzzo, Agnello e Bufalo, Maiale e Tacchino*. Tutti studiati in base alla taglia dell'animale;
- **Sterilised** - il cane sterilizzato presenta esigenze nutrizionali specifiche a partire da un apporto calorico controllato. Prolife propone due soluzioni specifiche, ricche in maiale fresco, per cani di ogni taglia;
- **Lifestyle** - si tratta di una mini-gamma dedicata ai cani con esigenze legate alla condizione di vita: per il cane in sovrappeso e quello anziano, sempre in base alla taglia dell'animale;
- **Sensitive** - il cane sensibile necessita di un programma alimentare su misura, Prolife gli dedica una linea di alimenti con una sola fonte proteica di origine animale: *Agnello, Coniglio e Maiale*.
- **Grain Free** - con sempre maggior frequenza il cane manifesta sensibilità. Prolife propone alimenti privi di cereali e glutine e una sola fonte proteica di origine animale. Tutti formulati in base alla fase biologica e alla taglia del cane;
- **Extreme** - due soluzioni nutrizionali con un'elevata percentuale di proteine di origine animale mixate con cereali antichi: *Cinghiale, Quaglia e Fagiano* ma anche *Storione, Trota e Salmone* con legumi, amaranto e quinoa.

Per il gatto vengono invece proposte quattro linee:

- **Lifestyle** - soluzioni nutrizionali tutte ricche in pollo fresco o pesce fresco, per rispondere con gusto alle esigenze del gattino e del gatto adulto;
- **Dual Fresh** - una gamma di alimenti ricchi in doppia carne fresca, per coniugare gusto e benessere: *Salmone e Merluzzo, Agnello e Trota, Manzo e Pollo*;
- **Sterilised** - il gatto sterilizzato necessita di un'alimentazione specifica come questi alimenti ricchi in deliziose carni fresche disossate e pesce fresco diliscato;
- **Exigent** - due alimenti ricchi in pregiate carni fresche: *Cinghiale, Quaglia e Fagiano e Salmone, Trota e Storione*. (G.P.)



# Proprio come... Ace Ventura

Lo smarrimento del proprio animale domestico, cane o gatto che sia, getta nello sconforto l'intera famiglia che spesso, soprattutto se sono già trascorsi diversi giorni dalla scomparsa, finisce per perdere le speranze di un suo ritrovamento.

Fermo restando che per i cani è obbligatoria l'identificazione con microchip (facoltativa per i gatti) e che in caso di smarrimento il proprietario dell'animale deve farne denuncia entro 3 giorni alla Polizia municipale e alla ATS o ASL di competenza, ricorrere alle innovative piattaforme sociali come Facebook o contattare i canili della propria zona nella speranza che sia stato accalappiato e portato lì, è senz'altro consigliabile.

Un'idea vincente potrebbe essere anche quella di rivolgersi a *Pet Detective*, una start up innovativa nata nel 2016 grazie ad Andrea Graneli, istruttore cinofilo, e Dario Maffioli, specializzata proprio nel ritrovamento e nel soccorso di animali smarriti.

Negli smarrimenti la tempestività è tutto e il proprietario deve avere ben chiare da subito quali sono le fasi principali di ricerca da mettere in atto.

*Pet Detective* ha sviluppato un protocollo di pronto intervento teleassistito in grado di ridurre al minimo i tempi di intervento e offre assistenza in Italia grazie alla presenza di 15 operatori attivi su tutto il territorio.

Le procedure di ricerca e soccorso si basano sullo studio del comportamento animale e sulla pianificazione strategica delle operazioni

di soccorso; grazie all'utilizzo di nuove tecnologie che riducono i tempi di intervento e consentono di effettuare un'analisi preliminare della situazione di smarrimento, *Pet Detective* offre un servizio di assistenza efficace e personalizzato che, nei primi 5 giorni, consente di registrare l'82% di ritrovamenti: a oggi più di 1.800 proprietari hanno potuto riabbracciare il proprio animale.

La profilazione del soggetto smarrito è un insieme di tecniche volte a identificare e ad analizzare lo scenario di smarrimento, i possibili soccorritori e le dichiarazioni dei testimoni con lo scopo di sviluppare la miglior strategia di intervento per ogni singolo caso.

Nel caso in cui si riveli utile l'impiego dei cani da traccia, soprattutto nei primi quattro giorni dallo smarrimento (periodo in cui i cani possono trovare una traccia fresca e dare indicazioni sulla direzione di fuga) entrano in azione Grace, un bloodhound, e gli altri detective a quattro zampe.

RICORDATE  
IL GOFFO DETECTIVE  
SPECIALIZZATO  
NEL RITROVAMENTO  
DI CANI SMARRITI?  
BEH, I PET-DETECTIVE  
DI CASA NOSTRA  
SONO DECISAMENTE  
PIÙ SERI  
E ORGANIZZATI...



## Bene a sapersi

- In America l'attività di Pet Detective esiste da più di vent'anni: Kat Albrecht, ex poliziotta, ha iniziato nel 1997 in seguito allo smarrimento di uno dei suoi cani, che è stato ritrovato da lei stessa e dal suo bloodhound, già operativo per la ricerca di persone nella polizia.
- Solo la raccolta di più informazioni possibili sull'animale scomparso e sulle cause di smarrimento permette di definire la strategia migliore di intervento per la ricerca e l'ausilio dei cani da traccia risulta utile solo nel 20% dei casi; in tutti gli altri è completamente inutile o addirittura controproducente.
- Il guinzaglio digitale, un dispositivo piccolo, leggero e facile da agganciare a un collare o a una pettorina, è un potente strumento di localizzazione che aiuta a mantenere in sicurezza il proprio animale e si rivela determinante in caso di un suo smarrimento.

## SI PERDONO I CANI... MA ANCHE I GATTI

Cani e gatti sono animali con abitudini completamente diverse e anche in caso di fuga il loro comportamento è molto differente. I gatti, ad esempio, in caso di pericolo tendono a nascondersi nelle immediate vicinanze entrando in una sorta di modalità di protezione che viene chiamata "fattore di silenzio" e che è la causa principale di un mancato ritrovamento, nonostante le ricerche effettuate di persona dai proprietari. Durante questa modalità il gatto non torna al richiamo, restando immobile e in silenzio, senza mangiare né bere per un periodo che può variare dai 5 ai 10 giorni. Per questo motivo, nella ricerca di gatti smarriti i cani non seguono la traccia del gatto ma ricercano il cono d'odore dell'animale che si espande dal nascondiglio in cui si è rifugiato.

Per il cane la situazione è più complicata, poiché spesso l'animale si sposta dalla zona di fuga e può percorrere parecchi chilometri. In questo caso lo studio del profilo animale, del territorio e delle motivazioni di fuga sono fondamentali per individuare la direzione di fuga e la zona in cui il cane deciderà di fermarsi.

Se lo smarrimento va oltre le 48 ore i cani mettono in atto un comportamento particolare, entrano in "modalità selvatica", cambiando completamente il proprio stato mentale e predisponendosi alla sopravvivenza. Da quel momento si comportano come animali selvatici e l'unica cosa importante per loro è trovare un riparo sicuro, cibo e acqua. Un cane in modalità selvatica difficilmente tornerà al richiamo del proprietario, non per il rifiuto di tornare da lui, ma semplicemente per un cambio di stato mentale che gli permetterà di sopravvivere e stare all'erta nel caso della presenza di predatori. In questi casi risulta fondamentale conoscere determinate tecniche di richiamo o l'utilizzo di apposite gabbie di recupero. La procedura per la cattura di un cane in modalità selvatica varia da cinque giorni a due settimane. Una volta di nuovo tranquillo con il padrone il cane esce dalla modalità selvatica e torna a comportarsi come sempre, come se la brutta avventura non fosse mai capitata.

## Indirizzi utili

- [www.petdetective.it](http://www.petdetective.it)
- <https://www.facebook.com/petdetectiveitalia/>

# ABBIGLIAMENTO PER CANI DI TUTTE LE RAZZE

*Prodotto in Italia dal 1995*



[WWW.FASHIONDOG.IT](http://WWW.FASHIONDOG.IT)



**FASHION DOG SRL**

VIA LAGO DI CAREZZA, 11 - CARPI (MO) - 41012 - ITALY  
TEL/FAX 39 059 687984 - [INFO@FASHIONDOG.IT](mailto:INFO@FASHIONDOG.IT)



# NUOVO STILE, STESSA PERFORMANCE

CAMBIA IL PACKAGING DI UNA DELLE LINEE PIÙ AMATE DI ALIMENTI  
PER CANI E GATTI, CON L'INTRODUZIONE DI DUE NUOVE GUSTOSE REFERENZE

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* cambia il look e rinnova il suo pack. Nuova immagine e nuova confezione, dunque, per una linea che conferma la sua efficacia nel trattare le diverse e più comuni patologie dei nostri amici quattrozampe. E, per rispondere in maniera ancora più completa a tutte le problematiche che un veterinario si trova ad affrontare curando la salute del cane e del gatto, la linea si arricchisce di due nuove referenze: *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Renal* ed *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Urinary*.

## SOLUZIONI SPECIFICHE A PROBLEMI SPECIFICI

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* è una linea completa di alimenti dietetici con formulazione monoproteica realizzata con fonti alternative di proteine, impreziosita da ingredienti innovativi, priva di glutine e preservata con tocoferoli naturali. La linea, che rappresenta un'efficace risposta nutrizionale a disposizione del veterinario, è differenziata per taglia (small breed, medium&large breed) e disponibile sia nella versione secco che umido, ed è specifica per il trattamento delle patologie più comuni di cani e gatti.

## INTOLLERANZE ALIMENTARI - HYPOALLERGENIC

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Hypoallergenic* è una linea completa di alimenti dietetici con formulazione monoproteica e moncarboidrato, realizzata con fonti alternative di proteine, ingredienti innovativi, grain free e preservata con tocoferoli naturali. Questa linea, specifica per il trattamento delle intolleranze alimentari, è differenziata per taglia e proposta nella versione secco e umido.

## PATOLOGIE GASTROINTESTINALI - INTESTINAL

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Intestinal* è una linea completa di alimenti dietetici con formulazione monoproteica e moncarboidrato, ideale per cani con patologie infiammatorie, problemi gastrointestinali, maldigestione e malassorbimento. È realizzata con una fonte alternativa di proteine e ingredienti innovativi, è gluten free e preservata con tocoferoli naturali; rappresenta la risposta nutrizionale specifica a disposizione del veterinario per il trattamento delle patologie gastrointestinali. Anche questa linea è differenziata per taglia e disponibile sia nella versione secco che umido.



## ECESSO DI PESO E OSTEOARTRITE - METABOLIC&MOBILITY

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Metabolic&Mobility* è la soluzione specifica per il trattamento del sovrappeso e mira a

favorire la mobilità articolare. La linea completa di alimenti dietetici con formulazione monoproteica è realizzata con una fonte alternativa di proteine, ingredienti innovativi e preservata con tocoferoli naturali. Differenziata per taglia, è disponibile nella versione secco e umido.

### OSTEOARTRITE - MOBILITY

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Mobility* è una linea completa di alimenti dietetici specifica per il trattamento dell'osteoartrite. Con formulazione monoproteica e monocrabidrato, è realizzata con una fonte alternativa di proteine, ricca in ingredienti innovativi, gluten free e preservata con tocoferoli naturali. È differenziata per taglia e si presenta nella versione secco e umido.



### INSUFFICIENZA RENALE - RENAL

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Renal* è una linea completa di alimenti dietetici con formulazione monoproteica e monocrabidrato, utile per il supporto della funzione renale in caso di insufficienza renale cronica o temporanea. Questo alimento dietetico contiene una bassa concentrazione di fosforo e un ridotto tenore di proteine di elevata qualità.



### CALCOLI A BASE DI STRUVITE - URINARY

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Urinary* è una linea completa di alimenti dietetici con formulazione monoproteica e monocrabidrato, formulata per la dissoluzione di calcoli a base di struvite e per la riduzione di recidive dei calcoli di struvite. Questo alimento dietetico ha proprietà acidificanti dell'urina, una bassa concentrazione di magnesio e ridotto tenore di proteine di alta qualità.

La linea *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* si articola in più soluzioni per fronteggiare al meglio le patologie che un quattrozampe può dover affrontare nel corso della propria vita, garantendo alimenti sicuri, performanti e in grado di coadiuvare il veterinario nel ripristinare la condizione di benessere ottimale. (M.C.)



## DOGS

### NEW STYLE, SAME PERFORMANCE

New packaging for one of the most popular lines of dog and cat foods, with two new varieties

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* revamps its look with a brand new packaging. The line is very effective in treating the most common problems suffered by our beloved pets, with the addition of two new varieties: *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Renal* and *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Urinary*.

#### SPECIFIC SOLUTIONS TO SPECIFIC PROBLEMS

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* is a complete line of dietary single protein formulae made with alternative sources of protein and innovative ingredients, gluten free and preserved with natural tocopherols. The line provides an effective nutritional solution for vets, and it is tailored according to size (small breed, medium & large breed), available as wet and dry formulae, and is specific to treat the most common disorders in dogs and cats.

#### FOOD INTOLERANCES - HYPOALLERGENIC

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Hypoallergenic* is a complete line of dietary, single protein and single carbohydrate foods made with alternative sources of protein and innovative ingredients, gluten free and preserved with natural tocopherols. This line is specific to treat food intolerances according to size and is available as dry or wet formula.

#### GASTROINTESTINAL DISORDERS - INTESTINAL

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Intestinal* is a complete line of dietary, mono-protein and single carbohydrate foods suitable for dogs suffering from inflammatory and gastrointestinal disorders, digestion problems and malabsorption. Made with alternative sources of proteins and innovative ingredients, gluten free and preserved with natural tocopherols, it's the specific nutritional solution for vets treating gastrointestinal problems. Like the ones above, this line is specific according to size and is available as dry or wet formula.

#### EXCESSIVE WEIGHT AND OSTEOARTHRITIS - METABOLIC&MOBILITY

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Metabolic&Mobility* is a specific solution to help control excessive weight and support mobility. Made with alternative sources of proteins and innovative ingredients, gluten free and preserved with natural tocopherols, it's specific according to size and is available as dry or wet formula.

#### OSTEOARTHRITIS - MOBILITY

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Mobility* is a complete line of mono-protein and single carbohydrate dietary foods specific to treat osteoarthritis. Made with alternative sources of proteins and innovative ingredients, gluten free and preserved with natural tocopherols, it's specific according to size and is available as dry or wet formula.

#### RENAL FAILURE - RENAL

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Renal* is a complete line of mono-protein and single carbohydrate dietary foods suitable in supporting renal functions in case of chronic or temporary renal failure. Low phosphorus and with a low content of high grade proteins.

#### STRUVITE KIDNEY STONES - URINARY

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Urinary* is a complete line of mono-protein and single carbohydrate dietary foods created to help dissolve struvite kidney stones and to reduce the risk of relapses. This dietary formula has acidifying effect on urine, and it's low on magnesium and high grade proteins.

The *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* line includes multiple solutions to help treat health problems that pets may suffer from during their lives, whilst providing safe and performing foods able to help vets in restoring well-being.

## A.A.A. - Offresi VENDITORI PROFESSIONISTI - per aziende settore Pet.

Affidabili e di bella presenza **si adattano a qualsiasi ambiente di lavoro (ANCHE SOTTO LA PIOGGIA)**

Possibilità di **libero impiego** anche **presso locali di terzi (rivenditori)**.  
**Retribuzione MENO DI UN CAFFÈ** alla settimana.

**100% SODDISFATTI O RIMBORSATI!**



Caro lettore, potresti pensare che dietro a questo annuncio si nasconda una colossale fregatura.

In effetti sembrerebbe impossibile assumere un venditore, un commesso, qualcuno che si occupi delle vendite all'interno del negozio che sia un esperto venditore e che costi praticamente un nulla.

La situazione diventa ancor più interessante se hai un'azienda che produce e distribuisce nei negozi al dettaglio, dove quindi **non hai alcun controllo sulla promozione delle tue vendite.**

Ma prima di andare avanti, è bene chiarire cosa intendiamo per venditore professionista.

Non mi riferisco solo a rappresentanti o funzionari commerciali, ma a tutti coloro i quali vengono a contatto con i clienti: commessi, banconisti, addetti alle corsie, insomma, tutti quelli che hanno a che fare con le vendite all'interno di un negozio.

**Un venditore professionista, a differenza di uno dilettante, possiede queste 3 caratteristiche.**

La prima è l'**empatia**.

Al contrario di quanto si è portati a credere, né la competenza tecnica né la "parlantina" sono particolarmente rilevanti per essere un "vero" venditore.

Infatti l'empatia è quella capacità - naturale o sviluppata con lo studio e l'applicazione - per la quale ti immedesimi in maniera immediata nello stato d'animo o nella situazione di un'altra persona.



Tipicamente, nel mondo della pubblicità e delle vendite, l'empatia è **la capacità di coinvolgere emotivamente la persona che hai di fronte con un messaggio nel quale il tuo interlocutore è portato ad immedesimarsi immediatamente.**

Quindi, nel nostro caso, più che mettersi nei panni dell'altro, è portarlo naturalmente a pensare "*vedo che tu mi conosci e sai quello che voglio, quindi mi posso fidare di te*".

La seconda caratteristica è l'**affidabilità**, ovvero l'attitudine del nostro valente venditore a rispettare rigorosamente le linee guida dell'azienda.

Il venditore ha il compito di divulgare il messaggio che la tua azienda ha deciso di offrire ai propri clienti e, in relazione a questo messaggio, proporre il prodotto che appaga i loro desideri oppure risolve i loro problemi.

Di solito è l'ufficio marketing che si occupa di elaborare e mettere a punto il messaggio che l'azienda e l'imprenditore hanno deciso di portare avanti, anche se molto spesso chi "vende" decide di fare di testa propria.

Il risultato è quasi sempre quello di generare nella testa dei consumatori una forte confusione. E come ben sai, un cliente confuso, non compra.

**Indovina qual è la terza ed ultima caratteristica di un venditore?**

**Vendere, naturalmente!**

Sembra scontato, ma un venditore non serve solo per mostrare la tua merce, non serve solo per fare conoscere i tuoi prodotti, e nemmeno per fare...engagement.

Il venditore deve vendere, questo è il suo unico mestiere.

E come abbiamo detto, lo fa portando - senza distorsioni! - il messaggio dell'azienda e creando empatia con i clienti.

Devi però sapere che i compiti del venditore non finiscono qua.

**Ecco perché ti svelerò la caratteristica che la maggior parte delle accademie non ti insegna.**

Si tratta della presenza, dell'aspetto fisico, o meglio, dell'impressione di sé che il tuo venditore **DEVE** dare agli altri.

Non vorrei essere frainteso, ma il modo di porsi, l'abbigliamento, la cura anche dei più piccoli particolari, sebbene apparentemente insignificanti, è di estrema importanza per un venditore professionista.

Credo tu sia perfettamente d'accordo che **l'abito fa il monaco!**

**Bene, ma allora dove si trovano questi venditori?**

Molto probabilmente ogni giorno ci passi davanti, ad uno di questi, solo che non ti accorgi subito che sono dei veri e propri venditori.

Infatti, **non hanno gli occhi, non hanno le orecchie e nemmeno la bocca!**



A dire la verità non assomigliano affatto ad un essere umano, ed infatti...non lo sono.

Tranquillo, non ti sto parlando di alieni o abitanti di galassie lontane, ma di quello che in gergo viene chiamato il... **Venditore Silenzioso**.

Esatto, proprio lui, l'invenzione più potente per aumentare le vendite all'interno dei negozi: l'espositore.

**Un venditore che non parla è in realtà il venditore più prezioso che tu possa assumere. Incredibile vero?**

Ma stai attento, se malauguratamente fai la scelta sbagliata, **potrebbe trasformarsi in un catastrofico investimento**: invece di attirare clienti li metterà in fuga!

Ovviamente, poiché non è dotato di favella, questo venditore **non può essere banalmente una "cosa" che sorregge dei prodotti**, ma deve possedere ben precise caratteristiche.

Hai già capito quali sono vero?

Esatto, **proprio quelle che deve avere un venditore in carne ed ossa: empatia, affidabilità ed efficacia.**

**Come quelli in carne ed ossa, anche i "venditori silenziosi" non sono tutti uguali.**

Per questo motivo ho deciso anni fa, di forgiare un esercito di valorosi "venditori" che potessero essere di supporto nelle vendite al dettaglio delle aziende.

Per farlo ho messo a punto un sistema che si chiama **"Più Vendite con Zero Rotture"**.

Grazie a questo sistema, oggi puoi assumere venditori silenziosi che:

- **Sono empatici.**  
Entrano subito in risonanza col consumatore di oggi, con i suoi gusti, le tendenze e le sue aspettative, **dando immediatamente la percezione della qualità e della professionalità della tua azienda e dei tuoi prodotti**. Ciò si traduce in un **concreto aumento delle vendite**, portando gli "ignari" consumatori a preferire i tuoi prodotti rispetto a quelli della concorrenza.  
Pensa per un attimo come ti sentiresti se i tuoi prodotti fossero la scelta preferita dai clienti. Una bella soddisfazione direi, non credi?
- **Sono affidabili.**  
Infatti comunicano esattamente il messaggio per cui sono stati "progettati" senza il pericolo di distorsioni. Mi riferisco al fatto che molti espositori, in prima battuta, sembrano adeguati, **ma solo dopo pochi giorni di lavoro si presentano malmessi e ridotti a brandelli**.  
Grazie al sistema di assemblaggio ed al materiale con cui sono realizzati, gli espositori del sistema **Più Vendite con Zero Rotture, non si strappano, possono stare in bella mostra in ambienti esterni e sopportare agevolmente prodotti pesanti**.  
Niente più brutte sorprese sui punti vendita o catastrofiche perdite d'immagine, da oggi puoi dormire sonni tranquilli.
- **Sono efficaci.**  
Grazie a questi espositori otterrai un sensibile aumento delle vendite, e **contemporaneamente una forte riduzione degli sprechi e dei costi superflui**. Come ad esempio quelli per la manutenzione, il ricondizionamento o, nei casi peggiori, di sostituzione integrale degli espositori.  
Proprio quello che ti serve per **far schizzare alle stelle il ritorno dell'investimento per le tue campagne di vendita**.

**Ma cos'è questa storia che costano meno di un caffè alla settimana?**

A differenza di un venditore in carne ed ossa, questi espositori - prodotti in esclusiva da Polypro S.p.A. - non prendono provvigioni, non hanno bonus, niente tasse o contributi da pagare, niente ferie, niente indennità di qualsivoglia genere, insomma, niente di niente.

Per qualche decina di euro sono a tua disposizione h 24 per mesi se non addirittura anni...

Ecco perchè con il sistema Più Vendite con Zero Rotture potrai finalmente **presentarti nei punti vendita col miglior vestito per i tuoi prodotti e per l'immagine della tua azienda**, conquistando definitivamente il cuore e la mente dei consumatori, e **risparmiare risorse finanziarie** che puoi invece destinare allo sviluppo della tua impresa.



Se vuoi sapere come fondare il tuo nuovo esercito di venditori professionisti, pronti a combattere giorno e notte per il successo della tua azienda, scrivimi all'indirizzo e-mail [giuseppe.tripodi@polypro.it](mailto:giuseppe.tripodi@polypro.it).

Oppure **se sei a Zoomark passa allo stand di POLYPRO, padiglione 26 stand C113**, sarò lì per tutta la durata della fiera, dove terrò una serie di micro-conferenze su **come incrementare le vendite nei negozi, anche se non hai alcun potere decisionale sui di essi**.

Sell and succeed!

**Giuseppe Tripodi**  
Il creatore di "Più Vendite con Zero Rotture"

**L'unico sistema che ti permette in un colpo solo di aumentare le vendite nei negozi e di ridurre i costi di distribuzione.**

# ATUTTACODA - EXPO AROUND PETS

## IL TOUR DELLA FIERA DALLA PARTE DEGLI ANIMALI

Atuttacoda - Expo around pets è la manifestazione dalla parte degli animali ideata per farli conoscere e rispettare in un modo più consapevole e attento. La città di Torino l'ha vista crescere e arrivare sino alla terza edizione e il successo è stato tale da far pensare a un vero e proprio tour. La fiera si è quindi "moltiplicata" nel 2019 con una tappa a febbraio in Romagna per proseguire ad aprile con lo spin off all'aperto nei 60.000 metri di parco a Carmagnola (TO). Atuttacoda - Expo around pets approderà in Versilia a giugno e in Veneto a settembre, nella città di Verona, per poi replicare per la quarta volta nella sabauda Torino. Ma non finisce qui: già nel 2019 potrebbero aggiungersi una tappa estiva a Rimini e una autunnale a Lucca.



### LA FIERA

L'obiettivo è quello di divertirsi promuovendo e stimolando interesse e attenzione verso il mondo degli animali d'affezione e valorizzando le eccellenze che operano sul territorio italiano. Grandi e rinomate aziende infatti saranno presenti in occasione della manifestazione a contorno di moltissime attività. Atuttacoda - Expo around pets rappresenta inoltre una fucina di eventi cruelty free volti ad avvicinare bambini e adulti agli amici con la coda in modo responsabile, ma soprattutto con tanto intrattenimento. Molte le esibizioni e gli spettacoli cane padrone: dall'agility agli show di disc dog e dog dance e perfino il battesimo dell'acqua e i fashion meeting legati alla cura e al benessere con rinomati maestri toelettatori... perché i nostri quattrozampe devono essere sia sani che belli!

### TANTI AMICI A QUATTRO ZAMPE

Oltre ai cani, Atuttacoda - Expo around pets ospiterà rassegne ed expo feline sotto l'egida dell'Anfi nazionale e fattorie didattiche. Ci saranno poi furetti, cavalli, rettili, pesci, tartarughe e pappagalli e per famiglie e bambini tantissime attività ad hoc. Tutto sempre nel massimo rispetto dei nostri amici con la coda.

A Carrara si potrà addirittura usufruire di una spiaggia attrezzata con piscina per i nostri amici a quattro zampe e Torino inaugurerà una nuova versione del format, nella suggestiva location dell'ex stabilimento Fiat MRF. Testimonial d'eccezione come Capitano Ventosa di *Striscia la Notizia* e professionisti di alto livello accompagneranno le varie tappe del tour. Si tratta quindi di un evento arricchito da una concreta componente ludico-formativa e sociale, oltre che da spettacolo e numerose attività a scopo benefico.

La manifestazione, in cui ricordiamo non è consentita la vendita di animali, diventa così sempre più ricca e sempre più dalla parte degli animali. (A.C.)

### SHOWS & EXHIBITIONS

#### ATUTTACODA - EXPO AROUND PETS

Tour of the exhibition on the side of pets

Atuttacoda - Expo around pets is an event that was created in order to raise awareness on pets and on the respect and care they deserve. It all started in Turin, and after three successful editions, organizers started considering a touring event. The exhibition has "multiplied" in 2019 with a first stop in Romagna, then with an open-air spin off in April in the 60.000 square metres of the park in Carmagnola (TO). Atuttacoda - Expo around pets will then reach Versilia in June and the Veneto region in September, in Verona, to then reach its fourth edition in Turin. There may even be two further dates in 2019: Rimini in the summer and Lucca in autumn.

#### THE EXHIBITION

The aim is to have fun whilst promoting and stimulating interest and awareness on pets, at the same time highlighting the many excellent operators in the Italian market. Large and renowned companies will attend the event. Atuttacoda - Expo around pets is also a breeding ground for cruelty free events striving to encourage children and adults alike to approach the pet world responsibly and with lots of fun. There will be numerous exhibitions and shows with dogs and owners: from agility to disc dog and dog dance shows, and even first bathing experience and fashion meetings with renowned master groomers... for healthy and handsome pets!

#### LOTS OF FURRY FRIENDS

Besides dogs, Atuttacoda - Expo around pets will host cat shows under the patronage of the national organisation Anfi as well as learning farms. Visitors will also see ferrets, horses, snakes, fish, turtles and parrots, and they will be able to enjoy lots of activities for families and children.

The event in Carrara will also offer a beach with pool for our furry friends, and Turin will launch a new version of the event in the former Fiat MRF plant. Testimonials such as Captain Ventosa from *Striscia la Notizia* and famous professionals will follow the tour. The event will combine a playing, educational and social aspect with shows and charity activities.

We remind everyone that sale of pets is not allowed during the event.



# BENVENUTO NEL NOSTRO MONDO

EVENTO PRINCIPALE

26-28 Febbraio  
2020

PRESSO: ORANGE COUNTY CONVENTION  
CENTER ORLANDO, FLORIDA USA



- **OLTRE 1100** ESPOSITORI
- **7000 BUYER** INTERNAZIONALI
- **LA PIÙ GRANDE AREA AL MONDO**  
DEDICATA AI NUOVI PRODOTTI
- **PIÙ DI 3000** NUOVI PRODOTTI
- **I MIGLIORI WORKSHOP**

+1-203-532-0000 | [GLOBALPETEXPO.ORG](http://GLOBALPETEXPO.ORG) |     

Vieni a trovarci al padiglione 6, stand 26

# GLOBAL PET EXPO

3.600 STAND E OLTRE 17.000 VISITATORI PER L'EVENTO CHE REGISTRA OGNI ANNO LA COSTANTE INNOVAZIONE DELL'INDUSTRIA PET



Numeri da record per la 15esima edizione del *Global Pet Expo*, evento di punta dell'industria pet, che si è svolto lo scorso 20-22 marzo a Orlando, in Florida, organizzato da American Pet Products Association (APPA) e da Pet Industry Distributors Association (PIDA).

Su una superficie espositiva netta di quasi 33.500 metri quadrati, *Global Pet Expo* ha registrato una notevole crescita trasversale con 17.207 visitatori, segnando un +8% rispetto all'edizione 2018 (7.029) e un +61% rispetto alla prima edizione nel 2005. I buyer internazionali, provenienti da 81 Paesi, sono stati il 29% del totale, con un aumento del 4% a confronto dell'anno precedente. Quasi la metà (3.565) partecipava al *Global Pet Expo* per la prima volta.

Il numero di Paesi espositori ha raggiunto quota 1.174, con 295 nuovi espositori (+8% rispetto al 2018) e 304 internazionali provenienti da 35 Paesi. Anche il numero degli stand è aumentato: 3.604 stand (+2,3 % rispetto all'anno precedente).

## L'EVENTO DA NON PERDERE

"Il livello di innovazione registrato ogni anno durante il *Global Pet Expo* è davvero notevole, ed è un fattore chiave per la costante crescita che stiamo vivendo", commenta Andrew Darmohraj, vicepresidente esecutivo e direttore esecutivo di APPA. "I numeri da record che abbiamo registrato superano ogni aspettativa e siamo orgogliosi di annunciare ulteriori progetti di espansione della superficie espositiva per il 2020, in modo da poter ospitare il crescente numero di aziende espositrici. Siamo grati ai nostri fedeli partecipanti che hanno svolto un ruolo chiave nel rendere *Global Pet Expo* l'evento di punta dell'industria pet".

## MILLE PRODOTTI NOVITÀ

Il New Products Showcase, l'area novità di *Global Pet Expo*, ha ospitato oltre 1.000 prodotti in 4.000 metri quadrati (1.300 in più rispetto al 2018). Giunta alla nona edizione, la cerimonia di premiazione Best in Show si è svolta direttamente in fiera, con la consegna del primo, secondo e terzo premio Best in Show ai vincitori, suddivisi in nove categorie. Con un numero di voti e di prodotti mai visto prima, i buyer hanno ristretto le scelte per determinare i vincitori. Ethical Products ha vinto il primo premio nella categoria gatti con il nuovo *Gone Fishin' Cat Toys*, mentre *My Pet Pail* di Pet Partners Worldwide ha vinto il primo premio nella categoria cani.

zione, la cerimonia di premiazione Best in Show si è svolta direttamente in fiera, con la consegna del primo, secondo e terzo premio Best in Show ai vincitori, suddivisi in nove categorie. Con un numero di voti e di prodotti mai visto prima, i buyer hanno ristretto le scelte per determinare i vincitori. Ethical Products ha vinto il primo premio nella categoria gatti con il nuovo *Gone Fishin' Cat Toys*, mentre *My Pet Pail* di Pet Partners Worldwide ha vinto il primo premio nella categoria cani.



Anche la Global Pet Expo Academy 2019, promossa da PIDA, si è rivelata un successo, con quasi 1.700 partecipanti e 12 relatori che hanno dedicato 37 ore di formazione ad argomenti come marketing, merchandising, customer service e utilizzo dei social media e la responsabilità sociale che ne deriva.

“Siamo orgogliosi di poter soddisfare un’esigenza importante dell’industria offrendo la presenza di esperti conosciuti e ammirati del settore grazie alla Global Pet Expo Academy”, ha commentato il presidente PIDA Celeste Powers. “Continueremo ad assistere i nostri membri, offrendo formazione di qualità per i loro clienti, in modo da garantire un futuro lavorativo di successo”.

## GRANDE VISIBILITÀ SOCIAL E MEDIA

Anche l’impegno sui social media è stato decisamente alto per raggiungere migliaia di utenti. Centinaia di partecipanti hanno retwittato, menzionato e hashtaggato *Global Pet Expo 2019*. E l’hashtag #GlobalPetExpo è stato utilizzato 15.000 volte su Instagram. L’account Instagram di *Global Pet Expo* ha avuto un aumento di follower del 31% rispetto al 2018, in aggiunta alle 27.000 visualizzazioni delle Instagram Stories dell’evento. Novità di quest’anno: *Global Pet Expo* ha sfruttato la crescente popolarità delle cornici per le foto su Facebook, offrendo una cornice personalizzata per evidenziare la partecipazione degli utenti all’evento. E il filtro Snapchat personalizzato di *Global Pet Expo* è stato visto da oltre 5.400 persone.

*Global Pet Expo* ha guadagnato anche l’attenzione dei media nazionali, quali NBC, CBS, Fox, Univision, Florida Today/USA Today, Parade Magazine, pubblicazioni di settore e altro ancora: ha proposto contenuti su un’infinita quantità di prodotti, offrendo informazioni ai proprietari pet e catturando l’attenzione di siti d’informazione come BuzzFeed, The Huffington Post e Bustle. Inoltre un numero di influencer mai visto ha partecipato all’evento, guadagnando migliaia di potenziali visualizzazioni per *Global Pet Expo* grazie ai fan sui social.

## MONDO PET IN CRESCITA

APPA ha pubblicato l’annuale report sui dati di spesa dell’industria pet, annunciando la somma record di \$72,56 miliardi nel 2018, in crescita rispetto ai \$69,51 miliardi del 2017. La spesa stimata per quest’anno è di \$75,38 miliardi, con un aumento del 3,9%. Sono stati inoltre pubblicati i primi risultati dell’indagine Nazionale sui Proprietari di Animali 2019-2020, secondo cui il 67% delle famiglie negli Stati Uniti possiede almeno un animale da compagnia, per un totale di 84,9 milioni di abitazioni. I millennial rappresentano il segmento più ampio di pet owner per tutte le tipologie, in particolare proprietari di volatili, piccoli animali e pesci marini.

E per la prima volta l’indagine ha tenuto conto anche dei membri dell’emergente Generazione Z, la “Gen Z”. Tutte le pubblicazioni sono disponibili interamente nell’area stampa del sito [www.americanpetproducts.org](http://www.americanpetproducts.org).

“Non c’è mai stato un momento così importante per sentirsi parte di questo mondo”, afferma il CEO di APPA Steve King. “Il continuo successo e la crescita impressionante di *Global Pet Expo* e del settore pet rafforzano ulteriormente l’importanza che gli animali da compagnia rivestono nelle nostre vite come parte della famiglia. Il livello di ingegnosità dei prodotti non cessa mai di stupirmi. Non ho dubbi che l’edizione 2020 continuerà a ispirare chi si sta affacciando in questo settore come chi ci lavora da molti anni”.

## VERSO GLOBAL PET EXPO 2020

*Global Pet Expo* è aperta a rivenditori indipendenti, distributori, buyer e altri professionisti qualificati. Non è aperta al pubblico. L’edizione 2020 si svolgerà da mercoledì 26 a venerdì 28 febbraio 2020 a Orlando, in Florida, presso l’Orange County Convention Center. Per ulteriori dettagli, visitate il sito [www.globalpetexpo.org](http://www.globalpetexpo.org). (B.E.)

## INTERNATIONAL EXHIBITIONS

### GLOBAL PET EXPO

3,600 booths and over 17,000 attendees that records the constant innovat of pet industry every year

Record numbers reported at the 15<sup>th</sup> Annual *Global Pet Expo* -Pet Industry’s Premier Event, held March 20-22, in Orlando, FL, presented by APPA and the Pet Industry Distributors Association (PIDA).

On a Show Floor spanning 360,400 net square feet of exhibit space, *Global Pet Expo* experienced remarkable growth across the board with total buyer attendance up an impressive 8 percent (17,207) from the 2018 Show at 7,029 and up an astonishing 61 percent from the inaugural 2005 Show. International buyers made up 29 percent of the buyer attendance, a 4 percent increase over last year, representing 81 countries. And nearly half or 3,565 buyers attended *Global Pet Expo* for the first time. The number of exhibiting companies came in at 1,174, with 295 first-time exhibitors making their debut at the Show, an 8 percent increase over 2018. Additionally, *Global Pet Expo* had 304 international exhibitors representing 35 countries at the Show. The Show Floor also expanded with 3,604 booths, a 2.3 percent increase over last year’s Show.

#### THE ONE SHOW TO ATTEND

“The level of innovation we continue to see each and every year at *Global Pet Expo* is truly remarkable and is a key factor in the continued growth we have experienced,” said Andrew Darmohraj, executive vice president and COO of APPA. “The record numbers we have reported across the board exceeded our expectations and we’re thrilled to announce plans to further expand the Show Floor in 2020 to accommodate our growing number of exhibiting companies and booths. We are grateful to our loyal attendees who have played an integral role in making this the Industry’s Premier Event.”

#### THOUSANDS OF NEW PRODUCTS

*Global Pet Expo* featured more than 1,000 entries in the massive 45,000 square-foot New Products Showcase, which was a notable 15,000 square feet larger than the showcase at the 2018 Show. Now in its ninth year, the New Products Showcase “Best in Show” awards ceremony took place on the Show Floor where awards were handed out to Best in Show, Second and Third place winners across nine categories. Ethical Products took home the top prize in the Cat category with their new *Gone Fishin’ Cat Toys* and *My Pet Pail* by Pet Partners Worldwide took home top Dog category award with their new *My Pet Pail*.” With more entrants and more votes cast than ever, buyers narrowed down top picks to determine the winners. Visit the press center on [GlobalPetExpo.org](http://GlobalPetExpo.org) for a full list of the New Products Showcase winners.

The 2019 *Global Pet Expo Academy* was also a huge success attracting nearly 1,700 attendees. The Academy, managed by PIDA, featured 12 speakers offering 37 hours of free retailer education on topics such as marketing, merchandising, customer service and the hottest topics on using social media and embracing social responsibility.

“We are proud to be serving an important need in the pet industry by offering free access to best-known and most-admired authorities in the pet industry at the *Global Pet Expo Academy*,” commented PIDA president Celeste Powers. “We look forward to the opportunity to continue assisting our members by providing valuable education for their customers that can help mean success in their future business endeavors.”

#### GREAT VISIBILITY ON SOCIAL MEDIA

Social media engagement was also at an all-time high, as the Show employed the latest trends to reach thousands of users. Hundreds of attendees took to Twitter retweeting, mentioning and hash-tagging about *Global Pet Expo 2019*. And the #GlobalPetExpo hashtag has now been used 15,000 times on Instagram. The *Global Pet Expo* Instagram account saw a 31 percent increase in followers since the 2018 Show, in addition to the 27,000 thousand views received on the Show’s Instagram Stories. New this year, *Global Pet Expo* took advantage of the growing popularity of Facebook photo frames and offered a custom frame to highlight Facebook users’ participation at the Show. And, *Global Pet Expo*’s custom Snapchat filter was seen by more than 5,400 people.

*Global Pet Expo* also garnered national media attention: NBC, CBS, Fox, Univision, Florida Today/USA Today, Parade Magazine, industry trade and consumer publications and more. *Global Pet Expo* provided fun and exciting content on endless amounts of pet product and ownership information, and caught the attention of such notable outlets as BuzzFeed, the Huffington Post and Bustle. And, more social media influencers than ever before took part in this year’s Show, garnering thousands of impressions for *Global Pet Expo* amongst their large fan bases on social media.

#### GROWTH FOR THE PET SECTOR

APPA released its annual pet industry spending figures- announcing a record-breaking \$72.56 billion in pet spending for 2018, up from \$69.51 billion in 2017. Estimated spending for this year is \$75.38 billion; a 3.9 percent growth. Also released at the Show were initial findings from APPA’s 2019-2020 National Pet Owners Survey. The Survey revealed that 67 percent of U.S. households own at least one pet; an estimated 84.9 million homes. Millennials represent the largest segment of pet owners for all pet types owned, especially bird owners, small animal owners, and saltwater fish owners. And for the first time, The Survey assessed members of the emerging Generation Z (Gen Z). The releases can be found in their entirety in the Association’s press center at [www.americanpetproducts.org](http://www.americanpetproducts.org).

“There has never been such an exciting time to be a part of this industry,” said APPA CEO Steve King. “The continued success and impressive growth of *Global Pet Expo* and the entire pet industry further solidifies the importance pets play in our lives and that we truly value them as important members of our families.” He added, “I have no doubt the 2020 Show will continue to inspire both newcomers to the industry as well as those of us who have been involved for many years.”

#### TOWARDS GLOBAL PET EXPO 2020

*Global Pet Expo* is open to independent retailers, distributors, mass-market buyers, and other qualified professionals. It is not open to the general public. The 2020 *Global Pet Expo* will take place Wednesday - Friday, February 26-28, 2020 in Orlando, FL, at the Orange County Convention Center. For details, visit [www.globalpetexpo.org](http://www.globalpetexpo.org).

# TIRA E MOLLA

UN MODO PER FAR GIOCARE IL CANE, DIVERTIRSI CON LUI  
E CREARE UN LEGAME DI COCCOLE SENZA FARE FATICA

Quante volte dopo aver giocato a tira-e-molla con l'amico quattrozampe ci si sente distrutti, con braccia e spalle doloranti?

Per i proprietari pet dagli Stati Uniti arriva una novità: un gioco che permette al cane di tirare ovunque, senza conseguenze faticose o fastidiose per il suo amico a due gambe.

*Easy Tug* dell'azienda Tether Tug è un gioco interattivo che, grazie alla tecnologia EasyFlex, si allunga quando il cane si allontana e si accorcia quando invece si avvicina, così potrà giocare e divertirsi a mordere, tirare, strappare, come se avesse una vera preda sotto i denti! Brucerà la sua energia, senza "bruciare" il braccio e la spalla del suo proprietario. Inoltre *Easy Tug* riduce lo stress e lo rende felice.



## OUTDOOR E INDOOR

L'idea è di Tether Tug, azienda che produce giochi per animali da compagnia progettati per il loro benessere completo: fisico, mentale ed emotivo. La mission è creare prodotti che contribuiscano alla salute del cane attraverso una sfida sia fisica che mentale, perché è risaputo che l'attività che coinvolge un animale fisicamente ha dei vantaggi anche sulla sfera mentale ed emotiva.

*Easy Tug* viene fornito con attaccato il gioco *Bite Tug Toy*, tutto da mordere, per cani di tutte le taglie.

È ideale da usare all'aperto dopo una corsa nel prato, ma si può utilizzare anche per le attività in casa in modo da dedicare un po' di tempo ogni giorno al quattrozampe per farlo divertire e svagare.

Tutti in famiglia possono usare *Easy Tug*, adulti e bambini, perché il suo sistema riduce le tensioni e non richiede troppa forza per essere controllato.

Insomma... un nuovo e simpatico modo per divertirsi insieme e creare un legame amorevole e duraturo tra amici a due e quattro zampe! (A.B.)

## WORLD NEWS

### PULL AND TUG

Play with your dog, have fun and create a cuddling bond with no strain

How many times have you felt tired, with aching shoulders and arms, after playing pull and tug with pets?

Here is the news for pet owners from the USA: the toy allowing dogs to pull and tug everywhere without strain for their human friend.

*Easy Tug* by Tether Tug is the interactive toy that stretches as dogs tug and goes back in place as dogs approaches, thanks to EasyFlex technology. The pet will be able to play, bite, tug, pull as if there was a real prey. Dogs will burn energy without strain for the arm and the shoulder of the owner. Moreover, *Easy Tug* reduces stress and makes dogs happier.

#### OUTDOOR AND INDOOR

Tether Tug manufactures pet toys focusing on their complete well-being: physical, mental and emotional. The company's mission is to develop products supporting the health of pets through physical and mental challenge. Activity that engages a dog physically and mentally will also benefit a dog emotionally.

*Easy Tug* comes along with *Bite Tug Toy* for dogs of all breeds. It is perfect outdoors, after running in the field, but it can also be used indoors to spend fun time with the pet every day.

Everybody can use *Easy Tug*, both adults and children, because it reduces strain and does not require too much strength to be used. It is a new and handy way to have fun with pets and create a loving and long-lasting bond.



# FACCIAMOCI UNA BIRRA!

DUE BICCHIERI, UNO VERO E UNO FINTO,  
PER CONDIVIDERE CON IL QUATTROZAMPE UN MOMENTO DI VERO RELAX

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**



Stare cercando prodotti nuovi, originali e fantasiosi? Che facciano sentire il pet di casa sempre più vicino al suo proprietario? Che lo rendano ancor più parte integrante della famiglia? Eccone uno, che permette a cane e uomo di condividere uno dei momenti più speciali: un bel bicchiere di birra!

Avete capito bene, un bicchiere di birra! Ma lungi da noi l'idea di suggerire la somministrazione all'amico quattrozampe di una bevanda alcolica decisamente non salutare per il suo benessere. Per lui il bicchiere di birra sarà solo un gioco.

Stiamo parlando di un prodotto, scovato in giro per il mondo, che rappresenta il regalo perfetto per tutti gli appassionati di animali.

## PIENO DA UN LATO, MEZZO VUOTO DALL'ALTRO

Il set (*me & my pet drinking set*) include un bicchiere di birra (vero) per il proprietario e un bicchiere di birra (finto) per il cane. Si tratta di un giocattolo in tela a forma di boccia, ideale in particolare per i soggetti di piccola e media taglia, che include uno squeaker ed è foderato con uno strato resistente in modo che il cane non possa distruggerlo, o almeno... non subito!

Il materiale in tela risulta morbido al contatto con i denti, dunque perfetto per giocare e da mordere e masticare. Il boccia riproduce il disegno di un bicchiere di birra pieno da una parte e pieno a metà dall'altra. È come se il cane si fosse proprio goduto una birra con il suo padrone!

Il set include inoltre una corda da masticare e da utilizzare per il tiro alla fune con il proprio amico. Il bicchiere di birra vero invece è serigrafato sul fronte con la frase "Hair of the dog".

Una combinazione perfetta per chi ama il proprio cane e questa deliziosa bevanda. (R.B.)

### WORLD NEWS

#### HAVE A BEER!

Two glasses, a real and a fake one,  
to share a relaxing moment with your pet

Are you looking for new, original and funny products? Something that makes pets feel near their owner? Products that makes them increasingly part of the family? Here is the product that allows pet and human to share one of the most special moments: a glass of beer!

Of course, we are not suggesting to feed dogs an alcoholic drink, since it would not be good for the pet's health. The glass will be just a toy for the dog.

We are talking about a product that is the perfect gift for all pet lovers.

#### FULL ON A SIDE, HALF FULL ON THE OTHER SIDE

The set (*me & my pet drinking set*) includes a real beer glass for the owner and a fake beer glass for the pet. It is a toy made of fabric and shaped like a beer stein, particularly suited for small and medium dogs. The toy includes a squeaker and it is padded with a resistant fabric so that dogs cannot destroy it...at the beginning!

The fabric is soft and perfect to bite and chew. A full beer glass is portrayed on a side, while a half-full beer glass is portrayed on the other side: just as if the pet had a beer with the owner.

The set also includes a chewable rope to play tug of war. "Hair of the dog" is screen printed on the real beer glass. It is the perfect combination for owners loving their pet and beer.

# etologia felina

a cura della Dott.ssa Ewa Princi



Ewa Princi  
www.culturafelina.it  
centrodiculturafelina@gmail.com

*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.*

## QUANDO IL GATTO NON VUOLE LE COCCOLE

Simpatici e affettuosi, i gatti sono dei veri e propri "magneti" ma... non tutti amano essere coccolati, baciati e abbracciati

Chi può resistere a un adorabile gattino? Alcuni di loro, però, amano solo una quantità "limitata" di affetto e talvolta anche come l'umano si avvicina può influire sul modo in cui il gatto risponde all'attenzione: molto spesso infatti bambini e adulti sono ben intenzionati ma prendono e toccano l'animale contro la sua volontà. Molti rispondono ringhiando, graffiando o mordendo, altri cercano di evitare semplicemente il contatto.

L'approccio migliore ovviamente non è insistere, ma incoraggiarlo a desiderare il contatto, senza obbligarlo alle coccole.

### COME APPROCCIARSI CORRETTAMENTE

Rannicchiarsi o sedersi in modo da non risultare troppo alti rispetto all'animale e stendere il dito verso di lui all'altezza del suo naso. Non avvicinarsi, ma aspettare un suo cenno. Se il gatto sceglie di socializzare, si avvicinerà al dito e lo toccherà con il suo naso, poi girerà la testa fino a quando il dito sarà sulla sua guancia. Questo è un invito chiaro alle carezze.

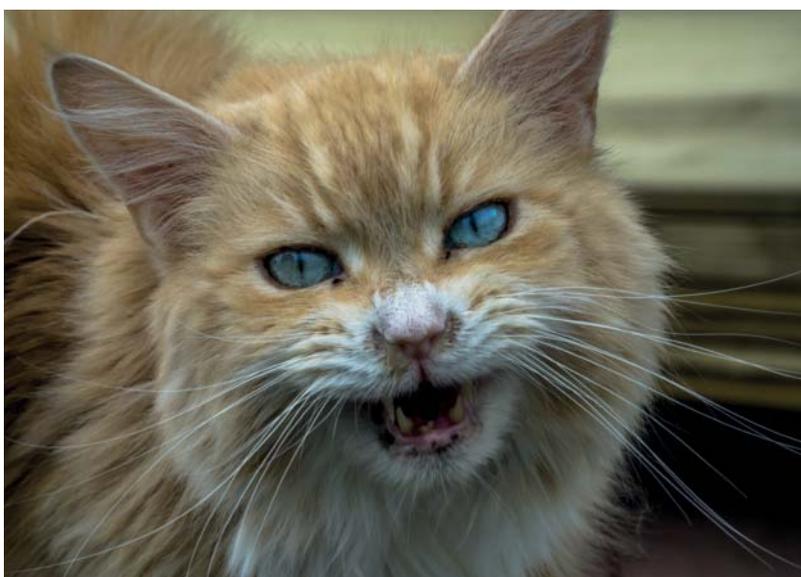
Al primo segno che il gatto non vuole essere trattenuto o accarezzato, smettere di interagire con lui. Se invece è rilassato, mentre è in

piedi o seduto in grembo, si può rinforzare il comportamento ricompensandolo con una sorpresa come uno snack o un premio che a lui piace. In questo modo inizierà a associare le carezze e le coccole in grembo a esperienze positive.

### VARIABILITÀ INDIVIDUALE

Ogni gatto ha la sua personalità. Alcuni mostrano i loro sentimenti verso l'umano seguendolo, girandogli intorno o sedendosi vicino a lui, altri invece amano gli abbracci e le coccole.

Non allarmatevi se il vostro micio si oppone al contatto fisico: potrebbe essere solo parte della sua personalità o educazione. Se un gattino ad esempio non è stato socializzato con gli esseri umani in tenera età, può dimostrarsi riluttante ad accettare





questo tipo di contatto ma potrebbe semplicemente aver bisogno di acquisire fiducia se è stato adottato da adulto e non si conosce la sua storia passata.

Costruire la fiducia è un processo graduale in ogni relazione: investire il proprio amore e il proprio affetto in questo modo, verrà ricompensato!

### DOVE AMA ESSERE TOCCATO?

Iniziate gli esercizi di allenamento quando il gatto è rilassato e contento, toccandolo in modi che già trova piacevoli, ad esempio grattando la parte superiore della testa o la schiena, alla base della coda. Mentre l'esercizio procede, le carezze e il contatto dovrebbero diventare via via più vigorosi e includere più parti del corpo dell'animale. Per tutto il tempo in cui

il gatto rimane rilassato, va lodato verbalmente. In questo modo, oltretutto, avrete modo di individuare i suoi punti "sensibili", che dovranno essere evitati: di solito si tratta delle zampe, della coda e spesso anche della pancia.

Se in qualsiasi momento il gatto si oppone a questi esercizi, meglio interrompere. Alla fine l'animale imparerà comunque a divertirsi nell'essere toccato e manipolato. Questo accadrà molto rapidamente con un gattino, ma ci vorrà più tempo con un soggetto adulto e ancora più tempo e pazienza con un gatto spaventato.

Quindi, dove ama essere accarezzato? La testa, il mento e il collo sono spesso i punti preferiti, ma alcuni gatti amano essere toccati anche sulla coda e sulla pancia, mentre altri si ritraggono e provano addirittura dolore. È necessario prestare sempre molta attenzione alle reazioni dell'animale e rispettare le sue preferenze.

### PRENDERLO IN BRACCIO?

Oltre alle carezze, ai gatti piace essere sollevati e presi in braccio? Qualche volta. Il modo migliore per avvicinarsi al proprio gatto per un abbraccio umano è prenderlo con delicatezza. Bisogna assicurarsi che tutte e quattro le sue zampe siano sostenute, in modo che non dondolino: se si sente al sicuro tra le vostre braccia, sarà più incline a rimanere lì, se invece si dimena e vuole andarsene, meglio metterlo giù delicatamente e riprovare in seguito. Imparare a farsi coccolare richiede piccoli passi e gustose ricompense!

### LA RAZZA CONTA?

Alcune razze sono più "ricettive" agli abbracci di altre. Il siamese, ad esempio, è giocoso e amante del divertimento e chiede molta attenzione, così come l'affettuoso ragdoll, così chiamato proprio perché adora stare tra le braccia umane come un morbido peluche, e tende a mostrarsi tranquillo, rilassato e molto amorevole. Lo scottish fold è molto dolce e ama stare con il proprio umano ogni minuto, seguendolo addirittura da una stanza all'altra!

Per un tonkinese niente è più importante nella vita dell'essere vicino al proprio umano trascorrendo ore felici a farsi coccolare e fare le fusa. Anche il kurilian bobtail è molto intelligente e socievole e adora essere accarezzato e coccolato. Lo sphynx, a causa della mancanza di pelo, è molto caldo e morbido al tatto e ama le carezze del proprio padrone!

### E PER FINIRE... QUALCHE ALTRO CONSIGLIO

1. NO CONTROPELO. Non si dovrebbe mai accarezzare il gatto nel modo sbagliato. Generalmente questi animali amano essere accarezzati solo nella direzione della crescita del pelo e non contropelo. Soprattutto nei soggetti a pelo corto, la sensazione è molto fastidiosa.

2. IL CORRETTO SALUTO. Quando si incontra un gatto e lo si vuole salutare o quando il proprio gatto si avvicina in cerca di attenzione, la cosa più ovvia da una prospettiva umana è quella di andare da lui e accarezzarlo dalla testa alla coda. Spesso però l'animale gira la testa per annusare accuratamente la vostra mano prima di rilassarsi e farsi toccare... Eh sì, è perché avete bypassato uno dei primi stadi di una corretta interazione gatto/uomo!

Quando i gatti si salutano l'un l'altro per la prima volta, o se un gatto è stato all'esterno e ritorna, il primo approccio è muso contro muso e naso contro naso, annusandosi a vicenda prima di salutare. Questa è una forma educata di saluto, che consente ai gatti di capirsi l'un l'altro, di sentire gli odori e sapere dove sono stati.

3. IPERSTIMOLAZIONE. Tutti i gatti hanno un loro limite di iperstimolazione, ovvero diventano eccessivamente sensibili a causa dello stimolo che stanno ricevendo. Questo è ben visibile quando l'animale appare veramente felice ma improvvisamente si allontana irritato o addirittura graffiando o mordendo l'umano.

In questi casi non resta altro che tenere d'occhio il comportamento e le reazioni del gatto e interrompere il contatto fisico non appena nostra segni di nervosismo.

# Una casa a misura di coniglio

IL NEO PROPRIETARIO  
SI PRESENTA  
IN NEGOZIO  
PER ACQUISTARE  
CONIGLIO  
E ACCESSORI:  
QUALI CONSIGLI  
POSSIAMO DARGLI?

Quando il coniglietto fa il suo ingresso nella nuova famiglia, non sempre i proprietari si sono informati accuratamente su come rendere ideale l'ambiente da offrirgli affinché sia felice e, soprattutto, non corra pericoli e rischi inutili. Il compito del negoziante esperto non è solo quello di accompagnare il cliente nella scelta dei primi acquisti ma anche di dare qualche buon consiglio su come rendere la casa più idonea possibile.

## GABBIA SÌ... MA GRANDE

Fermo restando che il coniglio non deve essere recluso all'interno di uno spazio ristretto per tutta la giornata, ma necessita della possibilità di muoversi liberamente almeno per diverse ore, la gabbia è comunque un accessorio che non deve mai mancare nella casa del proprietario di questo pet. Quelle più comuni sono realizzate con pareti in grigliato metallico e un contenitore in plastica con i bordi rialzati in qualità di fondo: sono economiche, certamente, ma anche abbastanza spoglie e poco stimolanti se non si osserva qualche accortezza riguardo l'arricchimento. Molto importanti sono le dimensioni della gabbia, che non devono essere calcolate sul giovane animale ma sulla sua taglia da adulto: le misure minime consigliate dalla SIVAE per un singolo soggetto di 1,8 kg di peso sono cm 100x60x60. A questo punto sta al negoziante cercare di suggerire al proprietario l'acquisto di una gabbia più spaziosa possibile per dare ancora più agio all'animale. Fortunatamente esistono in commercio numerose soluzioni di maggiori dimensioni, anche a più piani,

dotate di rampe di accesso, particolarmente indicate soprattutto per quei conigli che vi devono trascorrere molto tempo.

Generalmente il coniglietto viene adottato o acquistato a un'età di circa due mesi e giunge nella nuova abitazione subendo l'inevitabile stress del viaggio e del distacco dai fratellini. Almeno per i primi giorni, se non anche qualche settimana, sarebbe importante dargli un luogo confinato dove potersi sentire al sicuro, trovare tutto ciò di cui ha bisogno e spargere i propri odori.

## IN GIRO PER CASA

È importante che l'animale sia lasciato libero di girare per l'abitazione, ma è bene che ciò avvenga in presenza del proprietario e una volta che i principali pericoli siano stati eliminati.

Non è semplice rendere una casa sicura per il coniglio, ma neanche un'impresa impossibile... cosa possiamo consigliare in merito?

Le piante d'appartamento, il più delle volte potenzialmente tossiche, devono essere eliminate, protette con reti che le rendano inaccessibili oppure sollevate da terra (ad esempio appese al soffitto) e i fili elettrici andranno messi in sicurezza, soprattutto i dispositivi con cavetti mobili, come i caricabatterie, le lampade e gli elettrodomestici in generale, che dovranno essere posti dove il coniglio non possa arrivare. Tutto ciò che è tossico (ad es. detersivi, disinfettanti, alimenti controindicati, mozziconi di sigaretta, ecc.) dovrà essere tenuto fuori dalla portata dell'animale. Non c'è niente di male nel permettere al coniglietto di salire sul divano, a patto che non manifesti il desiderio di rosicchiare i tessuti con il rischio di ingerire l'imbottitura. L'accesso a eventuali scale dovrebbe essere impedito per evitare brutte cadute e molta attenzione deve essere riservata alle finestre, sempre per il rischio di caduta dall'alto, alle porte interne, che potrebbero sbattere a causa delle correnti d'aria e spaventare o colpire il coniglio, e al portoncino di ingresso (attraverso il quale potrebbe fuggire). Se proprio non fosse possibile lasciare il coniglio libero in giro per casa si potrà provare a proporre l'acquisto di un recintino da montare e smontare a seconda delle necessità e posizionabile in qualsiasi stanza.

## UNA STANZA DEDICATA

Un buon consiglio che potremmo dare al neo proprietario, è quello di mettere a disposizione del coniglio una stanza a suo uso esclusivo, all'interno della quale essere lasciato libero in sicurezza per tutta la giornata invece di doverlo confinare in gabbia, anche in assenza di supervisione. La stanza in questione dovrà essere priva di tutti i pericoli già elencati, meglio se libera da qualunque arredo a uso umano, e dotata di tutti quegli arricchimenti ambientali utili per allietare le ore di solitudine del coniglio, di cui parleremo nel prossimo paragrafo. La gabbia, lasciata aperta e dotata di una tana, rimarrà comunque il luogo all'interno del quale il coniglio troverà riparo e potrà soddisfare la sua esigenza di isolarsi.





### ACCORGIMENTI PER TRASCORRERE IL TEMPO

Il coniglio è un animale sociale, quindi il miglior consiglio che potremmo dare al nostro cliente è quello di regalargli un compagno. In mancanza di questa possibilità, per sconfiggere la noia del confinamento e della solitudine è utile proporre degli arricchimenti ambientali da valutare in funzione della soluzione abitativa. I più semplici sono dei giocattoli in legno naturale, plastica dura o altro materiale, purché concepiti appositamente per questa specie, con i quali il coniglio può impegnare parte del suo tempo. Se il proprietario non volesse spendere per tali oggetti, potremmo comunque suggerirgli di fornire all'animale delle soluzioni economiche e facilmente reperibili in qualunque abitazione come del cartone grezzo, i rotolini (sempre di cartone) della carta igienica o di quella assorbente da cucina, una vecchia federa o maglietta, un cesto in vimini naturale o dei tronchetti in legno (ad es. salice, olivo, pioppo, ecc.) da distruggere a suo piacimento. Un gioco molto gradito sono le scatole piene di paglia o fieno e i tubi in pvc (di diametro adeguato alle dimensioni dell'animale). Anche il cibo può essere considerato un arricchimento ambientale, pertanto lasciare sempre a disposizione del buon fieno consentirà al coniglio di trascorrere molto tempo mangiando. La tana è un elemento che non deve mai mancare poiché il coniglio, allo stato selvatico, ama rifugiarsi nei cunicoli che scava nel terreno; per sopperire a questa mancanza si dovrà dotare la gabbia o la stanza di una tana, un semplice contenitore chiuso di misure sufficienti a ospitare comodamente l'animale, accessibile attraverso un ingresso circolare.

### IL TERRAZZO

Se si dispone di un terrazzo, il coniglietto sarà molto felice di poter stare un po' all'aria aperta. Il luogo va reso sicuro per scongiurare cadute accidentali, ad esempio fissando una rete alla ringhiera. Riguardo piante tossiche e sostanze pericolose vale qui quanto detto in precedenza, senza contare che un vaso può diventare anche una rampa di lancio per oltrepassare le barriere di sicurezza e cadere nel vuoto.

È utile che il coniglio possa rientrare in casa a suo piacimento e rifugiarsi nella tana in caso si senta minacciato o semplicemente non abbia più voglia di stare all'aperto. Bisogna rendere stabile la porta di accesso in modo che le correnti d'aria non ne causino la chiusura accidentale, magari proprio mentre il coniglio sta passando!

La possibilità di rientrare autonomamente gli consente anche di evitare il rischio dei colpi di calore: si è portati a sottovalutare la sensibilità di questo animale al caldo ma l'esposizione al sole e alle temperature estive normali alle nostre latitudini lo può portare rapidamente a morte.

Si può anche ricorrere a una gabbia mobile che risolve il problema di dover posizionare reti per la ringhiera e coperture per le piante, perché confina il coniglio in una zona protetta, ma a questo punto spetta al proprietario l'accortezza di evitare l'esposizione dell'animale alle condizioni climatiche avverse.

Qualora invece il proprietario avesse a disposizione un piccolo giardino e volesse renderlo accessibile al coniglio, le cose da sapere e gli accessori di cui dotarsi oltre alla gabbia mobile possono essere molti altri, perciò ne parleremo ampiamente in occasione del prossimo appuntamento.



# IL MANGIME DEL FUTURO

UNA COMPOSIZIONE INNOVATIVA, GRANDE ATTENZIONE AGLI INGREDIENTI  
E ANNI DI STUDI UNIVERSITARI PER REALIZZARE UN ALIMENTO DAVVERO PREMIUM



Come garantire un futuro di benessere a conigli e roditori che vivono in nostra compagnia? Creando il mangime del futuro! È questa la sfida raccolta e vinta da *Wellness*, la linea premium di Padovan che innalza il livello di qualità e sicurezza alimentare nel mondo dei piccoli animali. Nata dalla ricerca condotta dalle Facoltà di Veterinaria e Agraria dell'Università di Padova, *Wellness* è il risultato di una lunga, profonda e accurata conoscenza scientifica della fisiologia di questi animali, un'analisi minuziosa degli ingredienti, una composizione innovativa.

## DALLA RICERCA ALLA RICETTA

Da un primo studio sui conigli nani in accrescimento è emerso che la presenza di alga spirulina ed erbe officinali riduce il rischio di problemi di salute legati all'alimentazione. Analisi successive sui mangimi di mantenimento, sia per conigli che per altri piccoli mammiferi (cavie, cincillà, criceti), hanno posto le basi di una linea unica nel suo genere.

## I PUNTI DI FORZA

*Wellness* abbina i benefici dell'alto contenuto di fibra, proveniente da molte piante di specie diverse, alla presenza di alga spirulina, altamente digeribile e dalle affermate e molteplici proprietà nutrizionali e terapeutiche. Si innova ulteriormente l'alimentazione con il *BiPellet*, dalla fibra più lunga rispetto a quella contenuta nei pellet standard, in grado di garantire un'alimentazione più equilibrata rispetto al classico mix.



Per un migliore benessere alimentare si è scelto inoltre di escludere i cereali dalla ricetta per i conigli adulti. Anche la confezione, elegante, chiara e completa nelle informazioni, è un'ulteriore conferma di qualità.

## UNA NUOVA CULTURA NEL MONDO DEI MANGIMI

In un mercato che cresce e cambia, *Wellness* è una proposta di eccellenza e al tempo stesso un modello di *best practice*, perché anche i più piccoli animali da compagnia hanno bisogno della stessa attenzione riservata a cani e gatti.

È questa la mission di Padovan: promuovere una nuova cultura tra allevatori e proprietari di piccoli animali domestici, in modo che anche conigli e roditori che vivono in casa possano contare sulla migliore dieta possibile. È infatti da un'alimentazione davvero "premium" che si assicura uno stato di benessere psicofisico anche ai piccoli amici di zampa e la linea *Wellness* di Padovan si conferma anche in questo aspetto una scelta di sicuro successo. (V.L.)

È questa la mission di Padovan: promuovere una nuova cultura tra allevatori e proprietari di piccoli animali domestici, in modo che anche conigli e roditori che vivono in casa possano contare sulla migliore dieta possibile. È infatti da un'alimentazione davvero "premium" che si assicura uno stato di benessere psicofisico anche ai piccoli amici di zampa e la linea *Wellness* di Padovan si conferma anche in questo aspetto una scelta di sicuro successo. (V.L.)



### SMALL MAMMALS

#### FOOD OF THE FUTURE

Innovative formula, great attention to ingredients and years of university researches result in a food that is really premium

Want to provide rabbits and rodents living with us with future well-being? Create the future food! This is the challenge *Wellness* accepted and won: Padovan premium line increases the level of quality and food safety for small pets. It is born after the researches carried out by the Faculty of Veterinary Medicine and Agriculture, Padua University: *Wellness* is the result of an attentive, deep and long scientific knowledge of the physiology of these pets, a thorough analysis of ingredients and an innovative formula.

#### FROM RESEARCH TO RECIPE

According to the first study on dwarf rabbits, alga spirulina and officinal herbs reduce the risk of food-related health problems. Further studies on maintenance food for rabbits and other small mammals (Guinea pigs, chinchillas, hamsters) laid the basis for a unique line.

#### POINTS OF STRENGTH

*Wellness* combines the beneficial effects of fibres (from various plants) with alga spirulina (digestible and with plenty of nutritional and therapeutic effects). *BiPellet* further innovates the food: a longer fibre compared to standard pellet, in order to ensure a more balanced nutrition.

No cereals are present in the recipes for adult rabbits, to ensure extra well-being. The package is elegant and provides clear and complete information: it is another proof of quality.

#### NEW CULTURE IN THE WORLD OF PET FOOD

In such an ever-evolving market, *Wellness* is the excellence and the *best practice* model: small mammals also deserve the same attention dedicated to cats and dogs.

This is Padovan mission: promoting a new culture among breeders and owners of small pets, so that even rabbits and rodents living in the house can rely on the best diet ever. A "premium" nutrition ensures the psychophysical well-being of small pets: that is why *Wellness* line by Padovan proves to be a successful choice.



# Ieri c'era il mangime Oggi c'è Wellness



**ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL  
HALL 26 – STAND B107



**LINEA WELLNESS: LA NUOVA FRONTIERA DEL MANGIME.  
NUTRIENTE, BILANCIATA, SANA, PER IL BENESSERE DI PICCOLI GRANDI AMICI.**

Anni di ricerca universitaria italiana. Con alga spirulina e ingredienti naturali testati. Formula BiPellet: più fibra, meno carboidrati. Da oltre 60 anni di esperienza Padovan.

# VOGLIA DI NOVITÀ

UNA LINEA DI MANGIMI RINNOVATA E COMPLETA

Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

Più di quattrocento articoli destinati all'alimentazione e alla cura di uccelli e roditori sono già un fiore all'occhiello per un'azienda, ma la Fioretta Rag. Gianni ha compiuto un ulteriore passo avanti migliorando e ampliando l'offerta dei propri prodotti. Da sempre posizionata nella fascia alta di mercato, Fioretta Rag. Gianni produce e distribuisce dal 1963 i prodotti a marchio *Fiory*.

## LE LINEE

Le linee proposte sono varie: *Micro-pills* linea veterinaria, *Fiory* linea



superpremium, *Classic* linea premium, *Billo Natural* linea igiene e cura e *Breeders* linea per allevatori e professionisti, oggetto di un importante restyling e incremento di referenze.

## LA LINEA BREEDERS

Inizialmente studiata per andare incontro alle richieste degli allevatori di uccelli e di quei negozianti che ricercavano un prodotto base da poter integrare personalmente, la linea *Breeders* fino a poco tempo fa comprendeva prettamente miscele per tutte le specie, ma dei soli volatili.

Oggi invece si arricchisce di miscele e pellettati destinati ai roditori, completando l'offer-

## Novità!

*SherWood* è la nuova lettiera di casa *Fiory*. Composta esclusivamente da pellet di abete bianco, *SherWood Fiory* è ideale per gatti, roditori e uccelli. Completamente naturale e biodegradabile, garantisce un potere assorbente di oltre il 300%, trattiene gli odori a lungo, non si attacca al pelo e non aderisce alle zampe. È disponibile anche nella versione aromatizzata al limone. Nuovo formato per *Maislitter Fiory*. *Fioretta Rag. Gianni* è l'unica azienda che propone questa apprezzata lettiera a base di tutolo di mais con diverse profumazioni: naturale, all'anice, al limone e ai frutti di bosco. Si aggiunge oggi alla linea un formato più grande, in un pratico e colorato sacchetto dalla grafica tutta nuova.

## New entry

*SherWood* is *Fiory* new litter. Exclusively made with white pine pellet, *SherWood Fiory* is ideal for cats, rodents and birds. Completely natural and biodegradable, its absorbing power exceeds 300%, it traps odours for a long time and it doesn't stick to the coat or paws. Also available lemon scented. New size for *Maislitter Fiory*. *Fioretta Rag. Gianni* is the only manufacturer that includes this popular corn cobs based litter in various scents: natural, aniseed, lemon and fruit of the forest. Today the line also includes a larger size, in a practical and colourful bag with completely new graphics.



ta *Fiory* per tutti i professionisti dei piccoli animali d'affezione: criceti, conigli nani, cavie e cincillà possono ora affidarsi a miscele e pellettati specifici per la loro alimentazione.

Oltre all'ampliamento di gamma, l'azienda ha voluto rendere più fruibili e accattivanti i prodotti della linea *Breeders* anche per il cliente privato, attuando un importante restyling alle confezioni di tutta la linea.

Particolare attenzione è stata rivolta al tipo di confezionamento che garantisce da oggi, a tutti i prodotti nel piccolo e medio formato, la sicurezza di una perfetta conservazione data dall'atmosfera protettiva. Durante i mesi caldi e umidi diversi prodotti confezionati in semplici buste sono infatti soggetti a deterioramento prima dell'effettiva data di scadenza; problema che non coinvolge la linea *Breeders* nemmeno con i delicati nuovi prodotti per roditori. Un comodo e pratico espositore, ulteriore conferma della cura riservata dall'azienda ai prodotti di casa *Fiory*, completa l'offerta rendendo il prodotto nel piccolo formato "ready to sell": pronto da posizionare per la vendita senza alcuno sforzo da parte del negoziante. (A.B.)



## PET WORLD

### YEARNING FOR SOMETHING NEW

A renewed and complete line of feedingstuff

Over four hundred products for the care and nutrition of birds and rodents are a crowning jewel for any brand, but Fioretta Rag. Gianni made a further step ahead by improving and broadening their product portfolio.

Always in the high end of the market, Fioretta Rag. Gianni has been manufacturing and distributing the *Fiory* brand since 1963.

#### THE LINES

There are numerous lines in their portfolio: *Micropills* veterinary line, *Fiory* superpremium line, *Classic* premium line, *Billo Natural* hygiene and care line and *Breeders* a recently restyled and broadened line for breeders and professionals.

#### THE BREEDERS LINE

Originally created to meet requests from bird breeders and those retailers looking for a basic products that could be supplemented, until a short while ago the *Breeders* line used to include mixes for all species, but only for birds.

Today it's been broadened to include mixes and pelleted foods for rodents, thus completing the *Fiory* offer for all professionals in the small pets world: hamsters, dwarf rabbits, guinea pigs and chinchillas now have at their disposals mixes and pelleted foods specific for their nutrition. Besides broadening the range, the company chose to make the *Breeders* line more available and appealing also for private customers, by completely restyling the packaging of the entire line.

Great care was paid to the type of packaging: by using a modified atmosphere packaging they are now able to ensure that all small and medium sized products are perfectly preserved.

In the warmer, and humid, months, many products simply packed in bags may deteriorate before their best before date; this problem doesn't concern the *Breeders* line, not even with the new and more delicate new products for rodents.

A practical and convenient display, as further proof of the attention paid by the company to its *Fiory* products, completes the offer making small size products "ready to sell" without the shop keeper needing to make any effort.



# fiory



ZOOMARK 2019  
INTERNATIONAL  
PAD.30 A21-23

# micropills

VETERINARY LINE

dallo **SVEZZAMENTO** AL **MANTENIMENTO**  
**ricchi di FRUTTOSIO**  
PER UN CORRETTO APPORTO DI CARBOIDRATI



FIORETTA RAG. GIANNI di PAOLO FIORETTA & C. S.N.C.

Via Provinciale, 89 - 23811 - Ballabio (LC) Italia Tel.+39 0341 530138 info@fiory.com www.fiory.com

# Un classico senza età

## IDEALI PER L'ACQUARIO "MISTO"

Per l'allevamento e la riproduzione negli acquari domestici va bene anche l'acqua di rubinetto, con pH alcalino (7-8) e durezza medio-alta (10-20 °dGH, 3-6 °dKH). Viene ben tollerato, purché senza bruschi sbalzi, un ampio intervallo termico (15-30 °C), tuttavia i portaspada provenienti dall'Asia tropicale, di gran lunga i più comuni in commercio, sono diventati con il tempo piuttosto freddolosi ed è bene non tenerli a lungo sotto i 20-22 °C. Il loro carattere pacifico li rende degli ottimi compagni di vasca per tutti i pesci altrettanto mansueti e di taglia simile o non troppo diversa, scelti tra quelli che meglio si adattano a valori di pH e durezza relativamente elevati, come ad esempio i vari *Gymnocorymbus ternetzi*, *Enneacanthus chaetodon*, *Puntius conchonius*, *P. sachsii*, *Danio rerio*, *Tanichthys albonubes*, *Rasbora trilineata*, *Melanotaenia spp.*, *Marosatherina ladigesii*, *Bedotia geayi*, *Corydoras aeneus*, *C. paleatus*, ecc. La convivenza con gli altri Pecilidi è un po' controversa: buona quella con molly & C., a volte problematica quella con il guppy, vista la propensione dei portaspada a inseguire e mordicchiare le lunghe code dei maschi. In acquario si dimostrano praticamente onnivori, accettando di buon grado quasi tutti i cibi secchi (da preferire quelli a base vegetale), liofilizzati, surgelati e vivi di adeguate dimensioni. Un'alimentazione bilanciata contribuisce a preservare la loro salute e i loro magnifici colori, ed è senza dubbio il presupposto essenziale per ottenere riproduzioni di successo.

## CONSIGLI PER LA RIPRODUZIONE

Purtroppo gli acquariofili - soprattutto i neofiti - pretendono il più delle volte di acquistare questi pesci a coppie. Si tratta di un errore: il rapporto numerico maschi/femmine dovrebbe essere almeno di 1:3, ciò per evitare che le femmine vengano continuamente inquisite e stressate dagli inesauribili maschi. Distinguere un maschio da una femmina è del resto molto semplice, anche quando apparentemente i due sessi sembrano uguali come nei Simpson e nei Lyretail: nel maschio è infatti sempre ben visibile il gonopodio, un organo copulatore derivato da una modifica strutturale delle pinne (fusione del 3°, 4° e 5° raggio della pinna anale), essenziale per consentire la fecondazione interna. Come tutti i Pecilidi, infatti, i portaspada sono ovovivipari e non depongono uova, in quanto sviluppo e schiusa

I PORTASPADA SONO PESCI ADATTI A TUTTI GLI ACQUARI DI COMUNITÀ ("MISTI"). OCCORRE PERÒ FARE ATTENZIONE CON LE VASCHE APERTE PERCHÉ SOPRATTUTTO I PRIMI GIORNI, SE SPAVENTATI, POSSONO FACILMENTE SALTARE FUORI DALL'ACQUA



UN ACQUARIO IDEALE PER L'ALLEVAMENTO DI PLATY E PORTASPADA



ESEMPLARI DI PORTASPADA DI ALTA SELEZIONE E VARIETÀ INUSUALI PRESENTATI IN OCCASIONE DELLA FIERA AQUARAMA A SINGAPORE



di queste ultime si svolgono dentro il corpo materno (in genere nell'ovidotto), sicché questi pesci partoriscono avannotti già auto-sufficienti: la fecondazione delle cellule germinali femminili (oociti) avviene direttamente nei loro follicoli.

Oltre al gonopodio (carattere sessuale primario e invariabile), esistono altri caratteri sessuali cosiddetti secondari, cioè legati alla morfologia ma non determinanti in quanto possono presentarsi entro un'ampia gamma di variabilità: le dimensioni (femmine di regola più grandi dei maschi), l'aspetto (femmine più massicce dei maschi), il ventre (più arrotondato e voluminoso nella femmina, specie in prossimità del parto), la "macchia nera" presso l'ano (attributo esclusivo delle femmine già fecondate, ma non di tutte e non sempre visibile), lo "spadino" caudale.

## FACILE RIPRODURLI MA IMPEGNATIVO CRESCERLI BENE

In alcuni individui di *X. hellerii* può capitare che spada e gonopodio maturino tardivamente (dopo circa 12-15 mesi), mentre in altri precocemente. I maschi tardivi raggiungono dimensioni maggiori, mentre i soggetti precoci sono di solito più piccoli e snelli e hanno una crescita più lenta. È altrettanto curioso notare, inoltre, come i primi generino sempre una discendenza di sesso prevalentemente femminile (circa i due terzi), mentre i secondi per circa due terzi di sesso maschile. Tipica è poi la capacità delle femmine di portaspada di conservare attivo anche per 7-8 mesi il liquido seminale ricevuto durante un singolo accoppiamento: in tal modo possono dar vita a ripetute fecondazioni anche in assenza di maschi. La nascita può avvenire sia in un'apposita "sala parto" che liberamente in vasca. In quest'ultimo caso è auspicabile la presenza di piante sommerse e galleggianti a fitto fogliame (*Myriophyllum*, *Ceratophyllum*, *Egeria*, *Vesicularia*, *Fontinalis*, ecc.), tra cui i piccoli possono trovare riparo dalle affamate bocche dei coinquilini e della madre stessa. Gli avannotti sono in grado di nuotare e alimentarsi indipendentemente già dopo solo un paio d'ore dalla nascita. Nei primi 15-20 giorni devono essere abbondantemente nutriti con mangime secco micronizzato e naupli di artemia arricchiti (almeno 3-4 volte al giorno), successivamente con gli stessi cibi somministrati agli adulti opportunamente sminuzzati. Importanti, per una buona crescita, sia la disponibilità di spazio (la permanenza nelle sale parto dev'essere limitata a 2-3 giorni al massimo, per crescere una "nidiata" di 20-30 avannotti occorre partire da una vaschetta di almeno 40 l) che piccoli ma frequenti cambi parziali dell'acqua.

# JBL

ZOO-MARK 2019  
Vieni a trovarci qui  
Hall 30  
Stand B43-D50

# Conservazione degli stock ittici

JBL è attivamente coinvolta nella protezione della natura durante la produzione di cibo per pesci.



Nessuna pesca in natura per le nostre fabbricazioni: usiamo solo carne di pesce derivante dalla produzione di filetti per il consumo umano. Contribuiamo al mantenimento delle risorse naturali.

**Altri benefici:**

**Diversità degli ingredienti:**

Il cibo principale JBL NovoBel contiene, per esempio, 7 flocchi contenenti un totale di 54 diverse materie prime naturali.

**Imballaggio e chiusura di qualità superiore:**

JBL investe in materiali eccellenti in modo che l'alta qualità del cibo sia conservata a lungo quando la scatola è chiusa.



**Ricerca in laboratorio e in natura:**

JBL include nelle sue spedizioni di ricerca tentativi di alimentazione con prototipi di alimenti per progettare nuovi prodotti.

**Richiedi e apprezza la qualità!**



SH RKPROJECT  
FÖRDERMITGLIED

[www.jbl.de/it](http://www.jbl.de/it)

VORSPRUNG  
DURCH FORSCHUNG  
ALL'AVANGUARDIA CON LA RICERCA





Se hai questo prodotto  
in negozio,  
**FATTI TROVARE!**  
Vai a pagina 68  
e verifica la tua presenza  
nel **TROVA NEGOZIO**

# QUANDO L'ACQUA DIVENTA DESIGN

ACQUARI PROGETTATI PER DARE UN TOCCO IN PIÙ  
GRAZIE A UNO STILE ELEGANTE SENZA TECNOLOGIE A VISTA

"L'acqua rilassa, offre divertimento, dà gioia, arricchisce la casa e la vita: questa è la nostra filosofia". A parlare è Marcello Bianchin, General Manager di Oase Italia, azienda che è partita dalla Germania per espandersi in tutto il mondo. Oase ha sede a Hörstel, in un paesaggio ricco di specchi d'acqua e torbiere, ecosistemi umidi e canali. Non c'è da stupirsi, quindi, se la sua vocazione principale sia l'acqua. L'azienda conta più di 700 dipendenti in tutto il mondo - di cui 40 nella filiale italiana - e stabilimenti di produzione in Germania, Regno Unito, Italia e Cina.

## LA FILOSOFIA OASE

Fondata nel 1949, Oase ha cominciato la sua storia con i giardini acquatici per poi trasformarsi in un "global player" che punta sull'innovazione e la qualità, ampliando le sue attività in particolare nel settore dell'acquariofilia. Attualmente è tra i leader indiscussi nel comparto laghetto e con l'acquisizione delle aziende Eden (2014) e biOrb (2016) ha assunto un ruolo di primo piano nella creazione e vendita di acquari.



"Oggi offriamo una vasta gamma di prodotti per l'acquariologia e la progettazione di giardini" - spiega Bianchin - "l'acqua è il nostro elemento, l'oggetto delle nostre ricerche e la scintilla di nuove idee. Che sia un acquario, uno specchio d'acqua o uno zampillo dinamico, il movimento dell'acqua affascina praticamente tutti".

## MAGIA IN OGNI ANGOLO DELLA CASA

Per Oase il prodotto perfetto unisce esperienza e tecnologia all'avanguardia, innovazione e capacità costruttive. La storia dell'azienda è iniziata con il laghetto che ancora oggi è il punto di riferimento per la costruzione di qualsiasi tipo di specchio d'acqua. Il presente si è allargato al settore Indoor Aquatics, dove è stata fatta una scelta precisa, quella di puntare sulla qualità e sul design.

"I prodotti Oase sono pensati per rendere felici le persone" - prosegue Bianchin - "dare loro ampia versatilità di progettazione e soprattutto grandi soddisfazioni. Il target a cui ci rivolgiamo è quello dell'acquariofilo che non si accontenta di una vasca con i pesci, ma vuole qualcosa di più: un oggetto di design, un complemento d'arredo, un originale punto luce. È quello che stiamo cercando di fare con la filiale italiana, con la nostra rete commerciale costituita interamente da dipendenti, e non da agenti, per attuare strategie di lungo periodo con l'obiettivo di

## ACQUARIUM

### WHEN WATER BECOMES DESIGN

Acquariums designed with a little extra something,  
for a stylish look and no visible technology

"Water is relaxing, entertaining, puts people in a good mood and improves life: that's our philosophy". These are Marcello Bianchin words, General Manager of Oase Italia, a company that started in Germany and expanded worldwide. Oase is based in Hörstel, in a land rich in water, bogs, wetland ecosystems and canals. No wonder, then, that water is its main vocation. The company has over 700 employees around the world - 40 of which in the Italian branch - and owns production plants in Germany, United Kingdom, Italy and China.

### OASE PHILOSOPHY

Founded in 1949, Oase began with aquatic gardens and then turned into a "global player" specialising in innovation and quality, broadening its activity particularly in the aquarium sector. At present it is one of the undisputed leaders in the fishpond sector, and with the acquisition of the companies Eden (2014) and biOrb (2016) has taken the leading position in the production and sales of aquariums. "We have a wide range of aquarium products and products for garden design" - explains Bianchin - "water is our element, the subject of our research and the sparkle from which new ideas are born. Be it an aquarium, a pool of water or water jet, moving water enralls practically everybody".

### MAGIC IN EVERY CORNER OF THE HOUSE

According to Oase, the perfect product combines expertise and cutting-edge technology, innovation and building ability. The story of the company began with fishponds, which are still the starting point for building any type of water pool. They now broadened their horizon to include the Indoor Aquatics sector, where they opted to focus on quality and design.

"Oase products are created to make people happy" - continues Bianchin - "giving them versatile designing and great satisfaction. We target aquarium lovers who want more than a mere fish tank: an interior design item, and an original lighting. It's what we are trying to do with our Italian branch, with our marketing network of employees, not agents, in order to put into place long term strategies with the aim to bring to Italy the Oase philosophy. We also focus our attention on trade fairs; we always attend the customary pet fairs, the Ambiente fair in Frankfurt and the Maison & Objects fair trade in Paris".

### NOTHING COMPARES TO THE ATTRACTION OF THE AQUATIC WORLD

The designing line that best represents Oase is *HighLine*, an aquarium with a clean and harmonic design created to bring magic in any corner of a home thanks to its elegant style, without visible technology, hiding all cables, pipes and external filters so that nothing can distract from the charm of the undersea world. The durable and high-efficiency LED lights create optimum lighting, the heater is built into the filter and ensures even temperature, the automated dispenser provides the correct amount of food around the clock. The whole system is low maintenance and the spaces inside the cabinet are cleverly set in order to put away and conceal all necessary accessories.

### AQUARIUM OR PIECE OF FURNITURE?

Oase mission is to have satisfied customers, and with the acquisition of *biOrb* they re-defined what people expect from an aquarium, broadening the range in shapes, sizes and use.

*biOrb* aquarium are particularly versatile: they can be used as aquariums, as a piece of furniture, or as a very original light. The very latest news is *biOrb Air*, a modern and elegant terrarium that replicates a tropical forest in one's home! Water is the theme of all Oase activities, complemented by the sectors Drainage and Irrigation and dancing fountains. "Oase" - concludes Marcello Bianchin - "satisfies the need for creativity with infinite possibilities: creating the magic is up to the customer".



# Il trattamento dell'acqua

ABBIAMO GIÀ TRATTATO I PRINCIPALI VALORI. SI TRATTA ORA DI AMPLIARE IL DISCORSO E CAPIRE COME FARE PER TENERE SEMPRE SOTTO CONTROLLO NEL MIGLIORE DEI MODI L'ACQUA DEL LAGHETTO

Sappiamo bene che la qualità dell'acqua nel laghetto dipende da una serie di fattori che solo in parte possiamo tenere sotto controllo. Per il primo riempimento gli appassionati si servono nella gran parte dei casi dell'acquedotto urbano limitandosi ad attendere qualche giorno per ottenere la dissociazione del cloro. Quest'acqua, che si mescola inevitabilmente con quella piovana, è però messa a dura prova se esageriamo con il numero degli ospiti rispetto alla capienza, se siamo eccessivamente generosi con il cibo, nel caso di una eccessiva insolazione, ecc. È evidente che tenerne sotto controllo la qualità con periodiche misurazioni è non solo consigliabile ma del tutto indispensabile: un concetto che occorre far ben capire ai clienti, per il loro bene e per quello delle piante e dei pesci ospitati nei loro laghetti. Conoscere i valori e intervenire tempestivamente ogni qual volta sia necessario è infatti la scelta giusta per garantirsi un ambiente costantemente ottimale.

## QUANDO PH E DUREZZA "BALLANO"

Ci siamo occupati recentemente del pH (*Zampotta* n°6, pp. 102-103) e della durezza (n° 7/8, pp. 116-117) per chiarire cosa rappresentano questi valori e le tecniche di misurazione. Se le cose procedono bene ci potremo tranquillamente limitare a controlli periodici, diciamo una volta al mese, un po' più spesso in periodi di persistenti e abbondanti precipitazioni. Le correzioni in un vaso non sono sem-

plici: la soluzione migliore è quella di cambiare parte dell'acqua con altra a pH minore o maggiore e/o più dura o più tenera in base al valore da modificare. In stagni non troppo grandi sono inoltre efficaci i correttori chimici, oggi disponibili anche in confezioni da laghetto. Aggiustamenti più lenti e graduali si possono ottenere con l'arredamento, analogamente a quanto avviene in acquario: sassi e rocce calcaree o anche gusci di bivalvi inseriti con generosità nel laghetto pian piano fanno aumentare la durezza; legni di torbiera la faranno abbassare. Mutamenti lenti, ma del resto il range di tolleranza (vedi box sui valori standard) è ampio e se stiamo attenti non dovremo mai far ricorso a interventi urgenti e d'emergenza.

## IL FILTRO "IMPAZZITO"

Anche del ciclo della decomposizione organica ci siamo occupati di recente (*Zampotta* n°9, pp. 106-107) e anche in questo caso se tutto procede bene sarà

sufficiente tenere la situazione sotto controllo con verifiche mensili. Se però il filtro non funziona al meglio (o, nel caso di vasche senza filtro, se qualcosa va storto) occorrerà intervenire. Il primo segnale è rappresentato da un eccesso di nitrati. Il ripristino delle condizioni ideali nel filtro, insieme a un bel cambio d'acqua, è la prima cosa da fare. In assenza di filtro, oltre al necessario cambio d'acqua, serviranno un controllo del rapporto piante/pesci ripristinando una situazione ottimale e un'immediata riduzione, almeno nel breve periodo, della quantità di cibo somministrato oltre a un'energica azione di pulizia, sifonando il fondo in occasione del cambio di cui s'è detto e rimuovendo i detriti in superficie. Ricordiamoci che anche avere una ricca vegetazione aiuta, e non poco...

## NON TRASCURIAMO L'OSSIGENO

La presenza di ossigeno disciolto nell'acqua è ovviamente indispensabile per la respirazione dei pesci ed è importante anche per i processi di decomposizione. L'ideale è una presenza prossima alla saturazione ma comunque non dovrebbe mai essercene meno di 4 mg/l (valore ottimale circa 6 mg/l). Una buona presenza di ossigeno è favorita dalla temperatura non eccessiva e dal movimento dell'acqua.



IN UN LAGHETTO DI GRANDI DIMENSIONI I VALORI RESTERANNO PIÙ FACILMENTE SUI LIVELLI OTTIMALI

IL MOVIMENTO DELL'ACQUA, COME IN QUESTO CASO CON RIENTRO DAL FILTRO A CASCATA, GARANTISCE UNA BUONA PRESENZA DI OSSIGENO DISCIOLTO



## I valori standard

Non esistono valori ideali in termini assoluti. Esiste invece nel laghetto un livello standard per ciascun valore, rispettando il quale non avremo particolari problemi: pH tra 6 e 8; GH tra 6 e 16 °d; KH tra 5 e 10 °d; ossigeno al di sopra di 6 mg/l; ammoniaca/ammonio e nitriti meglio se assenti ma comunque mai oltre 0,5 mg/l; nitrati al di sotto di 50 mg/l; fosfati meno di 1 mg/l.

Questo già ci dice che cosa possiamo fare nel caso di una carenza: aggiungere una seconda pompa o aumentare la potenza di quella che c'è. Si tenga conto che una certa variabilità di questo valore è inevitabile: di notte e al mattino è più facile che si registrino valori minori a causa della fotosintesi. Teniamone conto misurando all'inizio in orari differenziati per farci un'idea di massima dell'andamento ed effettuando poi i controlli più o meno sempre alla stessa ora.

## GLI ALTRI VALORI

Non è una cattiva idea misurare di tanto in tanto anche i fosfati ( $PO_4$ ): sono un prodotto poco tossico della decomposizione organica e una preziosa fonte di nutrimento per le piante. In eccesso favoriscono però le alghe. Tenerli al di sotto di 1 mg/l è fondamentale per avere un laghetto in condizioni ottimali. Se si è costretti a utilizzare medicinali o biocidi sarà bene tenere d'occhio anche la percentuale di rame (Cu): si tratta di un prezioso oligoelemento ma può essere tossico anche a basse concentrazioni. Non si deve andare oltre 0,1 mg/l.



NEI PICCOLI INVASI UNA BUONA PRESENZA DI PIANTE AIUTA A TENERE SOTTO CONTROLLO NITRATI E FOSFATI

# Ricominciamo dai poecilidi

## ESSENZIALI PER IL COMMERCIO, PERICOLOSI PER L'ACQUARIO

Guppy, platy e black molly da sempre rappresentano un elemento centrale e caratterizzante per l'acquariofilia e generano opinioni contrastanti, spesso sostenute con forza e determinazione. Alcuni acquariofili considerano i poecilidi come pesci troppo facili, poco interessanti, insufficienti a produrre interesse specifico. Altri, al contrario, li considerano meravigliosamente vivi per i colori, le forme, l'adattabilità all'ambiente dell'acquario e la capacità di produrre prole numerosa in modo semplice. Entrambe le visioni hanno sensate motivazioni, ma nell'insieme questi pesci sono indubbiamente sufficienti per diffondere la passione degli acquari e hanno grande potenziale economico, essendo peraltro quasi totalmente indipendenti dai prelievi in natura e rappresentando quindi, anche dal punto di vista ecologico, un target molto interessante. Pertanto non entreremo qui nella discussione "poecilidi sì, poecilidi no" perché priva di senso: è evidente che questi pesci rappresentano una risorsa fondamentale per il commercio specializzato. Il problema principale è rappresentato dalla loro quasi costante proprietà di trasportare parassiti - quasi sempre metazoi - che possono negativamente influenzare la risposta dell'hobbista.

## LE MALATTIE DEI POECILIDI

I poecilidi, come tutti i pesci fortemente melanici, sono delle vere calamite per i metazoi della pelle e delle branchie! *Dactylogyrus* e *Gyrodactylus* sono tra i parassiti che più frequentemente troviamo sul loro corpo, ma anche metazoi dell'intestino e grossi parassiti branchiali (inclusa *Lernaea*) sono abbastanza comuni. Il motivo è da ricercarsi non solo nella loro fisiologia. Essi sono regolarmente allevati

e quindi divengono parte di un network di parassiti cronicamente presenti nei centri di produzione. Da questo punto di vista rappresentano dei seri pericoli per qualsiasi acquario, perché la loro introduzione produce immediati danni alla maggior parte degli ospiti di una piccola vasca. Neon e danio, così come altri piccoli pesci, vengono rapidamente colpiti e, date le dimensioni contenute, uccisi in breve tempo. Pesci più grandi dimagriscono e talvolta smettono di alimentarsi. L'hobbista lamenta mortalità improvvise, con pesci che stazionano a galla e nuotano in modo strano, a branchie spalancate, prima di morire con l'addome compresso. A questo punto il negoziante deve consigliare una serie di prodotti anti-metazoici che distruggono l'equilibrio biologico della vasca e spesso le conseguenze di tante vicissitudini sono rappresentate da scoraggiamento, perdita di interesse e abbandono. In questo caso i poecilidi passano da grande risorsa a danno estremo per il commercio. Come difendersi?

## DUE PUNTI ESSENZIALI

Tenendo presente quanto sopra riportato, due punti essenziali emergono:

- i poecilidi sono fondamentali per sostenere e incrementare le vendite nel settore acquari;
- i poecilidi costituiscono un potenziale problema, perché la presenza di parassiti molto nocivi sul loro corpo induce delusione e allontanamento dell'hobbista.

A questo punto la soluzione appare ovvia e concreta: è necessario tenere in negozio dei poecilidi sani! Tenendo conto del fatto che il problema è ben noto da anni, ma è quasi impossibile riuscire a ottenere guppy e platy privi di parassiti (almeno in larghe fasce del paese) bisognerà organizzarsi in negozio, prima che sia troppo tardi. Se questi problemi non vi toccano, perché i vostri grossisti riescono a fornire pesci sempre sani e quarantenati siete molto fortunati: tenete ben stretti i vostri fornitori. Se invece anche voi notate che i platy di recente acquisto mostrano macchie scolorite sul dorso, chiazze lattiginose sulle pinne, movimento dondolante e dimagrimento, è opportuno correre ai ripari rapidamente e non, semplicemente, nascondere la testa sotto la sabbia, come fanno in realtà alcuni negozianti, ottenendone risultati poco incoraggianti. Il problema, tutto sommato, è di risoluzione relativamente facile, perché la maggior parte dei metazoi esterni è eliminabile utilizzando varie sostanze chimiche, anche di origine naturale. Tra breve esamineremo come, in pratica.

Un suggerimento essenziale è quello di tenere un settore del negozio dedicato solo ai poecilidi perché questi, per conformazione, tipologia e fisiologia, sono specificamente ricercati da alcuni clienti (non necessariamente neofiti). Meglio non alternarli tra le vasche di cardinali e discus, per vari motivi commerciali, tecnici e psicologici. Tuttavia, grazie anche alla presenza di innumerevoli nuove varietà di selezione, potremo tranquillamente riempire 10-12 vasche con varie specie di poecilidi e questi diventeranno una fetta importante delle nostre attività, se riusciremo a evitare perdite dovute a malattia e a vendere pesci sani. Vediamo come...

GIOIA E DELIZIA PER IL  
NEGOZIANTE  
SPECIALIZZATO, I POECILIDI  
SONO SENZA DUBBIO TRA I  
PESCI PIÙ RICHIESTI, MA  
ANCHE TRA QUELLI CHE  
PIÙ FREQUENTEMENTE  
PRODUCONO PATOLOGIE  
DIFFICILMENTE CURABILI.  
UNA GESTIONE RAZIONALE  
PRODURREBBE  
INTERESSANTI RICAVI



UN VERME PARASSITA SULLE BRANCHE DI UN POECILIDE

COLORI E FORME DEI GUPPY RENDONO L'ACQUARIO VARIO



## CURE PREVENTIVE

Una prima soluzione a buon mercato per i metazoi esterni è rappresentata dal classico solfato di rame. Purtroppo i sali di rame risultano essere tossici quando somministrati in acque tenere. Per questo motivo sarà necessario introdurre i poecilidi appena acquistati in vasche riempite con semplice acqua di rubinetto (una soluzione economica!) o comunque con un liquido che abbia una durezza totale non inferiore a 10-12 °dGH. Verseremo sul fondo della vasca un paio di cucchiaini di sale grosso da cucina, il quale avrà un doppio effetto: da una parte renderà i pesci meno sensibili alla presenza dei sali di rame, dall'altro renderà più "ragionevoli" (!) i parassiti finiti sul fondo. Infine aggiungeremo una dose normale di solfato di rame in soluzione terapeutica (sarà sufficiente utilizzare un qualsiasi prodotto anti-*Chytrid* disponibile per l'uso in acquari marini). Sugeriamo di introdurre in questa vasca tutti i pesci appena acquistati dal grossista, anche se non mostrano segni evidenti di metazoi. Prevenire, come si sa, è meglio che curare.

Una soluzione alternativa è costituita dal classico abbinamento acriflavina-sale da cucina. In realtà è meno efficace di quella appena descritta e ha un inconveniente evidente: si nota la presenza del trattante in vasca, anche se ciò non dovrebbe scoraggiare il negoziante corretto, perché i pesci andranno quarantenati (ovvero tenuti in trattamento almeno 1 settimana

prima della vendita) e le vasche non ancora pronte saranno chiaramente contraddistinte da cartellini esplicativi. Questo rappresenterà per il cliente un'ulteriore garanzia della serietà del negoziante di fiducia.

Una terza soluzione, molto efficace, è costituita dai terapeutici a base di sostanze naturali. Non possiamo in questa sede indicare specifici prodotti, perché ciò costituirebbe pubblicità indiretta. Tuttavia possiamo asserire, senza ombra di dubbio, avendo effettuato test specifici nei nostri laboratori, che utilizzando prodotti a base di sostanze naturali (composti aromatici come citronella, geranio, ecc.) sono stati eliminati sia metazoi della pelle sia quelli delle branchie in pochi giorni, senza produrre danni alla popolazione acquatica né problemi al filtro.

Sconsigliamo invece l'uso di miscele "forti", come quelle composte da formalina, blu di metilene, antibiotici, perché riescono sì a eliminare i metazoi parassiti, ma restituiscono pesci indeboliti, facilmente soggetti ad altre patologie con esiti gravissimi. Limitando i nostri interventi alle due soluzioni qui suggerite (composti chimici efficaci, come il solfato di rame e composti naturali altrettanto efficaci ma non tossici) riusciremo certamente a controllare i parassiti e restituire al cliente pesci sani, in ottima forma. Ripetiamo però che bisogna agire d'anticipo, cioè all'arrivo dei pesci, senza attendere i primi sintomi di parassitosi, e bisogna farlo di routine, perché distribuire pesci infestati da vermi parassiti induce scoraggiamento e in questo complesso periodo per gli acquari... è importante invece incoraggiare e rassicurare.

L'ASPETTO DI UN POECLIDE SANO, CON PINNE TRASPARENTI E CORPO PERFETTO



# La colomba maculata

Tranquilla e confidente, la colomba maculata è delicata nei movimenti e dal volo agile e aggraziato, piuttosto veloce con battiti regolari. Il decollo è tipico: sale con un forte battito di ali e poi lentamente plana con la coda spalancata a ventaglio e continua il suo volo in modo regolare.

## DESCRIZIONE, ALIMENTAZIONE, RIPRODUZIONE

La colomba maculata (*Spilopelia chinensis*) è un columbide di piccola taglia con la coda lunga e una struttura tozza e robusta, con taglia attorno ai 30 cm. Precedentemente inclusa nel genere *Streptopelia* con altre tortore e colombe, studi più moderni basati su sequenze molecolari iniziati nel 2001, hanno dimostrato che si differenzia dai tipici membri di quel genere e per questo è stata inserita nel genere *Spilopelia*.

Presenta variazioni di piumaggio e taglia anche notevoli tra le popolazioni all'interno della suo vasto areale distributivo.

In generale la possiamo descrivere con la testa grigio-chiara, occhi con pupilla scura e iride arancione e becco forte e sottile, color piombo. Il collo mostra un vistoso collare, che arriva alla nuca, di solito interrotto sul davanti, di un bel nero intenso con punti bianchi-



*SPILOPELIA CHINENSIS*: IN EVIDENZA IL COLLARE DI PERLE

argento. Per questa caratteristica viene anche chiamata colomba o tortora dal collare di perle. La zona dorsale è bruna vergata di nero e il resto del corpo grigio-azzurrognolo. Le zampe sono rosse.

Durante il volo la coda appare nera con le punte bianche. I giovani si distinguono dagli adulti per la mancanza del collare puntinato intorno al collo.

Queste colombe si muovono in coppia o in piccoli gruppi famigliari e si nutrono sul terreno, muovendosi a saltelli tra l'erba raccogliendo semi di varie erbe, di cespugli, di alberi ma anche bacche e occasionalmente anche insetti e larve di insetti.

Mentre si muove mantiene il contatto con il gruppo con un verso caratteristico. Vive in vasti areali e si adatta sia alle boscaglie che alle aree suburbane dove trova facilmente cibo e alberi dove costruire il nido e mantiene più lontani predatori e competitori che preferiscono vivere a maggiore distanza dall'uomo. Frequenta zone alberate e ricche di

cespugli, boschi intramezzati da aree coltivate, pareti rocciose, grandi parchi e boschetti al limitare di praterie e savane, sia in pianura che in montagna, dal livello del mare fino ai 500-1.000 metri di quota.

Da anni ormai popola i parchi e i giardini cittadini e i campi coltivati, non avendo nessun timore dell'uomo. Anche in questi casi però ha bisogno della presenza di alberi per la nidificazione.

Si nutre di cereali, soprattutto frumento e altre sementi facilmente reperibili nelle aree coltivate ma anche nei prati e nelle savane alberate (soprattutto le boscaglie di acacie sono ambiente ideale).

Nelle zone di origine asiatiche è una specie migratrice che in Australia è diventata sedentaria o erratica, ma che occasionalmente compie migrazioni stagionali.

LA COLOMBA MACULATA, O TORTORA MACULATA, È ORIGINARIA DELL'INDIA E DELL'ASIA SUDORIENTALE MA È STATA INTRODotta CON GRANDE SUCCESSO IN AUSTRALIA DOVE SI È ADATTATA BENISSIMO, TANTO CHE OGGI È MOLTO DIFFUSA IN TUTTO IL CONTINENTE, AL PUNTO DA VENIRE CONSIDERATA UN UCCELLO AUSTRALIANO A TUTTI GLI EFFETTI

## La classificazione scientifica

Regno: Animale  
Sottoregno: Metazoi  
Tipo: Vertebrati  
Classe: Uccelli  
Sottoclasse: Neognati  
Ordine: *Columbiformes*  
Famiglia: *Columbidae*  
Sottofamiglia: *Columbinae*  
Specie: *Spilopelia (Streptopelia) chinensis*

Le colombe/tortore maculate sono monogame. Il rito di corteggiamento del maschio consiste in un volo ritmico, accompagnato da un vivace battito d'ali, seguito da un tuffo circolare con le ali tese e rigide e la coda allargata.

Il nido è una piattaforma di 11-15 cm di diametro, costituita da ramoscelli, erbe e radici posizionato di solito sulla biforcazione del ramo di un albero; talvolta anche un alto cespuglio o su uno spazio tra i mattoni o le pietre di una costruzione possono ospitare il nido.

L'incubazione delle 2 uova dura circa 15 giorni ed entrambi i genitori si occupano della nidata e collaborano nello svezzamento dei pulli fornendo, almeno nei primi 6-8 giorni, una tipica sostanza molto grassa e ricca di anticorpi, il "latte di piccione" o "latte di pappagallo", che fa crescere molto velocemente i novelli. La produzione di questo latte è uno degli aspetti che maggiormente accomunano *Columbiformes* (tortore e colombe) e *Psittaciformes* (pappagalli).

## L'ALLEVAMENTO

Il suo allevamento è diventato molto comune e si tratta di una specie che vive molto facilmente a contatto con l'uomo. Docile e socievole, si addomestica facilmente e la sua gestione non è complicata.

Deve essere alloggiata a coppie in voliere di dimensioni minime di 120x70x60h cm, ma come sempre maggiore è lo spazio, meglio è. I posatoi devono essere ad altezze diverse e di diametro irregolare, meglio se rami di acacia, pioppo, salice (che possano essere sostituiti periodicamente), in modo che le dita possano mantenersi elastiche non avendo l'appoggio un diametro sempre identico come capita con i posatoi in plastica.

Le vaschette per il cibo e per l'acqua è meglio siano in acciaio, facilmente lavabili e facili da mantenere igienicamente perfette. La vaschetta dell'acqua deve essere abbastanza larga da permettere all'animale di lavarsi perché questi uccelli amano fare il bagno piuttosto spesso.

Un miscuglio di semi con scagliola, frumento, miglio, avena decorticata, qualche chicco di girasole striato piccolo rappresenta una buona base. Per il periodo riproduttivo si possono poi aggiungere un pastoncino per pappagalli e un pellettato per insettivori.

Fornire frutta matura, meglio se in dadolata, è sempre un'ottima soluzione (mela, banana, ciliege, pera); così come centocchio bianco (stellaria media) di cui divorano fiorellino, semi e foglioline e spighe di panico ancora verde.

Per facilitare la riproduzione si deve porre in un angolo riparato dell'alloggio un portanido a coppa, con già al suo interno erbe essiccate e mettere a disposizione anche fili d'erba freschi (gli steli del centocchio mangiato saranno ottimi) che permetteranno alle colombe di completare il nido e riprodursi.



GRUPPO FAMILIARE CHE PASCOLA INSIEME AD ALCUNI PASSERI

# l'oasi del fisco

## di Oscar Giacoletto



Oscar Giacoletto  
giacoletto@giacoletto.it

*Nato in un paesino sconosciuto ai piedi delle Alpi piemontesi, da oltre vent'anni svolge la professione di Commercialista. Alla Teoria, fine a se stessa, preferisce la Pratica vissuta sul campo di battaglia. L'esperienza gli ha insegnato che una legge può essere interpretata in troppi modi ed è facile cadere nella trappola del "Si può...", quando invece è esattamente il contrario. Ha accettato di curare questa rubrica proprio per informare e trattare in maniera semplice e diretta, così come lui è, questo argomento così ostico e odiato da tutti i titolari di partita IVA.*

## COME I CONTRIBUTI POSSONO DIVENTARE I TUOI PRINCIPALI ALLEATI PER PAGARE MENO IMPOSTE

Ben tornato all'Oasi del Fisco. Questo mese, come ti ho promesso nel precedente articolo, ti parlo dei contributi che si versano per la pensione e di come possono trasformarsi in preziosi alleati per pagare meno imposte, ma...

Ed ecco il primo della mia serie di "ma"...

Ma andiamo con ordine e partiamo dal capire che vi sono tipologie differenti di contributi. Anche in quest'occasione ti accompagno prendendoti per mano. Ti spiego sia le categorie che il calcolo.

Il mese scorso ti ho spiegato come si calcola l'Irpef mediante il metodo della progressività per scaglioni. Tranquillo, non ti interrogo. Ti mostro con esempi pratici, così puoi ricordare facilmente quanto appreso con il precedente articolo. Il mese scorso non sono entrato nel dettaglio dei vari tipi di reddito. Questo perché non serviva, anzi ti avrebbe complicato inutilmente la comprensione. Ma (ti stai abituando?) in questo articolo devo farti un

breve accenno.

Il reddito di una persona può essere composto dalla somma di più categorie. Ci può essere il reddito di immobili, di dipendente, di impresa e altri ancora. Per ogni categoria vi sono regole specifiche. Per esempio sui redditi da affitto di un immobile, di proprietà di una persona fisica, non si pagano contributi per la pensione. Sul reddito da dipendente i contributi sono calcolati direttamente dal datore di lavoro.

Al contrario sui redditi di impresa si calcolano, direttamente nella dichiarazione dei redditi, i contributi da versare all'INPS. Vi sono due



grandi categorie di attività che rientrano in questo metodo di calcolo e sono quella degli artigiani e quella dei commercianti. Cosa li differenzia? I contributi fissi sui "minimali" e le aliquote (percentuali) per effettuare il calcolo.

Andiamo con ordine e analizziamo ognuna delle parole sopra elencate. Cosa si intende per "minimali"?

È una parola utilizzata per indicare il reddito "minimo" su cui si versano i contributi. In pratica si versano i contributi su quel reddito, anche se non si è guadagnato durante l'anno. Ora già immagino il tuo dialogo mentale: come è possibile? Devo pagare su un reddito che non ho? La risposta è NI.

Se ricordi, nell'articolo di marzo, ho insistito a spiegarti la differenza tra imposte e contributi, anziché chiamarle genericamente tasse. Ti ho spiegato che i contributi sono un risparmio (forzoso) per un domani ricevere la pensione. Al contrario le imposte si pagano per ricevere in cambio dei servizi quali la sanità, la gestione delle strade etc.

Quindi abituati, anche se all'inizio è difficile, a utilizzare parole diverse. I contributi sono un risparmio. Le imposte si pagano. A questo

punto pesa molto meno versare i contributi INPS, anche se si è guadagnato di meno. Lo so. Non ti ho convinto. Vediamo se riesco a darti qualche motivazione in più.

Non tutti gli anni si guadagna allo stesso modo. C'è l'anno che si guadagna di più e l'anno che va meno bene. In questa seconda situazione sarebbe giusto non risparmiare nulla e rinviare a tempi migliori. Vero. Ma (lo sai che ce n'è sempre uno dei miei ma) con il passare del tempo la nostra mente tende a dimenticare. L'INPS ha lo scopo di effettuare un servizio di previdenza. In pratica di prendersi cura di ognuno di noi.



Così come un genitore si prende cura di un figlio, impartendo delle regole non sempre gradite, anche l'INPS impone un versamento minimo di contributi annuali. Così come quando da adulti si ringraziano i genitori per quello scappellotto in più, datoci quando da piccoli facevamo i capricci, lo stesso faremo con l'INPS. Quando si andrà in pensione si ringrazierà per averci imposto un risparmio, anche quando avremmo avuto scuse per non farlo.

Come effettua questa imposizione? Stabilendo un cosiddetto reddito minimo su cui sono calcolati i contributi chiamati fissi. Per l'anno 2019 il reddito minimo per entrambe le categorie è di 15.578 €. Questo significa che se si guadagna un importo tra zero euro o 15.578 euro si verserà/risparmierà sempre la stessa cifra. Per gli artigiani 3.832,45 euro e per i commercianti 3.818,16 euro.

Quando invece si guadagna di più si versano i contributi cosiddetti "a percentuale". In pratica il 24% per gli artigiani e 24,09% per i commercianti. Ti faccio due esempi super semplici per riassumere.

Artigiano con reddito d'impresa di 35.578 €. Sino a 15.578 versa 3.832,45 di contributi fissi e sulla differenza di 20.000,00 € (35.578,00-15.578,00) calcolerà il 24% che è pari a 4.800,00 €. Sommerà i due importi (3.832,45 + 4.800,00) e verserà 8.632,45 €.

Commerciante con reddito d'impresa di 35.578 €. Sino a 15.578 versa 3.818,16 di contributi fissi e sulla differenza di 20.000,00 € (35.578,00-15.578,00) calcolerà il 24,09% che è pari a 4.809,00 €. Sommerà i due importi (3.818,16 + 4.809,00) e verserà 8.627,16 €.

Giunti a questo punto il tuo dialogo mentale non è più tanto convinto sull'uso diverso delle parole pagare e risparmiare. Per te sono soldi che escono dalle tue tasche, o meglio dal tuo conto corrente. Quindi devo trovare argomenti molto più convincenti.

E se ti dicessi che i contributi "versati" diventano oneri deducibili? Detta così non ti convinco molto. Provo a scriverla meglio: se ti dicessi che i contributi versati diventano oneri deducibili per pagare meno imposte? Uhm, credo di aver destato la tua attenzione.

Proprio così. I soldi risparmiati e versati all'INPS vengono utilizzati per ridurre il reddito su cui calcolare le imposte. Tranquillo. Te lo spiego con un esempio. Anzi continuo con quello che ti ho fatto sopra e ti aggiungo la tabella come il mese scorso, così manteniamo lo stesso ragionamento.

Prendiamo la situazione del commerciante che nell'anno 2018 ha guadagnato 35.578,00 euro e ha versato/risparmiato 8.000,00 euro (importo tondo per praticità dell'esempio) di contributi INPS. Prima di calcolare le imposte si farà la seguente sottrazione 35.578,00 - 8.000,00 = 27.578,00

Scaglione in Euro	Percentuale	IRPEF su 35.578,00	IRPEF su 27.578,00
Da 0 a 15.000 (15.000)	23%	3.450	3.450
Da 15.000 a 28.000 (13.000)	27%	3.510	(12.578 x 27%) 3.396
Da 28.000 a 40.000 (12.000)	38%	2.880	ZERO
		Totale 9.840	Totale 6.846

Alla tabella del mese scorso ho aggiunto una colonna per mostrarti, in pratica e con un semplice colpo d'occhio, quanto è il risparmio di imposte grazie ai soldi versati all'INPS. Infatti noti subito che sono 2.994,00 euro (9.840 - 6.846) di minori imposte da pagare.

Inizi a comprendere perché sono partito dal suddividere la parola generica tasse in due parole specifiche? Generalizzare non è mai una buona cosa. Al contrario, più si focalizza, più si comprende che si possono creare strategie, specifiche, per risparmiare sulle imposte aumentando la parte risparmiata/versata per la propria pensione.

Anche per questo articolo siamo giunti al termine e abbiamo aggiunto un nuovo pezzettino del puzzle per comprendere il complicato mondo del fisco. Ti aspetto il prossimo mese per continuare questo percorso fatto di piccoli passi ma (mancava l'ultimo) importanti per raggiungere l'Oasi.

# il negozio del mese

## Exotica

**EXOTICA**  
ACQUARIOLOGIA TROPICALE

EXOTICA SAS di Leone Carcione  
tel. 0434536415  
www.exoticapn.it  
info@exoticapn.it



### UN TUFFO AI TROPICI

Duecento metri quadrati per quasi 14mila litri di acqua: ecco il mondo di *Exotica*, negozio specializzato in acquariologia tropicale



*Exotica* apre a Pordenone nel dicembre dell'anno 2000 rispondendo a una precisa richiesta del mercato. Ai tempi, infatti, non esistevano in tutta la regione Friuli-Venezia Giulia negozi specializzati nel settore acquariologia.

L'idea di creare un negozio specializzato si è rivelata vincente: gli appassionati soffrono la mancanza di prodotti, animali e assistenza specifici nel loro settore. Parliamo di un periodo in cui il marketing era rivolto al pubblico locale e non sfruttava le potenzialità dei social network, oggi preziosi alleati



dei pet shop, nonostante questo il negozio si sia ben presto rivelato un importante punto di riferimento in regione e anche in parte del Veneto, con il quale confina.

Il target di clientela è elevato sia per esperienza nel settore che per richiesta di prodotti d'eccellenza, i social network hanno sicuramente modificato il sistema di acquisto dei vari appassionati ampliando la domanda e le potenzialità, ma anche rischiando di dare notizie fuorvianti che necessitano di una particolare attenzione per evitare che il cliente si perda in errori anche gravi nella gestione del proprio acquario. Quella di *Exotica* è dunque una storia di successo, nato dall'impegno, dalla passione e dalla voglia di stare al passo con i tempi.

### UN MARE... IN NEGOZIO

Specializzato esclusivamente in acquariologia tropicale, *Exotica* si estende su 200 mq con oltre 13.500 litri d'acqua riservata a pesci, piante e coralli. Oltre 115 vasche di varie dimensioni garantiscono una vasta scelta e continue novità sia nel settore dolce che marino.



Il negozio, improntato sulla qualità, propone tre differenti fasce di prezzo per accontentare le possibilità economiche di tutti i clienti. Particolare attenzione è riservata al made in Italy, ma con un occhio rivolto alle novità da tutto il mondo, consentendo così al negozio di rimanere aggiornato e in linea con le ultime tendenze.

## LA MISSION

La filosofia dei proprietari, che sono dei veri esperti del settore, è quella di trattare e insegnare a tutti gli appassionati un'acquariofilia "consapevole" e il rispetto per la natura in tutte le sue forme. Temi molto importanti, se non fondamentali, quelli dell'ambiente e della tutela e salvaguardia del mondo sottomarino, che oggi deve vederci tutti impegnati, a partire dalle giovani generazioni.

In virtù di questa spiccata sensibilità va sottolineato che tutti i pesci del marino vengono acquistati presso serre certificate MAC (Marine Aquarium Council), l'ente mondiale che segue tutta la filiera che va dalla cattura alla consegna, con un sistema privo di veleni, con imballaggi a temperatura controllata, nonché con un trasporto rapido nel massimo rispetto degli animali.

I pesci del dolce arrivano invece da serre europee specializzate nella riproduzione, che organizzano spedizioni annuali alla ricerca di nuove specie. Sempre attento alla salvaguardia dell'ambiente, e quindi alle energie rinnovabili, il negozio è stato il primo in Italia dotato di impianto Led su tutte le vasche ed è partner di una compagnia che fornisce corrente solo tramite centrali idroelettriche.



## LAVORARE INSIEME

Sono gli stessi titolari che, grazie a trasferte con furgone attrezzato e "customizzato" in maniera riconoscibile, visitano personalmente le migliori serre d'Europa, dove acquistano pesci, piante e coralli selezionando gli animali più belli e in salute. E in occasione di queste trasferte all'estero spesso colleghi fuori e dentro regione si aggregano, per programmare acquisti e valutare nuove serre.

La collaborazione con altre realtà simili è fondamentale per i proprietari di Exotica, specie per offrire la garanzia di prodotti all'avanguardia e certificati, contrastando con la ricerca e lo studio i pericoli in cui possono incappare i clienti vittime di shop online a volte tutt'altro che seri.

## I SERVIZI

Exotica offre ai propri clienti un'ampia gamma di servizi a 360 gradi, per aiutare sia il neofita che l'esperto a ottenere la massima soddisfazione e resa dal proprio acquario.

I clienti possono contare su fondamentali supporti quali:

- linea online h24 e S.O.S. festivi;
- manutenzione programmata;
- manutenzione a domicilio;
- pesci rari su richiesta;
- trasloco acquari;
- acquari e supporti su misura;
- riparazioni presso sedi cliente e restauro acquari dismessi;
- finanziamenti;
- vetrina usata;
- analisi complete.



# economia & finanza

## di Giuseppe Di Domenico



Giuseppe Di Domenico  
www.didomenicoeassociati.com  
giuseppe@didomenicoeassociati.com

*Nato e cresciuto in una piccola realtà della periferia napoletana, a 18 anni si è trasferito a Milano per laurearsi qualche anno dopo nella prestigiosa Università Commerciale Luigi Bocconi. Esperto di numeri e appassionato di finanza, ha rinunciato alla carriera di manager strapagato per perseguire il suo sogno di salvare le piccole e medie imprese italiane dal fallimento, fondando uno studio di professionisti specializzato nella gestione dei debiti aziendali: Di Domenico & Associati.*

## LA BANCA TI STA RUBANDO CASA

C'era la tradizione una volta di portare tua moglie in braccio dentro casa, era un gesto romantico che segnava l'inizio della vostra vita insieme in quelle quattro mura.

Passato l'uscio l'appoggiavi a terra, le cingevi la vita, e le schioccavi un bacio sulla bocca, e da lì iniziava tutto. I Natali insieme, i capodanni con gli amici, i figli, i loro voti a scuola, con bocciature o grandi successi, le preoccupazioni, la paura e l'amarsi giorno dopo giorno. Tutto succedeva, e succede ancora, in quelle quattro mura che hai tanto faticato per comprare.

L'hai scelta con attenzione perché sapevi di doverci passare del tempo, hai stabilito la zona che preferivi, i locali che ti servivano, hai firmato il mutuo e hai pagato mese per mese ciò che dovevi, e ora è finalmente tua.



Lo è davvero?

“Cosa intendi Giuseppe?”

Intendo che la casa in cui vivi non è esattamente tua quando l'hai messa come garanzia per la banca.

“Sì ma Giuseppe, che scelta avevo? Era l'unico modo per ottenere i soldi che mi servivano”

Innanzitutto non è vero. Non conosco il tuo caso specifico, non so nel dettaglio quale sia la tua situazione, ma sono piuttosto certo quando affermo che in qualsiasi caso, esiste un altro modo per ottenere la liquidità che ti serve, ho scritto un intero libro sull'argomento e te ne parlerò in breve fra poche righe.

Prima di affrontare la tematica che più mi affascina, cioè come rendere un'attività qualsiasi in grado di autofinanziarsi, voglio prima fare una precisazione.

Il fatto che la banca ti dia un prestito, non significa che tu debba chiederglielo.

“Eh?”

Mi spiego meglio, ci sono due motivi principali per cui un imprenditore chiede soldi alla banca mettendo a repentaglio la casa nella quale ha sognato il suo futuro.

Le meravigliose cose luccicanti. Nella categoria, come avrai dedotto dal nome provocatorio, rientrano tutte quelle spese che vengono portate avanti in nome del tuo prestigio. Un negozio più grande, una vetrina più bella, qualche arredo di design che ti renda orgoglioso. Un futuro prospero per la tua attività. È il caso per esempio di un sito migliore più funzionale alla promozione del tuo negozio, la creazione di un particolare servizio, l'organizzazione di eventi con i tuoi clienti grazie ai quali puoi fidelizzare nel tempo e più in generale di tutte quelle spese che ti daranno un ritorno economico.

Prima di fare qualsiasi tipo di richiesta in banca dunque fermati a farti questa domanda: ciò che vuoi acquistare è in grado di portare soldi nelle tue casse?

Se la risposta è no, evita di bussare alle porte di banche e finanziarie per ottenere un prestito che potrebbe mettere a rischio il tuo futuro.

Tuttavia c'è un lato estremamente positivo nel ricevere una porta in faccia dalla banca:

sai cosa pensano di te.

Quando la banca ti dice “no grazie” oppure ti chiede di firmare una fidejussione o di concederle altre forme di garanzia, sai di per certo una cosa: la tua attività non è al massimo della forma.

Certo, la banca non è più quella di una volta, non presta soldi in nome del buon cuore che la contraddistingue, non elargisce più prestiti come se nulla fosse, ma puoi star certo che se hai la liquidità, la banca non esiterà un secondo a darti ciò che vuoi.

Ho visto molti negozianti e imprenditori non rendersi conto della crisi che stava intaccando il loro business fino al momento in cui non sono arrivati i creditori a bussare alla porta.

Se la prima avisaglia, invece, è un banchiere scocciato che ti guarda dall'alto in basso, chiedendoti di firmare ovunque e di mettere a garanzia anche quel piccolo salvadanaio che avevi quando andavi alle elementari, c'è ancora speranza.

## PERCHÉ NON DEVI DARE GARANZIE CON LEGGEREZZA

Il motivo è semplice: se la banca ha bisogno di una fideiussione per darti dei soldi, significa che i tuoi conti non sono al massimo della forma, e che dunque quando avrai iniettato quella liquidità nelle tue casse, ti troverai di nuovo in difficoltà.

Finiti quei soldi infatti, non avrai creato nuova ricchezza e ti troverai punto a capo, se non addirittura in condizioni peggiori, senza la tua casa, nel caso tu non abbia pagato le rate puntualmente, con un affitto da pagare, e il tuo appartamento dove sognavi di costruire il tuo futuro, strappato via dalle tue mani.

Se la banca non ti dà i soldi, come dicevo, è perché i tuoi conti non sono solidi, quindi quello su cui dovresti concentrarti è: come avere un business che funziona e un negozio che si finanzia da solo.

Le donne sono come amanti, se non le vuoi, ti cercheranno loro fino alla fine dei tuoi giorni. Le banche sono uguali. Quando non hai bisogno di finanziamenti, prestiti, e chi più ne ha più ne metta, puoi stare certo che sarà lo stesso istituto di credito che ti snobbava prima a cercarti.

Il punto però è sempre lo stesso.

## COME SI ARRIVA A QUESTO RISULTATO? COME SI CREA UN NEGOZIO IN GRADO DI FINANZIARSI DA SOLO?

La verità è che devi mettere in leva 4 specifiche aree della tua impresa, nelle quali già risiedono tutte le liquidità che ti servono.

Di cosa si tratta?

- Dipendenti
- Fisco
- Fornitori
- Banche

Ho scritto molto riguardo al *bootstrapping*, questa nota strategia con la quale sono state create numerose aziende in America.

Non entrerà nuovamente nel dettaglio, ma voglio che tu colga il concetto generale che sta alla base di ciò che sto dicendo: devi far sì che in i tuoi tempi di pagamento siano più lunghi dei tuoi tempi di incasso.

In questo modo, mentre devi ancora spendere soldi per i prodotti, per la forza lavoro, e per pagare le tasse, puoi investire ciò che hai guadagnato, senza spesa alcuna, e avere più liquidità.

Certo, nella tua specifica attività prima paghi i fornitori e poi vendi il prodotto, ma ad esempio potresti ridurre di molto l'intervallo che intercorre fra questi due momenti creando degli abbonamenti mensili per i prodotti più comuni. In modo da pagare il fornitore appena prima del momento in cui il cliente paga te.

Capiamoci, l'obiettivo finale non è quello di essere sempre in ritardo con tutti i pagamenti, ma di programmare in anticipo il tuo ritardo in modo da saperlo sfruttare nel tuo lavoro di tutti i giorni.

In questo modo riuscirai a risanare l'azienda e a non avere più alcun problema del genere in futuro.

Andando un po' più nello specifico, imparando cos'è il *bootstrapping*, potrai sapere:

Come finanziare il negozio grazie agli accordi con i fornitori, senza farti nemici pronti ad abbandonarti da un momento all'altro. Come sfruttare la flessibilità del mondo del lavoro per ottenere risorse, senza perdere i tuoi preziosi dipendenti.

Come usare il fisco a tuo favore, anche se pensavi che fosse il tuo più terribile nemico e protagonista di tutti i tuoi incubi.

Come gestire il tuo rapporto con la banca con grandi vantaggi, anche se eri convinto che potevi solo e soltanto esserne succube.

Se vuoi conoscere ogni dettaglio di questa pratica e riuscire ad applicarla al tuo negozio, vai su [www.aziendechesifinanzianodasole.com](http://www.aziendechesifinanzianodasole.com) (vedi, a tal proposito, il box in questa pagina).

Voglio specificare un'ultima cosa prima di salutarti.

L'obiettivo finale dell'autofinanziamento NON è mettere da parte della liquidità, ma è crearne continuamente di nuova, generando un cash flow operativo positivo che cresce di giorno in giorno.

Quindi ogni singolo euro che ti entra DEVE essere investito.

I soldi che risparmi agendo come ti ho detto, devi metterli in leva, trasformarli in altra liquidità.

Come puoi farlo?

Studiando marketing e creando offerte, eventi e in generale promozioni che aumentino le tue vendite.

Quindi ricorda, prima di firmare una fideiussione o concedere garanzie come se nulla fosse, di domandarti innanzitutto se l'acquisto che devi fare rientra nella categoria di spese giusta, e in secondo luogo *"perché sono costretto a rischiare la mia casa per avere della liquidità"*.

Dopodiché esci dalla banca, vai in negozio, applica il *bootstrapping* e con i soldi che hai spremuto dalle tue casse, investi in marketing e vendita.

Questa è l'unica strada verso un'attività libera dalle banche. Buon cammino.

Al mese prossimo.



So che può sembrare complicato ed effettivamente occuparsi della gestione finanziaria in modo perfetto non è una passeggiata né qualcosa che posso trasmetterti con un semplice articolo.

Per questo ho scritto un intero libro che analizza ogni dettaglio dell'aver un'attività, dal rapporto con le banche ai problemi con i dipendenti, per arrivare alle forniture e al modo migliore di gestirle. Se sei interessato a una guida sicura che ti spieghi nel dettaglio

come devi agire, vai su [www.aziendechesifinanzianodasole.com](http://www.aziendechesifinanzianodasole.com) e acquista la tua copia.

# video marketing

di Paolo Grisendi



Paolo Grisendi  
www.paologrisendi.com  
info@paologrisendi.com

*Ingegnere di formazione, appassionato di Web marketing, con l'esperienza acquisita ho capito che la forma di contenuti che porta maggiori risultati sono i video.*

*Ogni giorno lavoro con clienti partendo dalla definizione della strategia e degli strumenti necessari al suo raggiungimento e quindi la pianifico e la eseguo. Mi occupo inoltre della realizzazione materiale dei video. E una volta su YouTube li promuovo attraverso le conoscenze acquisite in oltre cinque anni di esperienza sulla piattaforma e con clienti provenienti dai più disparati settori, che aiuto anche per quanto riguarda l'aspetto dell'acquisizione di clienti attraverso il traffico a pagamento, sia su YouTube che su Adwords.*

## IL POTERE DELL'ADVERTISING SU YOUTUBE PER TROVARE CLIENTI VELOCEMENTE

Bentornato alla nostra rubrica sul mondo del video marketing su YouTube. Oggi affrontiamo un tema che è veramente poco conosciuto. Anzi, oserei dire che è praticamente sconosciuto a quasi la totalità delle realtà che cercano di utilizzare YouTube come fonte di lead generation.

### CHE COS'È YOUTUBE?

Facciamo un passo indietro e cerchiamo di capire che cosa sia a tutti gli effetti YouTube. Quando faccio questa domanda ricevo delle risposte a volte molto divertenti. Ma non è il tema di questo articolo. Voglio farti riflettere su che cosa sia per farti poi comprendere le potenzialità che abbiamo.

YouTube non è semplicemente un 'sito su cui si guardano video' come mi sento rispondere ogni tanto. È a tutti gli effetti il secondo motore di ricerca del mondo. Ed essendo tale, ha in comune alcune caratteristiche col suo fratello maggiore, Google.

La prima e più scontata è che le persone possono cercare argomenti e video attraverso parole chiave, o keyword, e uno specifico algoritmo ha il compito di fare in modo che a queste richieste facciano seguito dei risultati che siano il più adatti e pertinenti possibile. Fin qui direi che è abbastanza scontato.

Ma il secondo fattore su cui voglio portare la tua attenzione e di cui parleremo oggi è il discorso dell'advertising, che su YouTube può diventare molto potente.

### ADVERTISING VS ORGANICO

Eh sì, su YouTube non esiste solo il traffico organico, ossia le visualizzazioni che arrivano quando utenti cercano informazioni tramite parole chiave.

Possiamo, tramite una piattaforma specifica di cui ti parlerò a breve, fornire annunci (sempre in formato video naturalmente) a quelli che riteniamo essere spettatori potenziali clienti, e possiamo farlo con la precisione di un cechino, volendo.

Quindi per farla breve non si tratta di caricare un video, ottimizzarlo e aspettare che le visualizzazioni arrivino dopo che l'algoritmo ha iniziato a proporre questo nostro video in modo organico.

Si tratta di creare delle campagne andando a scegliere il nostro pubblico, e tramite il budget che impostiamo, otteniamo le visualizzazioni di conseguenza.

### COME FUNZIONA NELLO SPECIFICO?

Per prima cosa dobbiamo avere un account su Adwords. Questa altro non è che una piattaforma di proprietà di Google che ci permette di creare le campagne. Non è il tema di questo articolo spiegarti come fare a creare un account su Adwords, ma sappi che non è difficile.

Fatto questo possiamo creare la prima campagna. Per campagna intendiamo l'insieme degli annunci, del target che selezioniamo e del budget che impostiamo.

Facciamo un esempio: diciamo che abbiamo un video che vogliamo mostrare di fronte a un pubblico composto da donne di età compresa tra i 25 e i 45 anni con degli interessi specifici, ad esempio la cucina. Questo è il nostro target (un po' grossolano, ma è tanto per fare un esempio).

Il budget per la campagna è di 300 €. Questi 3 dati: video (annuncio), target e budget possono già comporre la nostra campagna. Ovviamente possiamo creare quante campagne vogliamo.



Fatto questo non ci resta che impostarla e farla partire. YouTube proporrà il nostro annuncio video di fronte a donne di età compresa tra i 25 e 45 anni interessate al mondo della cucina fino a che il budget di 300 € non sarà esaurito.

Per semplificare, diciamo che ogni visualizzazione che questo pubblico target ci porta ci costerà 1 centesimo. Quindi con il nostro budget potremo avere circa 30.000 views.

## PERCHÉ POTREMMO CONSIDERARLO?

Ti ho spiegato molto velocemente come funziona. Ma la domanda che ora magari ti stai ponendo è: perché dovrei investire in questo tipo di campagna? Non ha più senso caricare i video normalmente, ottimizzarli e aspettare che le persone li trovino?

Ci sono alcune ragioni per cui le campagne di advertising video possono avere senso.

- 1 - Velocità

Impostare una campagna è piuttosto veloce. Scelto il video, il budget e il target possiamo avere una campagna che ci porta migliaia di visualizzazioni nel giro anche di 24-48 ore. Cosa che difficilmente avviene in maniera organica, a meno di avere un canale con migliaia di iscritti.

- 2 - Target

La capacità di raggiungere un target specifico è difficilmente battibile in questo tipo di campagne. Possiamo veramente andare a fondo e cercare il pubblico che vogliamo. Possiamo trovarli basandoci su:

- età
- dove si trovano
- che lingua parlano
- che interessi hanno
- che video stanno guardando
- che parole chiave stanno usando su YouTube
- tutti gli incroci possibili di quanto elencato sopra.

Capisci bene che possiamo veramente trovare chi vogliamo facilmente. Con soli due click puoi fare apparire il tuo messaggio davanti a chi desideri.

- 3 - Remarketing

Possiamo, tramite queste campagne, andare a riprendere chiunque abbia interagito con il nostro canale in passato. Diciamo infatti che qualcuno vede uno dei tuoi video, ma per una ragione o per l'altra non si iscrive al canale. Potresti averlo perso, ma se usi le campagne puoi fare in modo di impostare i tuoi annunci facendo sì che appaiano di fronte a chi ha visto il tuo canale in passato. Questo è chiamato remarketing, ed è molto potente.

- 4 - Rubare visualizzazioni ad altri

Se imposti la tua campagna facendo in modo che i video annunci appaiano prima che una persona guardi un video di un tuo concorrente, puoi rubare loro visualizzazioni. Ovviamente dovrai essere bravo a far capire agli spettatori perché dovrebbero guardare il tuo video invece che il loro.

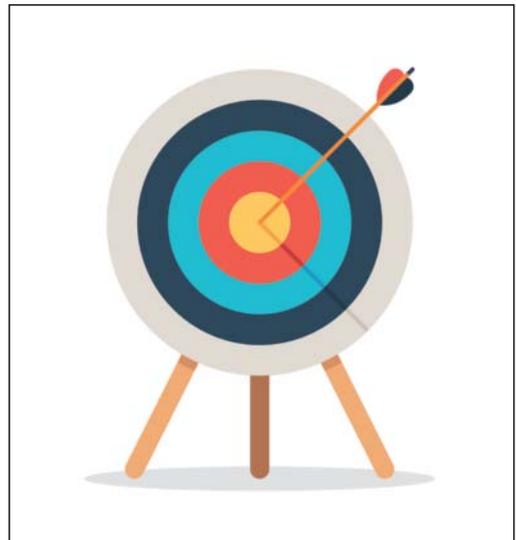
- 5 - Perfetti per marketing a risposta diretta

Questo tipo di annunci è perfetto per chi sta realizzando campagne di marketing a risposta diretta. Infatti nell'annuncio inserirai un link da cliccare, e potrai indirizzare le persone verso il tuo blog o landing page.

- 6 - Poco costosi

Con la maggior parte, per non dire la quasi totalità, degli advertiser che si scanna per fare pubblicità su Facebook, questo tipo di campagne su YouTube sono state un po' snobbate negli ultimi anni e questo significa che i costi sono ancora bassi per ogni click.

Queste sono alcune ragioni per cui credo siano una strategia assolutamente da provare, specialmente se il marketing che stai portando avanti sta mirando a una domanda consapevole, che su YouTube è assolutamente presente essendo appunto un motore di ricerca.



## COME APPARIRANNO GLI ANNUNCI?

Gli annunci che andremo a creare avranno essenzialmente due forme: dei piccoli banner che appariranno di fianco ad altri video, o dei video pre roll che appariranno prima che una persona guardi altri video.

Hai mai visto quei video che puoi saltare su YouTube dopo pochi secondi? Quelli seccanti che non vedi l'ora di saltare? Ecco proprio questi.

So cosa pensi. Ma Paolo, io odio ste cose, li salto sempre. Perché mi consigli di farlo? Domanda legittima. Anche io li salto.

Ma lo faccio perché chi li crea spesso non utilizza un criterio sensato. Riflettici: spesso sono spot televisivi presi paro paro e riportati su YouTube. E già questo fa innervosire. Poi il target non è neanche spesso creato bene. A me capita di vedere annunci di cose a cui mai sarei interessato.

È chiaro in quel caso che chi ha creato la campagna ha selezionato un pubblico maschile che vive in Italia. Stop.

Se d'altro canto ci mettiamo un minimo di impegno e capiamo veramente chi può essere interessato ai nostri annunci video, e li impostiamo correttamente in fase di creazione della campagna, ti posso assicurare che i risultati sono molto diversi.

Ho realizzato questo tipo di campagne per diversi clienti e ti posso dire con assoluta certezza non solo che i risultati sono arrivati, ma anche che le soddisfazioni sono state tante.

Al prossimo articolo!

# team out

## gestione del team e collaborazioni

### di Matteo Novati



Matteo Novati  
[www.matteonovati.com](http://www.matteonovati.com)  
[info@matteonovati.com](mailto:info@matteonovati.com)

*Trovare il lavoro adatto alle tue esigenze è davvero difficile? Avere dipendenti che facciano realmente gli interessi dell'azienda è una missione impossibile? Spesso il problema è nella mentalità e nel processo di selezione delle aziende e del personale. Da ormai 4 anni aiuta le persone a trovare il lavoro adatto alle loro necessità e assiste le aziende nel formare e incrementare le competenze e l'efficienza dei propri collaboratori.*

## LE REGOLE ESSENZIALI PER CREARE UN VERO TEAM DI SUCCESSO

Quando andavo a scuola l'impegno nello studio e il desiderio di imparare andavano a fasi alterne.

Per quanto ritenga il sistema didattico-scolastico italiano quantomeno da "rivedere", la mia non eccellenza nello studio era essenzialmente mia responsabilità e di nessun altro.

Ricordo però che in un primo periodo l'impegno da me profuso nello studio era costante ed elevato, di tutta risposta ai miei risultati mi sentivo ripetere "Hai fatto solo il tuo dovere".

Non c'è nulla di più vero in tutto questo. È anche vero che celebrare un successo motiva ulteriormente la persona a ripeterlo, perché stimolato a voler rivivere la stessa situazione.

Il rapporto tra leader e collaboratori deve essere essenziale e costruito su alcune solide basi. In questi anni a contatto con diverse aziende, ho raggruppato essenzialmente 3 fasi fondamentali.

### COSTRUIRE UN GRUPPO

La prima è costruire un gruppo. Il gruppo va incoraggiato e motivato, senza creare competizioni e tensioni al suo interno.

La condivisione di un obiettivo comune e il pianificare come raggiungerlo è il tassello principale.

Aiuta anzitutto a comprendere se i tuoi collaboratori lottano per la tua azienda o per percepire uno stipendio a fine mese.

Alcuni faranno il minimo indispensabile. Altri invece si impegneranno al massimo.

Chi fa parte di questo secondo gruppo avrà maggiori possibilità di fare la differenza ma per ovvi motivi anche più possibilità di sbagliare.

Uno dei peggiori errori commessi è correggere pubblicamente, davanti ad altri collaboratori, un errore in maniera distruttiva. Anzitutto la persona in questione avrà paura di ripetere l'errore per non subire nuovamente la "gogna pubblica", quindi si impegnerà di meno.

Gli altri, che già poco facevano, non si impegneranno mai di più per paura di sbagliare.

Un altro grave errore è dare per scontato come succedeva a scuola che un lavoro debba essere fatto bene. Se pianifichi un obiettivo e il gruppo o un membro del gruppo ottiene risultato, va celebrato pubblicamente.

In sintesi è importante:

- premiare pubblicamente chi ottiene risultati: per far capire in maniera limpida quali sono i vantaggi ottenuti nell'impegnarsi;
- correggere privatamente chi sbaglia: spiegando in maniera costruttiva il metodo o processo di esecuzione corretto.



## Bio Libro: vuoi sapere come riconoscere i migliori talenti da inserire nella tua azienda?

Un problema comune a molte aziende è quello di dover delegare la scelta dei propri collaboratori a società terze, oppure di doverli valutare solo alla luce del loro recente passato professionale, leggendone il curriculum.

Il risultato?

Ci si ritrova spesso con dipendenti demotivati, non idonei a lavorare in gruppo, con scarse capacità di risolvere i problemi e incapaci di crescere professionalmente.

*Come trovare il lavoro dei tuoi sogni* è una guida pratica che ti permette di riconoscere quali ostacoli impediscono la crescita di un collaboratore e di comprendere quali sono le competenze attualmente più ricercate per poter far crescere la tua azienda.

Troverai anche una raccolta di casi studio reali di candidati e aziende per capire esattamente come dovresti organizzare da subito la selezione del personale nella tua azienda.

Vuoi saperne di più? Vai sul sito [www.matteonovati.com](http://www.matteonovati.com) nella sezione "libro" e acquista subito la tua copia.



## TRASFORMARE IL GRUPPO IN SQUADRA

La seconda fase importante è evolvere il gruppo e trasformarlo in squadra.

Se hai definito chiaramente gli obiettivi del gruppo, quello che fa davvero la differenza è assegnare a ciascuno dei membri del tuo team un ruolo preciso e definito.

Spesso in molte aziende si cerca di creare personale poliedrico in grado di poter gestire quante più mansioni possibili, in tutto questo è però necessario impostare chiaramente responsabilità, impegni, obiettivi per ciascuno di loro.

Immaginiamo la tua azienda come una squadra di calcio. Se hai un attaccante che si ritrova in una "giornata no", il difensore non può decidere di andare a sostituirlo perché il primo non fa goal. Sarà l'allenatore che lo deciderà. Non esiste quindi che qualcuno prevarichi gli incarichi che spettano ad altri (salvo tuo consenso chiaramente).

Creare e definire i ruoli aumenta le capacità decisionali, la sicurezza, ma soprattutto alimenta positività del team di lavoro.

Questa fase aiuterà a creare le basi per la terza e ultima fase.



## ELIMINARE GLI ALIBI

Terza fase, la più complessa e difficile poiché richiede tempo e pazienza, è quella di eliminare completamente dalla testa dei tuoi collaboratori l'idea che l'insuccesso, l'impossibilità di eseguire un determinato lavoro sia legato a un alibi o a una scusa.

Chi non è in grado nel tempo di evolvere e sviluppare questa capacità, rischia di avvelenare il tuo ambiente di lavoro.

Chi giustifica ogni suo errore dando colpa agli altri, avrà sempre un problema per ogni soluzione.

Come fare quindi per eliminare questo problema?

Dai tu per primo il buon esempio.

Dimostra quanto sia più importante riconoscere l'errore ed evitare di sprecare energie in scuse e giustificazioni investendo il tuo tempo per creare soluzioni.

Il miglior modo per far crescere la squadra è motivarla continuamente, alzando l'asticella degli obiettivi da raggiungere, trasmettere loro la tua mentalità vincente.

Fare questo può sembrare a molti imprenditori inutile e banale, tuttavia trascurare questo aspetto fondamentale equivale a non fare manutenzione a quella che tu vorresti fosse una macchina infallibile e perfetta, una macchina in cui devi ricordare che, i tuoi collaboratori, il tuo team, la tua squadra sono il motore della tua azienda.

Buon lavoro.

### LAVORO / offerta

**MSM Pet Food srl**, azienda leader nella produzione di cibo per cani e gatti grazie al rivoluzionario metodo dell'estrusione selettiva, **ricerca agenti** su tutto il territorio nazionale, capaci di fare la differenza e con esperienza consolidata nel mondo del pet food.

Il profilo ideale è un agente con forte propensione alla vendita e alle relazioni interpersonali, solida motivazione, serietà, disponibilità a viaggiare e a integrarsi all'interno di un'azienda giovane e in grande sviluppo. I nostri collaboratori verranno affiancati in ogni momento, dall'inserimento alle successive fasi di lavoro. Sede di lavoro: zone libere da assegnare.

Info: inviare CV a [info@msmpetfood.com](mailto:info@msmpetfood.com)

**Ticinese Petfood srl** azienda presente sul mercato da più di 50 anni e specializzata nella distribuzione di alimenti per cani e gatti, per potenziare la struttura commerciale sta cercando un **Responsabile Canale Specializzato Nord Italia**. Riportando al Direttore Commerciale, sarà chiamato a dare esecuzione alle strategie di vendita e a presidiare il territorio di competenza, garantendo il raggiungimento e possibilmente il superamento degli obiettivi concordati. Dovrà gestire e selezionare un team di vendita costituito da agenti di commercio, con particolare attenzione allo sviluppo del business, al rafforzamento della presenza sul mercato dei prodotti dell'azienda, alla massimizzazione della profittabilità e all'incremento delle quote di mercato. È indispensabile che il candidato ideale abbia maturato un'esperienza comprovata in ruoli commerciali in aziende del settore pet food. Disponibilità a effettuare trasferte, ottime capacità di comunicazione e negoziazione, focus sui target, doti organizzative e utilizzo di supporti informatici completano il profilo ricercato.

L'azienda offre contratto e trattamento economico commisurato all'esperienza e capacità riscontrata. L'annuncio è rivolto ad ambo i sessi, come previsto dal Codice delle Pari Opportunità (D. Lgs. 198/2006). Si prega di leggere attentamente la pubblicazione e di candidarsi solamente se in possesso dei requisiti indicati. I profili non in linea con i requisiti stessi saranno scartati automaticamente.

Info: inviare la propria candidatura, comprensiva di curriculum vitae, a [info@laticinese.it](mailto:info@laticinese.it), tel. 0382573789

**Dog Line snc**, dal 1989 azienda leader nella produzione di cappottini, cuscineria e accessori per cani e gatti, al fine di potenziare la rete vendita Italia è alla **ricerca di nuovi agenti** per la riorganizzazione di alcune province. In particolare sta ricercando agenti per le regioni Sardegna, Marche, Umbria, Trentino-Alto Adige e province della Lombardia e del Piemonte. Info: inviare CV all'indirizzo [dogline@dogline.it](mailto:dogline@dogline.it), tel. 0444240653

**Canicepassione**, azienda produttrice del rivoluzionario brand Apercane **ricerca agenti plurimandatari**. Se siete stanchi di vendere sempre gli stessi prodotti delle solite marche vi offrono la possibilità di mettere realmente alla prova le vostre competenze e di rimettervi in gioco, vendendo un prodotto nuovo e innovativo e allargando i confini del vostro settore. Info: cell. 3475434783, [ufficio.relations.esterne@apericane.com](mailto:ufficio.relations.esterne@apericane.com)

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, non comparabili con altri prodotti **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; utilizzo dei principali strumenti di comunicazione informatica.

Info: inviare CV a [info@chemivit.com](mailto:info@chemivit.com)

**Azienda ricerca subappaltatori o partner** corretti e affidabili per produrre in collaborazione o per conto proprio. Sono a disposizione già nell'immediato tutti gli strumenti necessari ad avviare la produzione: macchinari, studio e sviluppo dei prodotti registrati presso l'ufficio brevetti in Germania. Disponibili ad avviare la produzione anche in Italia dislocando l'azienda. I prodotti in oggetto non sono ancora presenti sul mercato pet food. Disponibili per trattative e eventuali incontri in occasione del prossimo Zoomark International.

Info: inviare cv a [info@nicane.com](mailto:info@nicane.com) o a [germitalpet@gmail.com](mailto:germitalpet@gmail.com)

Azienda leader nell'innovazione qualitativa degli alimenti pet, presente da anni con il marchio "**Vet-line - i primi con le erbe**", **ricerca agenti** per le zone libere. Si richiede introduzione presso i pet shop e capacità a operare in autonomia per obiettivi. Offresi livelli provvigionali di sicuro interesse e incentivi oltre a formazione e affiancamento in zona.

Info: tel. 0549906690, [info@vet-line.sm](mailto:info@vet-line.sm)

Nota azienda nella distribuzione veterinaria **cerca agenti** canale pet per le seguenti regioni: Piemonte, Emilia Romagna, Liguria, Marche, Campania e Sicilia.

Info: [paolo.montini@demas.it](mailto:paolo.montini@demas.it)

**Posma Food srl**, azienda di produzione nel settore del cibo e accessori per cani e gatti con 15000 referenze, **cerca agenti** su tutto il territorio nazionale per potenziare la propria rete vendita. Si richiede un'esperienza di almeno 3 anni nella vendita nel settore pet e forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi nel canale specializzato. Sono previsti interessanti trattamenti provvigionali in grado di soddisfare le candidature più qualificate.

Info: inviare CV a [posmafood20018@gmail.com](mailto:posmafood20018@gmail.com)

**E'quo srl**, azienda leader nel settore acquariofilo, **ricerca agenti plurimandatari** nelle seguenti regioni: Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia. Info: inviare CV a [info@equoitaly.com](mailto:info@equoitaly.com) all'attenzione di Mauro Calabrese

**Monge & C. Spa**, azienda leader in Italia e tra le più importanti realtà in Europa e nel mondo nel mercato petfood, in forte crescita di fatturato dal 2000 a oggi e con obiettivi ancora più ambiziosi nel triennio 2018-2020, ha intenzione di **potenziare** ulteriormente la sua già efficace **rete di vendita** nel canale specializzato (catene pet, pet shop, garden, agrarie). Sono previsti interessanti trattamenti provvigionali in grado di soddisfare le candidature più qualificate, oltre a interessanti incentivi su obiettivi di vendita. Inoltre, per tutti gli agenti è previsto un periodo di formazione nel "campus Monge".

Info: info@monge.it, tel. 0172747111

**Olistika srl ricerca** per il mercato estero **responsabile export** introdotto nel mercato pet food per la distribuzione dei prodotti "**Vet-Line i primi con erbe**".

Info: info@vet-line.sm

**Tagliavini All For Pets srl**, società storica nel settore che si occupa di commercio all'ingrosso di alimenti, accessori, igiene e attrezzature per animali da compagnia.

**Ricerca agenti** per ampliamento zone di vendita con marchi esclusivi e ingrosso: Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte, Liguria e Toscana.

Info: Inviare CV con foto a info@tagliavinipet.it

Dinamica e importante realtà nel settore degli alimenti e accessori per animali, ricerca: **responsabile punto vendita e toelettatore/toelettatrice** in Lunigiana Toscana. Costituisce titolo indispensabile l'aver maturato un'esperienza analoga di almeno 2 anni nei rispettivi settori.

La ricerca è rivolta a candidati di entrambi i sessi (D.Lgs. 198/2006).

Info: inviare richieste alla redazione info@zampotta.it - **rif. 5/A**

**Velma Group srl**, azienda importatrice e distributrice di prodotti e accessori per animali da compagnia, **cerca agenti mono/plurimandatari** con spiccata attitudine alla vendita, per le seguenti regioni: Lombardia, Umbria e Sardegna.

Si offrono interessanti provvigioni, supporto tecnico, attività di marketing e possibilità di crescita.

Info: tel. 0423715319, info@velmagroup.com

**Alpi Service srl**, distributore per l'Italia dei marchi di accessori e snack per piccoli animali (Karlie e Nerf Dog), **cerca agenti** di vendita per le seguenti regioni: Marche, Umbria, Abruzzo, Lazio (escluso Roma), Campania, Toscana, Liguria.

Info: inviare CV completo di foto a sergio@alpiservice.com e info@alpiservice.com

**Mea Pet Food**, azienda distributrice dei prodotti per cani e gatti Markus-Muhle (prodotto a estrusione a freddo) **cerca agenti** per le regioni libere in Italia.  
Info: cell. 3347472519 oppure 3392087827, meapetfood@gmail.com

## ATTIVITÀ & ATTREZZATURE / offerta

**Cedesi attività di toelettatura e vendita** accessori per animali in Bonate Sopra (BG). Prezzo richiesto euro 40.000. Astenersi perditempo e no agenzie.  
Info: tel. 035991589

**Vendesi attività** cinofila trentennale mq 2.750 in zona Fonte Nuova (Roma); pet shop con toelettatura mq 75; abitazione A/4 mq 41; abitazione A/3 mq 67, locale commerciale mq 66; n. 66 box termici in muratura.

Trattative private.

Info: tel. 069050551 per appuntamento

**Vendesi** attrezzatura per toelettatura in buone condizioni: vasca, mensola a muro, phon con piedistallo, tavolo sollevabile a pompa idraulica, soffiatore a muro, tosatrici Moser max45 e Oster, forbici, tagliaunghie, scioglino di pettini. L'attrezzatura si trova in Sardegna. Vendesi anche pezzi separati.

Info: mart.94@tiscali.it

A Milano zona San Siro, dopo trenta anni **cedesi attività di pet shop** con annessa toelettatura. Prezzo interessante.

Info: Gerry 3331303748

**Cedesi**, causa trasferimento **attività di toelettatura** in Genova Sampierdarena, unica in zona, comprensiva di attrezzatura affitto modico, impianto a norma e ottima clientela. Possibilità di affiancamento gratuito. Prezzo euro 30.000.

Info: cell. 3490771742

**Vendesi**, causa cessazione attività, 1 soffiatore Peggy Biturbo e 1 soffiatore Camon (due motori e due bocchette indipendenti).

Entrambi sono funzionanti (usati fino a fine dicembre 2018), regolarmente puliti e mantenuti, con motori periodicamente sostituiti. Disponibile anche due motori nuovi (uno per tipo) di scorta, che vengono regalati insieme ai soffiatori.

Info: cell. 3519771107

**Cedesi** per raggiunti limiti di età, attività di vendita di alimenti e accessori per animali da compagnia, aperta dal 2000, situata nella zona Nord di Biella su strada di grande passaggio.

Info: cell. 3405686506

Causa cessazione attività **vendesi** (anche in stock):

- scaffalature metalliche a ripiani e montanti angolari, varie misure, in ottime condizioni;

- articoli per animali (abbigliamento, guinzaglieria, ciotole, cucce, trasportini, giochi, prodotti antiparassitari, prodotti per l'igiene) in ottime condizioni e di marca (Ferriabella, Camon, Inodorina, Tre Ponti, Raggio di Sole, Bayer).

Merce disponibile a Genova Sestri Ponente. Elenco dettagliato a richiesta.

Info: annarosa.carlini@gmail.com

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.

# RINNOVARE L'ABBONAMENTO GRATUITO PER L'ANNO 2019

Caro abbonato,  
per garantirti un servizio accurato, puntuale e di  
qualità e soprattutto per poter continuare a  
mandarti Zampotta gratuitamente anche  
quest'anno, ti chiediamo pochi minuti del tuo  
tempo per andare al link qua sotto e compilare i  
campi del form.

Grazie per la collaborazione!  
La redazione

---

[WWW.ZAMPOTTA.IT/RINNOVO](http://WWW.ZAMPOTTA.IT/RINNOVO)

---



## CONFIRM YOUR FREE SUBSCRIPTION FOR THE YEAR 2019

Dear subscriber,  
to help us guarantee you an accurate,  
punctual, quality and free service  
throughout 2019, we kindly ask you to  
devote us a few minutes to send an e-mail  
to: [abbonamenti@zampotta.it](mailto:abbonamenti@zampotta.it) to confirm  
your mailing address.

Thanks for your support!  
The editorial team

# appuntamenti

not to be missed

## PET EXPO

### 27-28 APRILE 2019 - 100X100MASCOTA 2019

Fera de Madrid, Madrid, Spain  
Info: tel. +34/91/7225092, www.ifema.es/100x100mascota\_06/, 100x100mascota@ifema.es

### 27-28 APRILE 2019 - CALGARY PET EXPO

18011 Spruce Meadows Way Calgary, AB Canada  
Info: tel. +1/855/7231156, www.calgarypetexpo.com

### 6-9 MAGGIO 2019 - ZOOMARK INTERNATIONAL 2019

BolognaFiere, Bologna, Italy  
Info: www.zoomark.it, info@zoomark.it

### 7-9 MAGGIO 2019 - SEAFOOD EXPO

Brussels Expo, Brussels Belgio  
Info: www.seafoodexpo.com

### 17-20 MAGGIO 2019 - TAICHUNG PETS SHOW 2019

Greater Taichung International Expo Center  
Info: tel. +886/2/26596000, fax +886/2/26597000  
www.chanchao.com.tw, tina@chanchao.com.tw

### 31 MAGGIO-2 GIUGNO 2019 - AQUARAMA 2019

Guangzhou, China  
Info: tel. +65/65920888, fax+65/64386090  
www.aquarama.com.cn/en, info@aquarama.com.cn

### 5-8 LUGLIO 2019 - TAIPEI PETS SHOW 2019

Taipei World Trade Center Nangang Exhibition Hall, Taipei, Taiwan  
Info: tel. +86/02/26596000, fax +86/02/26597000, www.aquapets-show.com.tw

### 18-19 LUGLIO 2019 - LATIN ZOO

World Trade Center, Mexico City, Mexico  
Info: +52/55/84219977, www.latinzoo.com

### 19-21 LUGLIO 2019 - WORLD OF DOGS & CATS 2019

Gallagher Convention Centre, Midrand, Johannesburg, South Africa  
Info: tel. +27/31/7654286, www.dogscats.co.za, info@dogscats.co.za

### 20-22 LUGLIO 2019 - SUPERZOO

Mandalay Bay, Las Vegas, Nevada, USA  
Info: www.superzoo.org

### 21-23 AGOSTO 2019 - PET SOUTH AMERICA

Expo Center Norte, Sao Paulo, Brazil  
Info: tel. +55/11/32055000, www.petsa.com.br, petsa@nm-brasil.com.br

### 21-25 AGOSTO 2019 - PET FAIR ASIA 2019

Shanghai New International Expo Centre (SNIIEC), Shanghai, China  
Info: www.petfairasia.com, pfa@vnuexhibitions.com.cn

### 25-26 AGOSTO 2019 - EXPOZOO 2019

The Centrexpo de Drummondville, QC, Canada  
Info: www.pijaccanada.com

### 1-3 SETTEMBRE 2019 - SPOGA GAFA 2019

Cologne, Germany  
Info: www.spogagafa.com

### 3-5 SETTEMBRE 2019 - SEAFOOD EXPO

Wanchai, Hong Kong  
Info: www.seafoodexpo.com

### 10-12 SETTEMBRE 2019 - GLEE 2019

NEC Birmingham, United Kingdom  
Info: www.gleebirmingham.com

### 13-15 SETTEMBRE 2019 - PET EXPO

Bydgoszcz Exhibition Center, Bydgoszcz, Poland  
Info: https://petexpo.pl

### 15-16 SETTEMBRE 2019 - NATIONAL PETINDUSTRY TRADE SHOW

International Center, Hall 5, Mississauga, Ontario  
Info: www.pijaccanada.com

### 18-20 SETTEMBRE 2019 - PARKZOO 2019

Sokolniki Expo Centre Moscow, Russia  
Info: tel. +7/495/7976443  
www.parkzoo.ru, info@parkzoo.ru, promopet.estero@zoomark.it

### 22-23 SETTEMBRE 2019 - PATS TELFORD 2019

Telford, UK  
Info: www.patshow.co.uk

### 16-17 OTTOBRE 2019 - AQUA 2019

Telford International Centre, UK  
Info: tel. +44(0)1892/862848, www.aquatelford.co.uk

### 31 OTTOBRE-3 NOVEMBRE 2019 - PETZOO TURKIYE

Istanbul Expo Center, Istanbul, Turchia  
Info: www.petfuari.com

### 1-3 NOVEMBRE 2019 - PETEX INDIA

Hitex, Hyderabad, India  
Info: www.petex.in, contact@petex.in

## EXPO CANI / dog shows

### 25 APRILE 2019 - ESP. INT.LE CANINA Ravenna - Info: ENCI

tel. +39/0270020346, fax +39/0270020323, www.enci.it, expo@enci.it

### 27-28 APRILE 2019 - ESP. INT.LE CANINA Gonzaga (MN) - Info: ENCI

### 1 MAGGIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Taranto - Info: ENCI

### 4-5 MAGGIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Ercolano (NA) - Info: ENCI

### 11 MAGGIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Ferrara - Info: ENCI

### 12 MAGGIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Palermo - Info: ENCI

### 18-19 MAGGIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Rende (CS) - Info: ENCI

### 25 MAGGIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Casale Monferrato (AL) - Info: ENCI

### 31 MAGGIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Empoli (FI) - Info: ENCI

### 2 GIUGNO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Pisa - Info: ENCI

### 8 GIUGNO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Siracusa - Info: ENCI

### 22 GIUGNO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Narni (TR) - Info: ENCI

### 23 GIUGNO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Orvieto (TR) - Info: ENCI

### 29 GIUGNO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Marsala (TP) - Info: ENCI

### 30 GIUGNO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Campobasso - Info: ENCI

### 7 LUGLIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Torino - Info: ENCI

### 13 LUGLIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Olbia - Info: ENCI

### 14 LUGLIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Fermo - Info: ENCI

### 19 LUGLIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Mondovi (CN) - Info: ENCI

### 20 LUGLIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA L'Aquila - Info: ENCI

### 21 LUGLIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Mondovi (CN) - Info: ENCI

### 28 LUGLIO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Vermezzo (MI) - Info: ENCI

### 2-4 AGOSTO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Chiaravalle (AN) - Info: ENCI

### 13-14 AGOSTO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Gradisca D'Isonzo (GO) - Info: ENCI

### 25 AGOSTO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Rapallo (GE) - Info: ENCI

### 31 AGOSTO 2019 - ESP. INT.LE CANINA Travignano Udinese (UD) - Info: ENCI

## EXPO GATTI / cat shows

### 24-25 AGOSTO 2019 - EXPO FELINA Longarone (BL) - Info: ENCI

tel. +39/0270020346, fax +39/0270020323, www.enci.it, expo@enci.it

### 14-15 SETTEMBRE 2019 - EXPO FELINA Arezzo - Info: ENCI

### 28-29 SETTEMBRE 2019 - EXPO FELINA Torino - Info: ENCI

### 12-13 OTTOBRE 2019 - EXPO FELINA Brescia - Info: ENCI

### 19-20 OTTOBRE 2019 - EXPO FELINA Firenze - Info: ENCI

### 2-3 NOVEMBRE 2019 - EXPO FELINA Ravenna - Info: ENCI

### 16-17 NOVEMBRE 2019 - EXPO FELINA Roma - Info: ENCI

# 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  
00060 Formello Roma  
www.acquaramaitalia.it - info@acquaramaitalia.it  
fax 0697247039

**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  
20035 Lissone (MI)  
www.acquariolombardo.com  
info@acquariolombardo.com  
tel. e fax 039482534

**All Pet S.r.l.** ● 0296450470  
Via Trieste, 603  
21042 Caronno Pertusella (VA)  
www.allpet.it - info@allpet.it  
fax 0296450464

**Also S.r.l.** ● 090632636  
SS 114 km - 4,260 Contesse  
98125 Messina  
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it  
fax 0906258082

**Aquarialand S.a.s.** ● 0113112967  
Corso Tazzoli, 228/10  
10137 Torino  
www.aquarialand.com - aquarialand@aquarialand.com  
fax 0113147463

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

**Aquaristica S.r.l.** ● 0516814188  
Via A. Labriola, 10/12  
40010 Sala Bolognese (BO)  
www.aquaristica.it - aquaristica@aquaristica.it  
fax 0516814294

**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  
71016 San Severo (FG)  
www.aquariumit.com - aquariumlatorre@libero.it  
tel. e fax 0882374476

**Aquatec** ● 0550988198  
Via dei Pratoni, 9 - fraz. Badia a Settimo  
50018 Scandicci (FI)  
aquatec.firenze@gmail.com

**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  
36031 Povolario di Dueville (VI)  
www.askoll.com - askoll@askoll.com  
fax 0444930380

**Bionatura Impianti S.r.l.** ● 0399241247  
Via Alpi, 5  
23873 Missaglia (LC)  
www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it  
fax 0399201971

**Calcio Mare S.n.c. di Corrizzato P. & C.** ● 0423724073  
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48  
31033 Castelfranco V.to (TV)  
www.calciomare.com, www.aqualine.it  
info@calcioimare.com  
fax 0423742252

**Carmar S.a.s.** ● 0815743501-0815743459  
Via San Giorgio Vecchio, 192  
80046 San Giorgio a Cremano (NA)  
www.carmar.it - info@carmar.it  
fax 0815743496

**Carmar New S.r.l.** ● 0817529205  
Via Repubbliche Marinare, 126/128  
80147 Napoli  
www.carmarnew.it - carmar.pr@tin.it  
fax 0817529262

**CE.A.B. di Ferrari Pierluigi** ● 0302667121  
Via Pietro Rescatti, 20  
25124 Folzano (BS)  
www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it  
fax 0302168469

**Cia S.r.l.** ● 0114508893  
Strada del Francese, 152/6L  
10156 Torino  
www.cia-acquari.it - commerciale@ciasrl-acquari.it  
fax 0114508901

**Croci S.p.a.** ● 0332870860  
Via S. Alessandro, 8  
21040 Castronno (VA)  
www.croci.net - info@croci.net  
fax 0332462439

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

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

**Eschematteo S.r.l.** ● ● ● ● 0521607889  
Str. Uguzzolo, 101/A  
43122 Parma  
info@eschematteo.it - www.eschematteo.it  
fax 0521399245

**Ferplast S.p.a.** ● ● ● ● 0445429111  
Via I Maggio, 5 - Z.I.  
36070 Castelgomberto (VI)  
www.ferplast.com - info@ferplast.com  
fax 0445429115

**FishFan S.r.l.** ● 051780868  
Via G. Puccini, 3/3  
40055 Villanova di Castenaso (BO)  
www.fishfan.it - rocco@fishfan.it  
fax 051780849

**Hydor S.r.l.** ● ● ● ● 04248877  
Via Voiron, 27  
36061 Bassano del Grappa (VI)  
www.hydor.com - info@hydor.com  
fax 0424887887

**Iemmi Ermanno** ● ● ● ● tel. e fax 059386076  
Via Viazza, 120  
41010 Ganaceto (MO)  
www.iemmiermannocacuari.com  
iemmi.ermannocacuari@tiscalinet.it

**Kuda Tropical Fish S.r.l.** ● 0373234461  
Via delle Industrie, 34  
26010 Bagnolo Cremasco (CR)  
www.kudafish.it - info@kudafish.it  
fax 0373236714

**Pineta Zootecnici** ● ● ● ● tel. e fax 0522553616  
Via A. Cugini, 30  
42122 Reggio Emilia  
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

**Piranha Tropical Life** ● ● ● ● 0881638838  
III Traversa Corso del Mezzogiorno  
71100 Foggia  
www.piranhatropicalife.it - info@piranhatropicalife.it  
fax 0881339154

**Porsa Italy S.r.l.** ● 0302650248  
Via Romolo Gessi, 210  
25135 Sant'Eufemia (BS)  
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com  
fax 0302151221-0302158315

**Pro.D.Ac. International S.r.l.** ● ● ● ● 0495971677  
Via Padre Nicolini, 22  
35013 Cittadella (PD)  
www.prodacinternational.it - info@prodac.it  
fax 0495971113

**Reef International S.a.s.** ● ● ● ● 0331792443  
Via Arconti, 11  
21013 Gallarate (VA)  
www.reef-international.com - reefint@tin.it  
fax 0331772839

**Reefsnow - Comas S.r.l.** ● ● ● ● tel. 0331880350  
C.so Martiri Patrioti, 70  
20022 Castano Primo (MI)  
www.reefsnow.com - info@reefsnow.com  
fax 0331878497

**Rinaldo Franco S.p.a.** ● ● ● ● 0248376157  
Via Fratelli Cervi, 2  
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
www.recordit.com - record@recordit.com  
fax 0241291840

**Spectrum Brands Italia** ● ● ● ● 0290448310  
Via Ludovico il Moro, 6  
20060 Basiglio (MI)  
www.spectrumbrands.com  
info@spectrumbrands.com  
fax 0290756096

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

**Teco S.r.l.** ● ● ● ● 0544408333  
Via A. Sansovino, 35  
48124 Ravenna  
www.teconline.com - teco@teconline.com  
fax 0544280084

**Trixie Italia S.p.a.** ● ● ● ● 0444835329  
Via E. Fermi, 6  
36045 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it  
fax 0444833352

**Valpet S.r.l.** ● ● ● ● 051760349  
Via Marconi, 4/2  
40057 Granarolo E. (BO)  
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it  
fax 0516056448

**Velma Group S.r.l.** ● ● ● ● 0423715319  
Via Munaron, 26/A  
31050 Veduggio (TV)  
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

**Vitakraft Italia S.p.a.** ● ● ● ● 075965601  
Via Piana, 4  
06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it  
fax 0759656020

**Zanolli Mario** ● ● ● ● 045973472  
Via Mattarana, 11/A  
37141 Verona  
www.mariozanolli.it - info@mariozanolli.it  
fax 045973473

**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  
91011 Alcamo (TP)  
www.adragna.net - info@adragna.it  
fax 092422424

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

**Affinity Petcare Italia S.r.l.** ● 0289633029  
Via F. Turati, 40  
20121 Milano  
www.affinity-petcare.com  
fax 0266719002

**Agras Delic S.p.a.** ● 010588586  
Via San Vincenzo, 4  
16121 Genova  
www.schesir.it - contact@agras-delic.com  
fax 010588914

**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.greenca.it - alframasrl@virgilio.it

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

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

**Also S.r.l.** ● ● ● ● 090632636  
SS 114 km - 4,260 Contesse  
98125 Messina  
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it  
fax 0906258082

**Animali.it** ● 0293591343  
Via Adige, 26  
20010 Pregnana Milanese (MI)  
www.animali.it - info@animali.it  
fax 0293591343

**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  
80022 Arzano (NA)  
avitabilenapoleone@interfree.it - www.tewua.it  
contatto@tewua.it  
fax 0815737522

<b>B&amp;F Italia S.r.l.</b> ● Via del Pascolo, 8 24046 Osio Sotto (BG) www.bfitalia.net - bfitalia@bfitalia.net	035808109	<b>Cosmetica Veneta S.r.l.</b> ●●● tel. e fax 0444719637 Via Vicenza, 52 36043 Camisano Vicentino (VI) www.cosmeticaveneta.it - info@cosmeticaveneta.it		<b>Flexi-Bogdahn Int. GmbH &amp; Co. KG</b> ●●● +49/4532/40440 Carl Benz Weg, 13 22941 Bargteheide (Germania) fax +49/4532/404442 www.flexi.de - info@flexi.de
<b>Baldecchi S.n.c.</b> ●●● Zona PIP Frazione Penna 52028 Terranova Bracciolini (AR) www.baldecchi.it - baldecchisnc@baldecchi.it	0559705281 fax 0559705352	<b>Croci S.p.a.</b> ●●● Via S. Alessandro, 8 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net	0332870860 fax 0332462439	<b>Formevet S.r.l.</b> ●●● Via Savona, 97 20144 Milano www.formevet.com - vetline@formevet.it
<b>Ballatore Pietro</b> ●●● tel. e fax 067236701 Via Gasperina, 96 00118 Roma www.ballatoreroma.com - info@ballatoreroma.com		<b>Dalla Grana Mangimi</b> ●●● Via Zara, 74 36045 Lonigo (VI) www.officialis.com - nicola@officialis.net	0444830501 fax 0444835211	<b>Forza10/SANYPet S.p.a.</b> ●●● Via Austria, 3 35023 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com
<b>Bama S.p.a.</b> ●●● Via Pertini, 2 55011 Altopascio (LU) www.bamagroup.com - info@bamagroup.com	0583286353 fax 0583287754	<b>Disegna Group</b> ●●● Via Marsan, 28/30 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it	0424471424 fax 0424476392	<b>Gheda Mangimi S.r.l.</b> ●●● Via Comuna Santuario, 1 46035 Ostiglia (MN) www.gheda.it - gheda@gheda.it
<b>Bau Floc Madigest S.r.l.</b> ●●● tel. e fax 075828217 Via dell'Industria tel. e fax 075827337 / 075828059 06065 Passignano Sul Trasimeno (PG) www.baufloc.com, www.madigestsrl.com info@madigestsrl.com		<b>Diusa Pet S.r.l.</b> ●●● S.P. per Lardirago, 8 27010 Marzano (PV) www.diusapet.it - info@diusapet.it	0382947500 fax 0382947488	<b>Gimborn Italia S.r.l.</b> ●●●●● Via Giorgio De Chirico, 3 42124 Reggio Emilia www.gimborn.it - www.butcherspetcare.com marketing@gimborn.it
<b>Bayer S.p.a.</b> ●●● V.le Certosa, 130 20156 Milano www.vetclub.it - www.petclub.it	0239781 fax 0239784660	<b>Dog Line S.n.c.</b> ●●● Via Della Tecnica, 28 36043 Camisano Vicentino (VI) www.dogline.it - dogline@dogline.it	0444240653 fax 0444532511	<b>Giolo Giorgio</b> ●●● Via Marconi, 76/78 30010 Pegolotte di Cona (VE) www.giologiolo.it - info@giologiolo.it
<b>B.Braun Milano S.p.a.</b> ●●● Via V. da Seregno, 14 20161 Milano www.bbraun.com - servizio.clienti@bbraun.com	02662181 fax 0266218290	<b>Dog Performance</b> ●●● strada dei Boschi, sn 28040 Marano Ticino (NO) www.dogperformance.it - info@dogperformance.com	0321923244 fax 0321923211	<b>GR-TECH S.r.l.</b> ●●● Via Cal Trevisana, 6 31044 Montebelluna(TV) www.pratiko-pet.com - info@pratiko-pet.com
<b>Bianco Line Natural Food</b> ●●● Via Caduti Sul Don, 58 12020 Villar San Costanzo (CN) www.biancolinenaturalfood.it - info@biancolinenaturalfood.it	0171300592	<b>Dorado S.r.l.</b> ●●● Via Roma, 10 30010 Monsole di Cona (VE) www.baubon.it - infoservice@baubon.it	042659140 fax 0426308158	<b>Hami Form Italia</b> ●●● Le Closeau 56800 Ploermel (Francia) www.hamiform.it - hamiformitalia@gmail.com
<b>Boehringer Ingelheim Animal Health Italia S.p.a.</b> ●●● Via Giovanni Lorenzini, 8 20139 Milano www.merial.com - merial.italia@merial.com	02535581 fax 025355822	<b>DRN S.r.l.</b> ●●● Via Bellisario, 23/25 26020 Palazzo Pignano (CR) www.drnpet.info - marketing@drnsrl.it	0373938345 fax 0373982427	<b>Happypet S.r.l.</b> ●●● Via E. Majorana, 10 36045 Lonigo (VI) www.fop.it - info@happypetsrl.it
<b>Bolton Alimentare S.p.a.</b> ●●● Via L. Einaudi, 18/22 22072 Cermenate (CO) www.boltonalimentati.it	031779111 fax 031779302	<b>Due Erre &amp; C. S.n.c.</b> ●●● Via Pradazzo, 1/D 40012 Calderara di Reno (BO) www.snackforpet.it - info@snackforpet.it	0516466149 fax 0516467654	<b>Heiniger AG</b> ●●● +41/62/9569200 Industrieweg 8 fax +41/62/9569281 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland) www.heiniger.com - kontakt@heiniger.com
<b>Camon S.p.a.</b> ●●●●● Via Lucio Cosentino, 1 37041 Albaredo d'Adige (VR) www.camon.it - camon@camon.it	0456608511 fax 0456608512	<b>Eagle S.r.l.</b> ●●●●● tel. e fax 050803275 Via Pavoncella, 8 56010 Migliarino Pisano (PI) www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it		<b>Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l.</b> ●●● Via A.G. Eiffel, 15 00148 Roma www.hillspet.it
<b>Candioli S.p.a.</b> ●●● Via Manzoni, 2 10092 Beinasco (TO) www.candioli.it - info@candioli.it	0113490232 fax 0113490526	<b>Enac S.p.a.</b> ●●●●● Strada Paola, 16 27010 Cura Carpignano (PV) www.enac.it - info@enac.it	0382483059 fax 0382483056	<b>Hunter International GmbH</b> ●●● +49/5202/91060 Grester Strasse, 4 fax +49/5202/15333 33818 Leopoldshoehe www.hunter.de - info@hunter.de
<b>Canicom S.r.l.</b> ●●● Via di Sottopoggio, 32 55060 Guamo (LU) www.canicomitalia.com - info@canicomitalia.com	0583462363 fax 0583462411	<b>Euroitalia Pet S.r.l.</b> ●●● Via Italia, 2 00060 Capena (RM) www.euroitaliapet.it - info@euroitaliapet.it	069032657	<b>I.G.C. S.r.l.</b> ●●● Via Giacomo Matteotti, 879 51036 Larciano (PT) www.leopet.it - info@leopet.it
<b>Carbone Pet Products S.r.l.</b> ●●● Via Antonio Gramsci, 1537 51036 Larciano (PT) www.petproductscarbone.it - info@petproductscarbone.it	0573837868 fax 0573859163	<b>Fanconfood S.r.l.s.</b> ●●● Via Duprè, 1 35239 Padova www.fanconfood.com - www.imdifferent.eu fanconfood@gmail.com - info@imdifferent.eu		<b>Imac S.r.l.</b> ●●● Via Ghisa, 24 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it
<b>Cargill S.r.l.</b> ●●● Via Ripamonti, 89 20141 Milano www.cargill.com	02890441 fax 0289044820	<b>Farm Company S.r.l.</b> ●●●●● Via Amendola, 532 - Regione Spolina 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it	015511310 fax 0158129259	<b>Innovet Italia</b> ●●● Via Einaudi, 13 35030 Saccolongo (PD) www.innovet.it - innovet@innovet.it
<b>Cerberus S.r.l. a.s.u.</b> ●●● Via Sant'Alessandro, 8 21040 Castronno (VA) www.cerberus-pet.com - info@cerberus-pet.com	0573837868 fax 0573859163	<b>Farmina Pet Foods Italia</b> ●●● Via Nazionale delle Puglie 80035 Nola (NA) www.farina.com - info@farmina.it	0818236000 fax 0815122135	<b>Interpet S.r.l.</b> ●●●●● Via San Pieretto, 42 55060 Badia Contignano (LU) www.interpetmarket.com - interpet@libero.it
<b>Cerere S.p.a.</b> ●●● Via del Molino, 42 12057 Neive (CN) www.cerere.com - cerere@cerere.com	017367271 fax 017367180	<b>Fashion Dog S.r.l.</b> ●●● Via Lago di Carezza, 11 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it	0596232450 fax 059687984	<b>Italsystem S.a.s.</b> ●●● Via Corciano, 14 47924 Rimini www.1allsystems.com - info@1allsystems.com
<b>Cesarano S.a.s.</b> ●●● Via Nolana 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - loredana@cesarano.it	0818507330 fax 0818507467	<b>Fashionglobetrotter</b> ●●● Via di Barbiano, 2/4 40136 Bologna www.doganddolls.com - info@doganddolls.com	3383528728 / 3483474521	<b>It.Design S.r.l.</b> ●●● Via Caduti del Lavoro, 6 10094 Gaviengo (TO) www.cucciolotta.com - info@cucciolotta.com
<b>Ceva Salute Animale S.p.a.</b> ●●● Via Colleoni, 15 20041 Agrate Brianza (MI) www.ceva.com - marketing.italy@ceva.com	03965591 fax 0396559244	<b>Faza S.r.l.</b> ●●●●● Via Casilina Km 22.600 00040 Lughetto Di Montecompatri (RM) www.areapet.it - info@areapet.it	069476129 fax 069476033	<b>Iv San Bernard S.r.l.</b> ●●●●● Via Limitese, 112 50053 Spicchio Vinci (FI) www.ivsbernard.it - info@ivsbernard.it
<b>Chemi-Vit S.r.l.</b> ●●●●● Via Don Milani, 5/C 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com	0522887959 fax 0522888200	<b>Ferplast S.p.a.</b> ●●●●● Via 1° Maggio, 5 - Z.I. 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	0445429111 fax 0445429115	<b>Kronos S.r.l.</b> ●●● Via Traversetolo, 186 43123 Parma www.kronossrl.it - info@kronossrl.it
<b>Ciam S.r.l.</b> ●●●●● Via Piemonte, 4 63100 Ascoli Piceno (AP) www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it	0736250484 fax 0736257854	<b>Ferriella S.p.a.</b> ●●●●● Strada Trossi, 33 13871 Verrone (BI) www.ferriella.it - info@ferriella.it	0152558103 fax 0152558083	<b>Landini Giuntini S.p.a.</b> ●●● Via Rosa Luxemburg, 30 06012 Città di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it
<b>Cinotecnica S.r.l.</b> ●●● Via Nottolini, 440 55100 Lucca www.pacdogitalia.com - info@pacdogitalia.com	0583469673 fax 0583466778	<b>Fides Petfood N.V.</b> ●●● +32/059242790 Industriezone Plessendale 2 fax +32/059242799 Solvaylaan 12 B8400 Oostende (Belgio) www.arionhealthcare.com/en, www.arionpetfood.com info@arionpetfood.be		<b>Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.</b> ●●● Via L. Da Vinci, 21 57123 Livorno www.laviosa.it - lcm@laviosa.it
<b>Coltelleria Polla</b> ●●● tel. e fax 0131264774 Via Vochieri, 69 15100 Alessandria www.polladino.com - lipolla@libero.it		<b>Contatti per l'Italia</b> ●●●●● commercialearion@gmail.com	3287932535 - 3287934875	<b>Lazzari Luigi S.r.l.</b> ●●● Via Borgo Antico, 9 24031 Almenno San Salvatore (BG) www.lazzarigabbie.it - info@lazzarigabbie.it
<b>Coltellerie Milanesi S.a.s.</b> ●●● tel. e fax 024224695 via Solari, 56 20144 Milano www.coltelleriemilanesi.it - info@coltelleriemilanesi.it		<b>F.I.E.M. S.n.c.</b> ●●● Via G. Galliei, 3 22070 Guanzate (CO) www.fiem.it - info@fiem.it	031976672 fax 031899163	

**Life Petcare S.r.l.** ● tel. e fax 0575411013  
Via di Basserone, 57  
52041 Badia al Pino (AR)  
www.lifepecare.it - info@lifepecare.it

**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.mafrapet.com - www.mafr.it  
fax 0235699800

**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'Erà, 13  
37041 Albaredo d'Adige (PD)  
www.marpet.it - info@marpet.it  
fax 0457000124

**Mars Italia S.p.a.** ● 025776111  
V.le Milano Fiori 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

**Merini Maurizio** ● tel. e fax 0661560728  
Via Baveno, 7/A  
00166 Roma  
www.merinionline.it - maurizio.merini@libero.it

**Mister Pet S.p.a.** ● 0521340323  
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 Chiusdino (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 0444370902

**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 Factory S.r.l.** ● 0119401249  
Via Olivetti, 7/9  
10020 Riva Presso Chieri (TO)  
www.my-factory.it - info@my-factory.it

**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 Giraldi, 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 Cuoio** ● 0817744833  
Via Lufurano, 69  
80040 Volva (NA)  
www.eurocuoio.it - info@eurocuoio.it  
fax 0817735989

**Nuova Fattoria S.r.l.** ● 0309032308  
Via Industriale, 70  
25016 Ghedi (BS)  
www.nuovafattoria.com - info@nuovafattoria.com  
fax 0309031460

**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

**Olistika S.r.l.** ● 0549906690  
Via XXV Marzo, 19/B  
47895 Domagnano (RSM)  
www.olistikavetline.eu - info@vet-line.sm  
fax 0549987049

**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. ● fax 0924515292  
ZI C.da Fegotto  
91013 Calatafimi Segesta (TP)  
www.original-legno.it - info@original-legno.it

**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.** ● tel. e fax 022043764  
P.le Bacone, 2  
20129 Milano  
www.pet360.it - info@pet360.it

**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 ● 0119222641  
10073 Ciriè (TO) ● fax 0119224084  
www.petitamis.it - info@petitamis.it

**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 ● tel. e fax 0804735719  
70042 Mola di Bari (BA)  
www.pets-creation.com - info@pets-creation.com

**Pets Fitness** ● ● tel. e fax 0712868013  
Via Soderini, 8  
60027 Osimo (AN)  
www.petsfitness.com - info@petsfitness.com

**Pet Village S.r.l.** ● ● ● 054464418 - 0544471768  
Via Stradello, 35 ● fax 0544479252  
48124 Madonna dell'Albero (RA)  
www.petvillagesrl.it - info@petvillage.it

**Pet & Hug International S.p.a.** ● 0424383101  
Corso Magenta, 85 ● fax 0424390792  
20123 Milano  
www.flairpet.com - info@flairpet.com

**Pineta Zootecnici** ● ● tel. e fax 0522553616  
Via A. Cugini, 30  
42122 Reggio Emilia  
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

**Porrini Pet S.r.l.** ● ● 0302791814  
Via Einaudi, 1 ● fax 0302793319  
25086 Rezzato (BS)  
www.porrinipet.it - info@porrinipet.it

**Q.Vet S.r.l.** ● 0110160050  
C.so Nizza, 54 ● fax 0110160049  
12100 Cuneo  
www.qvet.it - info@qvet.it

**Rebo S.r.l.** ● 0331502700  
Via Mestre, 31 ● fax 0331502703  
21050 Cairate (VA)  
www.happydog.it - www.happydog.it - info@happydog.it

**Rinaldo Franco S.p.a.** ● ● ● 0248376157  
Via Fratelli Cervi, 2 ● fax 0241291840  
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
www.recordit.com - record@recordit.com

**Royal Canin Italia S.r.l.** ● 023347611  
Via Anton Checov, 50/2 ● fax 0233490091  
20151 Milano  
www.royalcanin.it - info@royal-canin.it

**Sepiol S.a.** ● 0233610725  
Ufficio Italia ● fax 023319855  
Via General Govone, 56  
20155 Milano  
www.sepiolsa.com - info@sepiolsa.com

**Slow Global** ● 0161219438  
Cascina Malcotta ● fax 0161220542  
13010 Stroppiana (VC)  
www.slowglobal.com - slowglobal@gmail.com

**Stefanplast S.p.a.** ● ● 0444639011  
Via Piazza, 47 ● fax 0444638315  
36020 Castegnaro (VI)  
www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it  
comm.estero@stefanplast.it

**Ticinese Petfood S.r.l.** ● ● 0382573789  
Via Vigentina, 102 ● fax 0382575576  
27100 Pavia  
www.laticinese.it - info@laticinese.it

**Trixie Italia S.p.a.** ● ● ● 0444835329  
Via E. Fermi, 6 ● fax 0444833352  
36045 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it

**Unipro S.r.l.** ● 0758085198  
Via Barrocciai, 19 ● fax 0758044167  
06081 Santa Maria degli Angeli (PG)  
www.unipronline.it - info@unipronline.it

**United Pets S.r.l.** ● 023927041  
V.le Certosa, 46 ● fax 0239219774  
20155 Milano  
www.unitedpets.it - info@unitedpets.it

**Valpet S.r.l.** ● ● ● 051760349  
Via Marconi, 4/2 ● fax 0516056448  
40057 Granarolo E. (BO)  
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

**V.B.B. S.r.l.** ● tel. e fax 075985151  
Via della Fattoria, 39  
06084 Bettona (PG)  
www.vbbpetfood.eu - info@vbbpetfood.eu

**Velma Group S.r.l.** ● ● 0423715319  
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 ● fax 0543945184  
47016 S. Savino di Predappio (FC)  
www.venturionline.it - info@venturionline.it

**Virbac S.r.l.** ● 024092471  
Via Ettore Bugatti, 15 ● fax 0240924777  
20142 Milano  
www.virbac.it - virbac@virbac.it

**Visan Italia** ● 0694800700  
Via Sistina, 149  
00187 Roma  
www.visanpet.it - info@visanpet.it

**Vitakraft Italia S.p.a.** ● ● ● 075965601  
Via Piana, 4 ● fax 0759656020  
06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

**Wahl Italia S.r.l.** ● 051374253  
Via Piero Gobetti, 52  
40129 Bologna  
www.wahl-animal.com - info@wahlitalia.com

**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 ● fax 0549943312  
47891 Repubblica di San Marino  
www.wonderfood.com - info@wonderfood.com

**Zolux Italia** ● ● ● 051754816 - 051759896  
Via Caduti di Amola, 17  
40132 Bologna  
www.zolux.com - info@zolux.it

**Zoodiaco** ● ● ● 0425474645  
V.le della Cooperazione, 16 ● fax 0425474647  
45100 Borsea (RO)  
www.zoodiaco.com - www.prolife-pet.it  
zoodiaco@zoodiaco.com

**Zoo Planet S.r.l.** ● ● ● 0499350400  
Via Malcantone, 6 ● fax 0499350388  
35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

## uccelli birds

**All Pet S.r.l.** ● 0296450470  
Via Trieste, 603  
21042 Caronno Pertusella (VA)  
www.allpet.it - info@allpet.it  
fax 0296450464

**Also S.r.l.** ● ● ● 090632636  
SS 114 km - 4,260 Contesse  
98125 Messina  
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it  
fax 0906258082

**Boccacci S.r.l.** ● ● ● 0620433565  
Via Casilina, 1670  
00133 Roma  
www.boccaccisrl.com - info@boccaccisrl.it  
fax 0620433512

**Borgovit S.r.l.** ● 031650344  
Via Roma, 48  
22046 Merone (CO)  
www.borgovit.it - info@borgovit.it  
fax 031651419

**Calcio Mare S.n.c. di Corrizzato P. & C.** ● ● ● 0423724073  
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48  
31033 Castelfranco V.to (TV)  
www.calciomare.com - www.aqualine.it  
info@calciomare.com  
fax 0423742252

**Chemi-Vit S.r.l.** ● ● ● 0522887959  
Via Don Milani, 5/C  
42020 Quattro Castella (RE)  
www.chemivit.com - info@chemivit.com  
fax 0522888200

**Croci S.p.a.** ● ● ● ● 0332870860  
Via S. Alessandro, 8  
21040 Castronno (VA)  
www.croci.net - info@croci.net  
fax 0332462439

**Fioretta Rag. Gianni S.n.c.** ● ● ● 0341530138  
Via Provinciale, 89  
23811 Ballabio (LC)  
www.fiory.com - info@fiory.com  
fax 0341530392

**Formevet S.r.l.** ● ● ● 024345891  
Via Savona, 97  
20144 Milano  
www.formevet.com - info@formevet.it  
fax 0243458922

**Gimborn Italia S.r.l.** ● ● ● ● 05225452  
Via De Chirico, 3  
42124 Reggione Emilia  
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it

**Hami Form Italia** ● 3247966021  
Le Closeau  
56800 Ploermel (Francia)  
www.hamiform.it - hamiformitalia@gmail.com

**Happypet S.r.l.** ● ● ● 0444436470  
Via E. Majorana, 10  
36045 Lonigo (VI)  
www.fop.it - info@happypetsrl.it  
fax 0444436509

**Imac S.r.l.** ● ● ● 0444482301  
Via Ghisa, 24  
37071 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it  
fax 0444482500

**Manitoba S.r.l.** ● ● ● ● tel. e fax 0375310418  
Via Delmoncello, 9  
26037 San Giovanni in Croce (CR)  
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com

**Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** ● ● ● ● ● 051969413  
Via Giulio Pastore, 31  
40056 Crespellano (BO)  
www.mantovanipetdiffusion.com  
mantovani@mantovanipetdiffusion.com  
fax 051969348

**Max Ornithology S.r.l.** ● ● ● ● tel. e fax 0423485691  
Via Monte Santo, 1  
31037 Loria (TV)  
www.pappagalli.com - info@pappagalli.com

**Mp Bergamo S.r.l.** ● ● ● ● 0358361301  
Via Passerera, 2/C  
24060 Chiusduno (BG)  
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com  
fax 0354496738

**Nestlé Purina Petcare S.p.a.** ● ● ● ● 0281811  
Via del Mulino, 6  
20090 Assago (MI)  
www.purina.it  
fax 800 525505  
tel. 0281817133

**Pineta Zootecnici** ● ● ● ● ● tel. e fax 0522553616  
Via A. Cugini, 30  
42122 Reggio Emilia  
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

**Rinaldo Franco S.p.a.** ● ● ● ● ● 0248376157  
Via Fratelli Cervi, 2  
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
www.recordit.com - record@recordit.com  
fax 0241291840

**Sementi Dotto S.p.a.** ● ● ● ● 0432760442  
Via Lavariano, 41  
33050 Mortegliano (UD)  
www.sementidotto.it - info@sementidotto.it  
fax 0432761665

**Tombolan S.r.l.** ● ● ● ● 0495969090  
Via Vittorio Veneto, 78  
35019 Tombolo (PD)  
www.tombolan.eu - commerciale@tombolan.eu  
fax 0495968283

**Trixie Italia S.r.l.** ● ● ● ● 0444835329  
Via E. Fermi, 14/16  
36040 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it  
fax 0444833352

**Tropical World** ● ● ● ● 0331964758  
Via Torretta, 68  
21029 Vergiate (VA)  
www.tropicalworld.it - info@tropicalworld.it  
fax 0331949929

**Valman S.r.l.** ● ● ● ● 0444975663  
Via Brenta, 3  
36033 Isola Vicentina (VI)  
www.padovanpetfood.com - info@valman.it

**Valpet S.r.l.** ● ● ● ● 051760349  
Via Marconi, 4/2  
40057 Granarolo E. (BO)  
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it  
fax 0516056448

**Velma Group S.r.l.** ● ● ● ● 0423715319  
Via Munaron, 26/A  
31050 Veduggio (TV)  
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

**Vergerio Mangimi S.r.l.** ● ● ● ● 049700622  
Via Roma, 56  
35010 Cadoneghe (PD)  
www.canary.it - info@canary.it  
fax 049703440

**Vitakraft Italia S.p.a.** ● ● ● ● 075965601  
Via Piana, 4  
06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it  
fax 0759656020

**Viten S.r.l.** ● ● ● ● 0432664401  
Via Faedis, 21  
33040 Povoletto (UD)  
www.viten.it - info@viten.it  
fax 0432679043

**Zoodiaco** ● ● ● ● 0425474645  
V.le della Cooperazione, 16  
45100 Rovigo  
www.zoodiaco.com - zoodiaco@zoodiaco.com  
fax 0425474647

**Zoomania** ● ● ● ● ● tel. e fax 0818610459  
Via Vittorio Veneto, 414  
80058 Torre Annunziata (NA)  
www.zoomaniarettili.com - info@zoomaniarettili.com

**Zoo Planet S.r.l.** ● ● ● ● 0499350400  
Via Malcantone, 6  
35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it  
fax 0499350388

**Zoo Varese** ● ● ● ● 0332310280  
Via Giovanni Macchi, 55  
21100 Varese  
www.zoovarese.com - info@zoovarese.com  
fax 0332313111

## piccoli mammiferi small mammals

**Also S.r.l.** ● ● ● ● 090632636  
SS 114 km - 4,260 Contesse  
98125 Messina  
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it  
fax 0906258082

**Boccacci S.r.l.** ● ● ● ● 0620433565  
Via Casilina, 1670  
00133 Roma  
www.boccaccisrl.com - info@boccaccisrl.it  
fax 0620433512

**Calcio Mare S.n.c. di Corrizzato P. & C.** ● ● ● ● 0423724073  
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48  
31033 Castelfranco V.to (TV)  
www.calciomare.com - www.aqualine.it  
info@calciomare.com  
fax 0423742252

**Chemi-Vit S.r.l.** ● ● ● ● 0522887959  
Via Don Milani, 5/C  
42020 Quattro Castella (RE)  
www.chemivit.com - info@chemivit.com  
fax 0522888200

**Croci S.p.a.** ● ● ● ● 0332870860  
Via S. Alessandro, 8  
21040 Castronno (VA)  
www.croci.net - info@croci.net  
fax 0332462439

**Fioretta Rag. Gianni S.n.c.** ● ● ● ● 0341530138  
Via Provinciale, 89  
23811 Ballabio (LC)  
www.fiory.com - info@fiory.com  
fax 0341530392

**Formevet S.r.l.** ● ● ● ● 024345891  
Via Savona, 97  
20144 Milano  
www.formevet.com - info@formevet.it  
fax 0243458922

**Gimborn Italia S.r.l.** ● ● ● ● ● 05225452  
Via De Chirico, 3  
42124 Reggione Emilia  
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it  
fax 0522945365

**Hami Form Italia** ● ● ● ● 3247966021  
Le Closeau  
56800 Ploermel (Francia)  
www.hamiform.it - hamiformitalia@gmail.com

**Happypet S.r.l.** ● ● ● ● 0444436470  
Via E. Majorana, 10  
36045 Lonigo (VI)  
www.fop.it - info@happypetsrl.it  
fax 0444436509

**Imac S.r.l.** ● ● ● ● 0444482301  
Via Ghisa, 24  
36070 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it  
fax 0444482500

**Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.** ● ● ● ● 0586434000  
Via L. Da Vinci, 21  
57123 Livorno  
www.laviosa.it - laviosaminerals@laviosa.com  
fax 0586434210

**Manitoba S.r.l.** ● ● ● ● ● tel. e fax 0375310418  
Via Delmoncello, 9  
26037 San Giovanni in Croce (CR)  
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com

**Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** ● ● ● ● ● 051969413  
Via Giulio Pastore, 31  
40056 Crespellano (BO)  
www.mantovanipetdiffusion.com  
mantovani@mantovanipetdiffusion.com  
fax 051969348

**Mp Bergamo S.r.l.** ● ● ● ● ● 0358361301  
Via Passerera, 2/C  
24060 Chiusduno (BG)  
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com  
fax 0354496738

**Nestlé Purina Petcare S.p.a.** ● ● ● ● 0281811  
Via del Mulino, 6  
20090 Assago (MI)  
www.purina.it  
fax 800 525505  
tel. 0281817133

**Pineta Zootecnici** ● ● ● ● ● tel. e fax 0522553616  
Via A. Cugini, 30  
42122 Reggio Emilia  
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

**Rinaldo Franco S.p.a.** ● ● ● ● ● 0248376157  
Via Fratelli Cervi, 2  
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
www.recordit.com - record@recordit.com  
fax 0241291840

**Trixie Italia S.r.l.** ● ● ● ● ● 0444835329  
Via E. Fermi, 14/16  
36040 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it  
fax 0444833352

**Valman S.r.l.** ● ● ● ● ● 0444975663  
Via Brenta, 3  
36033 Isola Vicentina (VI)  
www.padovanpetfood.com - info@valman.it

**Valpet S.r.l.** ● ● ● ● ● 051760349  
Via Marconi, 4/2  
40057 Granarolo E. (BO)  
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it  
fax 0516056448

**Velma Group S.r.l.** ● ● ● ● ● 0423715319  
Via Munaron, 26/A  
31050 Veduggio (TV)  
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

**Vitakraft Italia S.p.a.** ● ● ● ● ● 075965601  
Via Piana, 4  
06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it  
fax 0759656020

**Viten S.r.l.** ● ● ● ● ● 0432664401  
Via Faedis, 21  
33040 Povoletto (UD)  
www.viten.it - info@viten.it  
fax 0432679043

**Zoodiaco** ● ● ● ● ● 0425474645  
V.le della Cooperazione, 16  
45100 Rovigo  
www.zoodiaco.com - zoodiaco@zoodiaco.com  
fax 0425474647

**Zoomania** ● ● ● ● ● ● tel. e fax 0818610459  
Via Vittorio Veneto, 414  
80058 Torre Annunziata (NA)  
www.zoomaniarettili.com - info@zoomaniarettili.com

## rettili & anfibi reptiles & amphibians

**Also S.r.l.** ● ● ● ● 090632636  
SS 114 km - 4,260 Contesse  
98125 Messina  
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it  
fax 0906258082

**Croci S.p.a.** ● ● ● ● 0332870860  
Via S. Alessandro, 8  
21040 Castronno (VA)  
www.croci.net - info@croci.net  
fax 0332462439

**Fioretta Rag. Gianni S.n.c.** ● ● ● ● 0341530138  
Via Provinciale, 89  
23811 Ballabio (LC)  
www.fiory.com - info@fiory.com  
fax 0341530392

**Gimborn Italia S.r.l.** ● ● ● ● ● 05225452  
Via De Chirico, 3  
42124 Reggione Emilia  
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it  
fax 0522945365

**Happypet S.r.l.** ● ● ● ● 0444436470  
Via E. Majorana, 10  
36045 Lonigo (VI)  
www.fop.it - info@happypetsrl.it  
fax 0444436509

**Imac S.r.l.** ● ● ● ● 0444482301  
Via Ghisa, 24  
36070 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it  
fax 0444482500

maggio 2019

**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, Filippo Giunti, Cristiano Papeschi, Linda Sartini, Laura Burani, Paola Acco, Lorena Quarata, Ewa Princi, Alessandro Mancini, Luciano Di Tizio, Valerio Zupo, Gianni Ravazzi, Oscar Giacchetto, Giuseppe Di Domenico, Matteo Novati, Paolo Grisendi

**Direzione e redazione**

Vimax srl  
via Rezzonico 23 - 22100 Como  
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

 3289226601

 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, agritore, 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 potranno esercitare i diritti previsti dal D.Lgs. 196/2003 (consultare, modificare o cancellare i dati) contattando presso la nostra sede di Como, tel. 031301059, fax 031301418, il responsabile Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)

*Although the magazine is delivered under free subscription, the personal data we are using are processed respecting Law Decree 196/2003. You can exercise the rights specified in the above mentioned law. In compliance with the rules specified in the Code of conduct about privacy treatment art. 2, comma 2, we inform you that the database is used for editorial purposes and resides in our headquarter located in Como, via Rezzonico 23. If you wish to exercise the rights specified in Law Decree 196/2003 (to look through, modify or cancel your personal data), please contact our office in Como, phone no. +39/031/301059, fax +39/031/301418. Responsible for the treatment of personal data is Ms. Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)*

**Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** ● ● ● ●  
Via Giulio Pastore, 31 051969413  
40056 Crespellano (BO) fax 051969348  
www.mantovanipetdiffusion.com  
mantovani@mantovanipetdiffusion.com

**Pineta Zootecnici** ● ● tel. e fax 0522553616  
Via A. Cugini, 30  
42122 Reggio Emilia  
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

**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 Fratelli Cervi, 2 fax 0241291840  
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
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.** ● 0423715319  
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)

**IPV Pack S.r.l. Unipersonale** 0499431318  
Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E  
35010 Carmignano di Brenta (PD)  
www.ipvpack.com - info@ipvpack.com

**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 Piemarinio 10  
20145 Milano  
www.petpro.it - info@petpro.it

**Polypro S.p.a.** 0510958560  
Via Roma, 118  
40012 Calderara di Reno (BO)  
www.polypro.it - 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 Malcantone, 6 fax 0499350388  
35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

AVVERTIAMO I LETTORI CHE GLI INDIRIZZI DI QUESTA RUBRICA VENGONO PUBBLICATI A PAGAMENTO E CHE LO SPAZIO È RISERVATO ESCLUSIVAMENTE A PRODUTTORI, IMPORTATORI, ESPORTATORI E ORGANIZZAZIONI COMMERCIALI CHE OPERANO IN QUALITÀ DI GROSSISTI

# inserzionisti advertisers

cover 1 MONGE

cover 2 AGRAS DELIC

cover 3 MANITOBA

cover 4 VITAKRAFT ITALIA

ADRAGNA PET FOOD p. 31

AFFINITY PETCARE p. 37

APPA p. 79

BAMA p. 107

BEWITAL p. 35

BIANCO-LINE p. 41

BOEHRINGER INGELHEIM ANIMAL HEALTH

ITALIA p.43, 113

CAMON p. 97

CHEMI-VIT p. 105

DISEGNA GROUP p. 63, 83

DORADO p. 39

FANCONFOOD p. 57

FARM COMPANY p. 89

FASHION DOG p. 121

FIORETTA p. 139

GHEDA MANGIMI p. 27

GLOBAL PET EXPO p. 127

MISTER PET p. 29, 95, 111

MPS p. 74 - 75

MSM p. 65

MYFAMILY p. 2 - 3

MYFACTORY p. 49

OASE p. 143

OLISTIKA p. 4

PET AWARD p. 47

PET FITNESS p. 85

PETITAMIS p. 103

POLYPRO p. 124 - 125

PORRINI GROUP p. 1

REBO p. 53

RINALDO FRANCO p. 45, 81

SALVAGENTE p. 54 - 55

TROVA NEGOZIO 68 - 69

VALMAN p. 137

VALPET p. 9

WINNER PET FOOD SOLUTION p. 51

WONDERFOOD p. 7

ZAMPOTTA p. 24, 25, 162

ZOLUX p. 141

ZOODIACO p. 33



# MANITOBA®

La Qualità è nella nostra natura

## BEST PREMIUM BEST PARAKEETS



La linea **BEST PREMIUM** propone anche mangimi completi per **Canarini, Esotici e Cocorite**, disponibili in confezioni da **1 kg e 3 kg**



**ZOOMARK 2019**  
INTERNATIONAL

6 - 9 maggio - Bologna  
Stand n° B16 - Pad. 30

MANITOBA s.r.l. - San Giovanni in Croce (CR - Italy)

info@manitobasrl.com - www.manitobasrl.com -  Instagram manitobasrl

www.manitobasrl.com

# Vitakraft®



ZOOMARK 2019  
INTERNATIONAL  
Padiglione 29 | Stand C26

## Gli irresistibili snack!

Morbidi  
bocconcini

Snack  
liquidi

Gustosi  
mini stick

NEW!  
Fagottini ripieni  
con Superfood

NEW!  
Tenere delizie  
da dividere  
in tre



**Da Vitakraft, leader degli snack, i top di gamma per gatti!**

**Cat Yums:** morbidi bocconcini cotti al forno con un gustoso ripieno al formaggio.

**Liquid snack:** snack cremoso ideale da somministrare direttamente dalla mano o come appetizzante da aggiungere all'alimento secco.

**Cat-Stick:** lo stick più amato, con oltre il 95% di carne, minerali e vitamine.

**Crispy Crunch con Superfood:** croccanti fagottini senza cereali, con cremoso ripieno, arricchiti con ingredienti ricchi di nutrienti benefici, in due varianti:

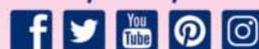
- **anatra e bacche di aronia** con antiossidanti che favoriscono la protezione delle cellule;
- **tacchino e semi di chia** con acidi grassi Omega 3 per una pelle sana e un bel pelo;

**Triggles:** snack cotto al forno, saporito e morbido, da spezzare in tre. Due le varianti: con saporito tacchino e con delizioso merluzzo nero da pesca sostenibile certificata MSC.

# Vitakraft®

Chi ama gli animali  
sceglie Vitakraft

Scopri di più!



vitakraft.it