

Il caso

PER SAPERNE DI PIÙ
Altre notizie e immagini
sul sito torino.repubblica.it

Cani e gatti vegani adesso a Torino c'è una bottega anche per loro

Aperte gastronomie di cibi freschi
E spuntano pure i primi ristoranti
dove i pet mangiano con i proprietari

ERICA DI BLASI

NELLA CITTÀ più pet friendly d'Italia è ormai un moltiplicarsi di negozi dedicati a cani e gatti. Ci sono bar con menù sia per il padrone che per l'amico quattro zampe, gastronomie che preparano cibo fresco e store di linee vegetariane e persino vegane. A fare da apripista sono stati gli ormai storici "MiaGola Cafè", nell'area pedonale di via Amendola, dove si può sorvegliare un the circondati da tanti micini in carne e ossa. Sulla stessa linea il Neko Cafè, in zona Vanchiglia, dove tutti i proventi vengono reinvestiti in un progetto per aiutare i gatti abbandonati. Ed ecco che per "par condicio", in corso Francia 131, è nato il "Bau Bar", il primo bar per cani in Italia. L'idea l'hanno avuta Cinza e Marco Nuzzi. Il locale offre menù personalizzati per gli amici quattro zampe: oltre alla pappa, ci sono tanti snack naturali, gustosi e anallergici. A Parigi e



FEEDOG
È la prima gastronomia per animali dove si trovano cibi già preparati

puntato sui prodotti "cruelty free" e ha commercializzato le prime linee di cibo vegano e vegetariano per cani e gatti. I clienti non mancano e tutti i prodotti, dalle cucce alle palline, fino agli shampoo, non sono stati testati sugli animali.

La dieta senza carne è per lo più prevista per i cani. Non così consigliata per i gatti. Spesso però, per ragioni mediche, non è ben vista dai nutrizionisti. "Le

diete vegetariane o vegane - spiega Luca Ferrero, veterinario da oltre 20 anni, con uno studio in centro a Torino - sono fuori luogo. Si tratta di animali predatori carnivori e privarli delle proteine animali è una cosa contro natura. Il discorso vale sia per il cane, che è sì onnivoro, ma ha una dentatura più da carnivoro, che a maggior ragione per il gatto che è un carnivoro in senso stretto". Qualche pie-

ta vegetariana c'è anche da "Feedog & Co", in via San Francesco da Paola 9, ma non per i micini. Dietro l'insegna, si cela la prima gastronomia per animali. Niente scatolette, ma pasti completi preparati giornalmente tramite cottura sottovuoto, senza additivi o conservanti. «A darmi l'idea è stata mia mamma - racconta Domenico Motta da dietro il bancone - che si preoccupa di cucinare

per i nostri due cani e gatti. In molti però non ne hanno il tempo». Il locale fa anche da ristorante: i piccoli amici possono infatti consumare il cibo direttamente in negozio. Il servizio prevede anche consegne a domicilio, diete personalizzate e pietanze su ordinazione. Tutti i pasti sono studiati attentamente con dei nutrizionisti del dipartimento di Scienze Veterinarie dell'Università di Torino.

«Quando si presenta un nuovo cliente - aggiunge il titolare - ci preoccupiamo di raccogliere tutte le informazioni per servirlo al meglio: eventuali intolleranze, età, ore di moto giornaliere e altre abitudini particolari». I prezzi variano dai 7 euro al chilo per il pollo ai 32 per quaglie o salmone. Non resta che augurare buon appetito al vostro piccolo amico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I veterinari però sconsigliano diete prive di carne o pesce in particolare per i felini

a Londra già esistono i café "dog-welcome", adesso anche a Torino. Il menù canino propone cibo sia secco che umido, selezionato più che per la marca, per la qualità.

Dai locali ai negozi, che tendono a diversificarsi sempre di più. In una città che conta ormai una popolazione di oltre 86mila cani e un trend in continua crescita, si cerca di conquistare il cliente offrendo qualcosa che gli altri non hanno. L'Animagus, in via Volvera 17, ha

L'INTERVISTA/MARIANGELA OLEMANNI GESTISCE UN NEGOZIO SPECIALIZZATO

"I vegetariani intransigenti? Per ora uno su dieci"



VEGANA
Mariangela Olemanni

«UN BUON dieci per cento sceglie di nutrire il proprio amico con prodotti vegani». Mariangela Olemanni ha fatto nascere "Animagus", che oltre a essere il primo negozio per animali del tutto "cruelty free", vende anche 3 diverse marche di cibo per cani e gatti vegani.

Che tipo di prodotti vendete?

«Un po' di tutto, dalle crocchette all'umido, fino ai premietti. Questi ultimi sono bastoncini vegetali a base di mais, ma per i micetti non vanno bene. Il negozio offre poi tutta una serie di servizi particolari, come la toelettatura con shampoo cruelty free».

Per il cibo veg avete tante richieste?

«Non tantissime a dire il vero. I padroni

vegani che impongono la stessa dieta al loro animale da compagnia non sono molti. Senza contare che ci possono essere diverse ragioni, come cani e gatti intolleranti a un determinato alimento, per decidere di nutrirla con i prodotti vegani. In questo caso però sono integrati da carne fresca, selezionata e cucinata a casa. Per gli amici che hanno problemi ai denti è invece indicata la linea vegana umida a base di legumi. Ogni storia è insomma a sé».

Non ci sono controindicazioni per cani e gatti?

«Bisogna fare una premessa. Quando arriva qui in negozio qualcuno che vuole iniziare per il suo amico una dieta vegana, sia-

mo noi i primi a informarci sulle condizioni di salute dell'animale. Ci sono fattori, come l'età, eventuali problemi ai reni, che rappresentano un ostacolo a eliminare del tutto la carne. Per il gatto poi bisogna fare un discorso a parte».

Ovvero?

«Trattandosi di un carnivoro puro, è sempre meglio fargli mangiare almeno del pesce. Ecco, la cosa che ci preme di più, guardando ai nostri clienti, è la salute degli animali. Se c'è qualche controindicazione siamo i primi a sconsigliare di cambiare alimentazione al cane o al gatto di turno. Il rispetto per loro per noi è fondamentale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PRESIDENT'S PICKS

La cultura genera ricchezza: per Torino è 9 per cento del Pil

<SEGUE DALLA PRIMA PAGINA
PATRIZIA ASPRONI

SONO di questi giorni le elaborazioni del Cnr raccolte nel XX Rapporto sul Turismo Culturale in Italia che riporta un trend di crescita nel decennio del 32,8% sul mercato internazionale e un contributo del settore turistico al Pil dell'11,8%. In contemporanea, il Rapporto annuale di Symbola sulle Industrie Culturali e Creative informa che il settore produce il 6,1% della ricchezza nazionale, per un valore assoluto di quasi 90 miliardi e un indotto di altri 160. Totale, quasi 250 miliardi dalla filiera culturale. Da entrambe le fonti, per inci-



LE CODE

Una delle tante code davanti al museo Egizio di Torino. Molti studi dimostrano che oggi la cultura e il turismo culturale generano ricchezza e posti di lavoro nei territori che puntano su questo settore

so, notizie che non è possibile trascurare per il nostro territorio: a Torino il 9,1% della ricchezza è prodotta dal settore culturale e creativo, e occupa

E il Piemonte è la terza regione d'Italia per valore aggiunto generato da questo settore

una persona su dieci, solo dopo Roma e Milano. Il Piemonte, poi, è la terza regione per valore aggiunto e quarta per occupazione generati dal sistema.

Ma la chiave di lettura non è solo quantitativa. Il fatto, certi-

ficato anche da un studio di Ernst & Young, è che lo sviluppo delle industrie culturali e creative (ICC) sta mutando anche il profilo di chi viaggia, e le sue motivazioni. I giovani Erasmus, per esempio (remain voters in UK e testimoni di una completa introiezione del concetto no-borders insito della nuova globalizzazione), sono studenti ma anche visitatori; i creative workers sono sempre di più viaggiatori alla scoperta di culture locali che ne influenzano formazione e talento. Non esiste più solo una domanda massificata, ma le peculiarità vengono cercate e valorizzate come fattori di qualità. Ragione in più per cui la profilazione attraverso il Da-

ta mining diventa cruciale per l'articolazione dell'offerta, a fronte di un approccio generalista destinato ad un'efficacia sempre più ridotta.

Da parte nostra, possiamo dire di trovarci ad un buon inizio: se Torino e il Piemonte sono indicate dal New York Times tra le mete da visitare è proprio perché questo mutamento nell'offerta è iniziato da tempo e sta già raccogliendo i frutti, mostrando al mondo il volto e la capacità di un territorio che non presta se stesso al morde e fugge del turismo di massa ma, più di tutto, attraverso il suo genius loci ispira ed accoglie. Ed invita a tornare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA