

Zampötta®

LA RIVISTA LEADER PER I NEGOZIANTI DI PRODOTTI PER ANIMALI



VIMAX
Pet Trade Service

Un percorso tra innovazione ed eleganza, attraverso la Milano della moda, simbolo di continua trasformazione che, come Record, conserva un cuore di cultura e gusto italiano.

Cappottini

Cappottini impermeabili

Felpe

Maglioncini

Magliette

Christmas wear



Fi
MIL



||| SHION

LANO



Scopri la nuova collezione sul sito,
oppure contatta il tuo agente di zona.



e le mode firmate Record!



www.recordit.com

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

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**



MADE IN ITALY



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 - www.camon.it

Non abbiamo segreti!

La qualità
prima di tutto.



Monge[®]

Il pet food che parla chiaro

Scopri Monge Natural Superpremium.
I croccantini con la carne come 1° ingrediente,
senza coloranti e conservanti artificiali.

SOLO NEI MIGLIORI PET SHOP E NEGOZI SPECIALIZZATI.



MADE IN ITALY NO CRUELTY TEST NO OGM

MONGE
La famiglia italiana del pet food

Editoriale



Cristina Mandaglio
Direttore Editoriale
Editor in chief

Il budget, questo sconosciuto...

È - o dovrebbe essere - uno strumento di previsione economica per tutti gli imprenditori, dal piccolo negozio alla grande azienda.

Ma è proprio così? Siamo sicuri di conoscere bene i numeri che contano per la nostra impresa?

Proviamo insieme a capire perché essere imprenditori oggi, a qualsiasi livello, significa necessariamente avere dimestichezza con lo strumento del budget per focalizzare meglio la nostra attività e quindi per operare in modo vincente.

L'alternativa è bruciare la propria liquidità con scelte poco efficaci, se non addirittura sconclusionate, perché non collegate alle dinamiche dell'azienda descritte dai numeri che contano.

Si tratta di concetti base fondamentali per tutti i negozi e i nostri lettori ormai da mesi possono trovare un valido aiuto in tal senso nella rubrica *Economia & Finanza* - a pag. 58-59 di questo numero trattiamo nello specifico di pianificazione finanziaria - curata da una firma autorevole, Giuseppe Di Domenico, esperto di numeri e appassionato di finanza, un uomo che ha rinunciato alla carriera di manager strapagato per perseguire il proprio sogno di salvare le piccole e medie imprese italiane dal fallimento, fondando uno studio di professionisti specializzato nella gestione dei debiti aziendali. Mese dopo mese sta analizzando i problemi più comuni che il negozio si può trovare ad affrontare in questo ambito, suggerendo preziosi consigli e strategie.

E torniamo quindi al cuore dell'argomento, il budget.

Cosa ci permette di fare il budget? Principalmente due cose: programmare l'attività e controllarla.

Programmare l'attività significa definire le priorità dell'azienda o del negozio e di conseguenza distribuire le risorse in modo logico e razionale.

Controllare l'attività significa capire per quali motivi si determinano degli scostamenti fra costi e ricavi previsti e quelli che invece si hanno realmente nell'attività economica.

Quindi il budget è lo strumento che consente di agire in modo consapevole senza improvvisare la propria attività grazie a tre azioni.

Permette di avere visione dell'impatto delle decisioni che l'imprenditore assume sul suo conto economico.

Aiuta a verificare periodicamente l'andamento aziendale con quello previsionale e quindi a capire le ragioni delle eventuali differenze.

Ma soprattutto consente di agire per tempo nel caso di criticità aziendali che il budget, anche in fase previsionale, è in grado di segnalare.

Il mio consiglio quindi è quello di andarvi a leggere *Economia & Finanza* e le altre rubriche di *Zampotta* ugualmente dedicate ad argomenti di attualità per gestire al meglio aziende e negozi, in modo da incrementare visibilità e vendibilità dei prodotti.

Senza dimenticare che per dare valore all'attività è basilare aggiornarsi, ragione per cui su questo numero troverete una serie di articoli dedicati all'ultima edizione di *Zoomark International*, ai trend emersi in fiera e alle tante novità del settore.

Perché *Zampotta* è sempre dalla vostra parte. Buona lettura!

sommario

zampotta

anno III

luglio/agosto 2019



speciale zoomark

- 70 Segnali positivi
- 72 Eventi in fiera
- 76 Novità a quattro zampe
- 84 Trend e linee guida nel mondo dell'acquariofilia
- 88 British Pavilion: tutto ok
- 90 Zampotta a Zoomark

rubriche

- 5 editoriale
- 8 notizie brevi
- 22 marketing & comunicazione
- 30 l'oasi del fisco
- 40 team out
- 50 la voce di...
- 58 economia & finanza
- 62 video marketing
- 92-94 il negozio del mese
- 98 pet app
- 102 i mastini della pubblicità
- 112 bacheca
- 115 appuntamenti
- 116 contatti
- 120 inserzionisti

copertina

- 10 Il futuro è già qui (*Rinaldo Franco*)

cani&gatti

- 26 Quando il caldo rende più sensibili (*Rebo*)
- 28 Pasta, che passione (*Farm Company*)
- 34 Liberi dalle allergie (*Monge*)
- 36 Si usa e si getta (*Ecopetbox*)
- 38 Nutrirsi bene per vivere felici (*Mister Pet*)
- 44 Tracciabilità, innovazione e specificità (*Zodiaco*)
- 46 Creare il punto vendita vincente (*StoreDesign/Masidef*)
- 67 A prova di baffi (*Vitakraft*)
- 78 Serico, ondulato e folto (*Italsystem*)
- 52 Mangiare meglio per vivere meglio (*Disegna Group*)
- 56 Il meglio di scienza e natura (*Purina*)
- 66 Un problema di stagione di *C. Papeschi e L. Sartini*
- 68 Con latte di yak (*Highland Dog Chews*)

fiere&marketing

- 16 Il veterinario professionista di riferimento (*Rapporto Assalco/Zoomark*)
- 20 Un mercato in crescita (*5th Pet Supplies Exhibition*)
- 61 Competenza, valore aggiunto (*Zampotta TV*)

acquari&co.

- 108 Tropicali... ma non troppo di *L. Di Tizio*
- 110 Tilapie, dai Vangeli all'acquario di *A. Mancini*

altri animali

- 96 La tradizione continua (*MPS 2*)
- 99 Il sapore di un prato in fiore (*Pineta Zootecnici*)
- 100 Il coniglio all'aperto di *C. Papeschi e L. Sartini*

uccelli

- 106 Socializzare con i cacatua di *G. Ravazzi*



Adragna

PET FOOD

PRESENTA



FUNCTIONAL SUPER PREMIUM PETFOOD

La Sicilia nella Ciotola

WWW.ADRAGNA.IT

[f](#) [i](#) [t](#) [w](#) ADRAGNA PET FOOD

notizie brevi

IN UNGHERIA IL CAMPIONATO DEL MONDO DI DOG PULLER

Il 7 e l'8 settembre la città di Sopron, in Ungheria, ospiterà la seconda edizione del Campionato del mondo di Dog Puller, il noto gioco interattivo per cani prodotto da Collar. La prima edizione si era svolta nel 2018 e aveva contato la partecipazione di oltre 70 coppie di atleti



provenienti da Corea del Sud, Portogallo, Ucraina, Repubblica Ceca, Ungheria, Slovacchia e Russia. I partecipanti si sfideranno in due categorie: Puller running e Puller jumping. Il Dog Puller è nato nel 2012 ed è basato su una serie di esercizi di salto e corsa. Rispetto ad altri sport cinofili l'aspetto positivo è che qualsiasi cane ci si può cimentare, dai toy ai giganti, poiché non richiede attrezzature o addestramenti speciali. Tuttavia il Dog Puller ha le sue regole, la divisione in categorie e un sistema per il calcolo dei

punti. E, naturalmente, i suoi campioni: lo scorso anno la border collie Ivy è riuscita a eseguire ben 116 salti afferrando il Puller. Per partecipare è necessario entrare nella classifica nazionale. Nei Paesi che non hanno una Federazione Nazionale, gli interessati possono contattare direttamente il capo della Federazione internazionale di Dog Puller, Varvara Petrenko. **Info:** <https://dogpuller.com>, public@collar.ua

AL CINEMA CON MONGE

Per i clienti del pet shop, in occasione dell'uscita nelle sale del film "PETS 2 - Vita da animali", fino al 14 novembre 2019 Monge lancia un concorso con tanti premi in palio. Partecipare è semplice! Basta acquistare un prodotto della linea Monge Superpremium o della linea Excellence e seguire le istruzioni riportate sul sito www.mongepets2.it. Ogni giorno ci sono in palio quattro buoni cinema per la visione di PETS 2 - Vita da animali, 2 gadget PETS e 10 buoni sconto per prodotti Monge Superpremium ed Excellence. E poi una super estrazione finale con 35 forniture di prodotti Monge Superpremium ed Excellence per un valore complessivo di 8.500 €. **Info:** www.mongepets2.it



CAMPAGNA ANTIPARASSITI, IL FONDO AMICI DI PACO A FIANCO DEI RIFUGI

Per il diciassettesimo anno il Fondo Amici di Paco è impegnato nella Campagna Antiparassiti, l'iniziativa più importante promossa dall'associazione per aiutare canili e gattili ad affrontare più serenamente la stagione calda, mantenere in salute i loro ospiti e favorirne le adozioni.

"L'acquisto dei prodotti antiparassitari rappresenta per i rifugi una spesa addirittura superiore a quella per cibo e vaccinazioni", spiega Diana Lanciotti, pubblicitaria, giornalista scrittrice e fondatrice del Fondo Amici di Paco. "La profilassi antiparassitaria, necessaria per i cani e i gatti di casa, è ancora più necessaria dove c'è un'alta concentrazione di animali e il rischio di infestazione è maggiore. È perciò fondamentale trattarli con prodotti efficaci, per mantenerli in salute ed evitare la diffusione di malattie anche gravi. La Campagna Antiparassiti diventa uno strumento cruciale per favorire le adozioni in quanto, come non mi stancherò mai di ricordare, un cane e un gatto sani sono più facilmente adottabili. Finora sono già state inviate migliaia di prodotti antiparassitari, ma la raccolta fondi non è finita, perché ci sono ancora tante richieste da soddisfare e le disponibilità sono esaurite". **Info:** www.amici dipaco.it



UNA ZAMPA IN FAMIGLIA DIVENTA UN SITO WEB

Dal successo dell'iniziativa sostenuta da MSD Animal Health "Una Zampa in famiglia", che da gennaio ha percorso tutta Italia toccando più di 200 scuole primarie grazie al contributo di oltre 200 Medici Veterinari ANMVI, nasce www.unazampainfamiglia.it, il sito web pensato per amplificare il progetto e raggiungere tutti i bambini d'Italia e le loro famiglie. Dal sito è possibile scaricare alcuni materiali divertenti pensati per i più piccoli, da guardare con mamma e papà, come i consigli di Mimì dedicati a come prendersi cura di un gatto, i consigli di Zampa dedicati al cane e un quaderno di giochi didattici con tutti i protagonisti della storia. Facilmente fruibile e dal design semplice e intuitivo, [Unazampainfamiglia.it](http://www.unazampainfamiglia.it) è ideato in primo luogo

per i bambini ma anche per i genitori: uno strumento divertente, digitale e interattivo per insegnare attraverso il gioco come si accoglie in casa un nuovo amico a quattro zampe.

"Supportare il progetto Una Zampa in Famiglia di ANMVI significa continuare a sostenere lo sviluppo di una cultura responsabile sul territorio" - dichiara Paolo Sani, Amministratore delegato di MSD Animal Health - "Il focus del progetto è la famiglia: Zampa rappresenta a tutti gli effetti 'uno di casa' e in tal senso è fondamentale sensibilizzare le famiglie che hanno già un amico a quattro zampe (o hanno intenzione di introdurlo nel proprio nucleo) sull'importanza delle attenzioni, delle cure e delle prevenzioni a lui dovute e dedicate". **Info:** www.unazampainfamiglia.it

UFFICI SEMPRE PIÙ PET-FRIENDLY CON PETS AT WORK ALLIANCE

Dal mese di giugno Zoetis Italia, azienda romana specializzata in salute animale, è entrata nella Pets at Work Alliance di Purina, il progetto che mira a riunire imprese e organizzazioni in tutta Europa supportandole nel processo di trasformazione degli ambienti di lavoro in luoghi pet-friendly.

"Siamo lieti di poter accogliere Zoetis Italia nella Pets at Work Alliance" - ha commentato Marco Travaglia, Direttore Generale di Purina Sud Europa. "Il suo ingresso rappresenta un nuovo importante passo verso il grande obiettivo. Zoetis è la prima azienda farmaceutica animale, e la prima a Roma, a promuovere le iniziative della Pets at Work Alliance; questo conferma ancora una volta che stiamo andando verso la giusta direzione e che il welfare aziendale passa anche da questi progetti. È infatti sempre più evidente che i benefici per i dipendenti derivano anche dalla presenza dei cani in ufficio che non soltanto favoriscono la relazione tra colleghi ma migliorano la produttività e riducono lo stress".

"Crediamo fortemente nel legame unico e imprescindibile che si instaura tra un animale e il suo proprietario" - ha detto Carmelo Lombardo, Amministratore Delegato Zoetis Italia - "con Pets at Work Alliance vogliamo consentire ai nostri colleghi di rafforzare ulteriormente questo legame, permettendo loro di portare i propri beniamini sul posto di lavoro". **Info:** <https://www.purina.it/cani-in-ufficio>





Super Premium Dogfood

MADE IN ITALY

NEW



Dog Club si rinnova completamente, nei formati, nella gamma e nella veste grafica. Alimenti di altissima qualità con ingredienti selezionati per soddisfare tutte le esigenze nutrizionali dei nostri amici.

Ricette specifiche per tutte le età, dal cucciolo al cane maturo. Dog Club è attento anche alla taglia del cane con prodotti mirati sia per taglie Mini che Maxi.

Due formati, 12 e 2,5 kg ed una nuova composizione del sacco, migliorata in funzione della conservazione dell'alimento, rendono la nuova linea Dog Club pratica e ancora più attenta al benessere dei nostri amici cani.



Valpet srl - Via Marconi 4/2
Genarolo dell'Emilia (BO) Italia
Tel. (+39) 051 760349 Fax (+39) 051 6056448
www.valpet.it email: info@valpet.it

IL FUTURO È GIÀ QUI

DALLA NUOVA E STRATEGICA SEDE, TUTTE LE NOVITÀ DI PRODOTTO PRESENTATE
A ZOOMARK INTERNATIONAL PER IL MONDO DEGLI APPASSIONATI DI ANIMALI

Il 2019 è un anno di crescita per Rinaldo Franco spa, la storica società italiana del mercato pet care che a febbraio ha inaugurato la nuova sede a Trezzano sul Naviglio (MI) e a maggio ha presentato a Zoomark International il nuovo catalogo *Record*, ricco di novità.

Frutto di tanto lavoro, tanta passione e soprattutto dell'unione che ha sempre contraddistinto la famiglia Franco, la nuova sede si estende su una superficie di 13.000 metri quadri, pari a quattro volte quella vecchia, ed è collocata strategicamente in prossimità dello svincolo della Tangenziale Ovest di Milano.

CURA PER IL DETTAGLIO RICERCATO, ANCHE A ZOOMARK

Con uno stand tra i più ampi del salone, allestito con un'area dedicata alla toelettatura, Rinaldo Franco spa ha partecipato alla fiera di Bologna presentando molte novità, inserite nella nuova edizione del *Catalogo Record 2019/2020* con l'intera offerta di oltre 5.000 articoli del settore pet care.

La copertina riprende la tanto amata linea grafica *Record*, con il simbolo distintivo del logo dove vengono rappresentati tutti gli animali trattati dall'azienda. Sfogliando il nuovo catalogo si notano la grande cura per il dettaglio e la ricercatezza dei prodotti.

Ad affascinare e a stupire i visitatori dello stand Rinaldo Franco sono stati i tanti prodotti in mostra. Dettaglianti, grossisti e buyer hanno potuto toccare con mano le cuccette della linea *Home Design* esposte con tanti differenti esempi di arredi, i nuovi snack e i coloratissimi giochi che hanno arredato due grandi pareti, la cosmetica *Record* con il suo nuovo look e tanto altro ancora.



PET WORLD

THE FUTURE IS ALREADY HERE

From the new and strategic plant,
all product news unveiled
at Zoomark International to the world of pet lovers

2019 is a year of growth for Rinaldo Franco spa, the historic Italian pet care company. In February, the company inaugurated the new plant in Trezzano sul Naviglio (MI); in May, the company presented its new *Record* catalogue at Zoomark International.

The new plant is the result of commitment, passion and especially of the union of Franco family. The plant covers 13,000 square metres, four times bigger than the old plant. It is strategically located near Milan Tangenziale Ovest (orbital road) junction.

CARE FOR FINE DETAILS, ALSO AT ZOOMARK

One of the largest stands of the show, with an area dedicated to grooming: Rinaldo Franco spa took part in the Bologna exhibition presenting several news from *Record Catalogue 2019/2020*, with the whole offer of over 5,000 pet care products.

The cover of the catalogue recalls *Record* beloved graphics, with the logo portraying all animals served by the company. Care for details and exclusive products are clearly visible by leafing through the catalogue.

Visitors at Rinaldo Franco stand were amazed by the broad range of products on show. Wholesalers, retailers and buyers could touch *Home Design* beds with plenty of furnishing types, new treats and colourful toys available on two large walls, *Record* beauty products with renewed look and much more.

HOME DESIGN FOR EVERY STYLE

The pillow range from *Record* catalogue includes design products for cats and dogs, which suit various furnishing styles. Just leaf through the catalogue to see the solutions available for demanding pet lovers.

BED AGAINST VIRUS AND BACTERIA

Not only it is beautiful and comfortable, it also represents a real innovation in sanitification: innovative *Byacteria* bed by *Record* ensures constant protection from bacteria for pets and the family. The first and only sanitification system active 24/7. The fabric contains a molecule of titanium dioxide: thanks to sunlight, it is capable to remove over 99% of viruses, mould, bacteria and odours present in the environment. The antibacterial effect is unaltered after every wash.

MORE AND MORE NATURAL

New *BeNatural* litter with tofu completes the range of vegetable litter by *Cat&Rina* by Rinaldo Franco spa, which includes *Catigenica* paper litter and *WeVegetal* corn litter. 100% natural and biodegradable, *BeNatural* is light and easy to dispose of. It perfectly absorbs cat urine and creates solid clumps easy to remove: this allows lower product consumption. With less than 1% dust, it does not stick to cat paws and does not leave any trace.

BAMBOO, FRIEND OF THE ENVIRONMENT

Strong and resistant, *Bamboo Record* and *Cat&Rina* bowls are made of bamboo, cellulose fibre and a small percentage of melamine. The result is a higher degradation level compared to traditional plastic, which causes a lower environmental impact when the bowl is



HOME DESIGN PER OGNI STILE

All'interno del catalogo dedicato alla nuova cucina *Record*, sono stati inseriti elementi di design sia per cane che per gatto, adatti ai più svariati stili di arredamento.

Basta sfogliarlo per farsi un'idea di tutte le svariato soluzioni disponibili per soddisfare una clientela esigente e appassionata degli amici pet.

LA CUCCIA CONTRO VIRUS E BATTERI

Non è solo bella e comoda, ma rappresenta una vera e propria innovazione nell'ambito della sanificazione. L'innovativa cuccia *Byecteria* di *Record*, che garantisce una protezione dai batteri continua e costante per gli animali e per tutta la famiglia: è il primo e unico sistema di sanificazione attivo 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Nel tessuto viene infatti inserita una molecola di biossido di titanio che, grazie all'azione della luce del sole, è in grado di eliminare più del 99% di virus, muffe, batteri e odori presenti nell'ambiente in cui viene utilizzato. L'azione antibatterica rimane invariata dopo ogni lavaggio.



In continua crescita

Il nuovo stabile è stato acquistato e completamente ristrutturato sia esternamente che all'interno per un investimento complessivo di oltre 5 milioni di euro. A distanza di un paio d'anni dal 60mo anniversario dalla sua fondazione, nel lontano 1956, l'importante traguardo fa seguito alla forte crescita dell'azienda e consentirà di realizzare i nuovi progetti di sviluppo rafforzando la posizione della Rinaldo Franco spa sia in Italia che all'estero e migliorando il livello di servizio alla clientela.

Il sito riunisce in un unico polo l'area uffici per lo staff commerciale, il reparto grafico, un ampio show-room e le sale riunioni, e il vasto magazzino centrale di circa 5.600 mq, cuore pulsante della struttura, che ha permesso di riorganizzare l'operatività anche in considerazione del continuo incremento dei prodotti a catalogo, come quelli presentati in occasione di Zoomark International 2019.

Constant growth

The new building was completely refurbished, on the inside and on the outside, for a global investment of over 5 million Euros. A couple of years after its 60th anniversary since its foundation back in 1956, the goal reached is the result of the strong growth of the company and will help achieve new development goals. Rinaldo Franco spa will strengthen its position in Italy and abroad and it will improve its customer service.

The structure gathers in one place the office area for the commercial team, the graphic department, a broad show room and meeting rooms and the large central storehouse (5,600 m²). This helps improve the performances in view of the constant increase of products available, such as those presented at Zoomark 2019.



SEMPRE PIÙ NATURALI

La nuova lettiera al tofu *BeNatural* completa la gamma delle lettiere vegetali firmate *Cat&Rina* di Rinaldo Franco spa, composte dalla lettiera in carta *Catigienica* e da quella in puro mais *WeVegetal*. 100% naturale e biodegradabile, *BeNatural* è leggera e facile da smaltire, assorbe perfettamente gli odori e rimane fresca per lungo tempo. Grazie a un agglomerante naturale "fa la palla": è in grado di assorbire istantaneamente l'urina del gatto formando dei grumi solidi facili da rimuovere, così da garantire un minor consumo del prodotto. Con meno dell'1% di polvere, non si attacca alle zampine del gatto e non lascia tracce.



BAMBÙ, AMICO DELL'AMBIENTE

Robuste e resistenti, le ciotole *Bamboo Record* e *Cat&Rina* sono composte da bambù, fibra di cellulosa e una piccola percentuale di melamina. Il risultato? Un grado di degradazione superiore rispetto alla solita plastica, quindi minore impatto ambientale al momento dello smaltimento.

La melamina indurisce il materiale rendendo le ciotole molto resistenti agli urti e ai graffi. Sono dotate di gommini antiscivolo per migliorare l'aderenza sul piano.



Toelettatura, impegno per la formazione

Nella sua lunga storia nel settore pet, Rinaldo Franco spa si è distinta per la propria particolare attenzione al mondo della toelettatura e in questo ambito l'impegno e gli investimenti sono sempre più cospicui. Per questo l'azienda ha creato un team esperto di maestri toelettatori e organizza eventi di formazione per dare una corretta istruzione a chi vuole imparare questo fantastico lavoro.

Il programma ora si arricchisce con tante novità, fra cui un ciclo di incontri dedicato all'utilizzo delle forbici e una serie di lezioni della toelettatrice di fama internazionale Paola Acco dedicate alle tecniche dei rialzi, organizzate da Wahl con la partecipazione di Record come distributore esclusivo in Italia del marchio.

Il 2019 vede inoltre in programma due eventi speciali: uno si è già tenuto il 25 aprile a Bologna con la special guest Kitty Dekeersgieter dall'Olanda; l'altro - dedicato allo stripping e a cura di Paola Acco - è in programma il 27 ottobre. Per maggiori informazioni e iscrizioni: www.groominit.com - sezione eventi.

Grooming, training commitment

Rinaldo Franco spa always stood out for the special attention to the grooming sector. The commitment and investment in grooming are increasingly relevant. That is why the company created a team of expert master groomers and holds training events for those who want to learn this amazing job.

The schedule now includes plenty of news, including a series of conferences dedicated to scissors and classes held by internationally famous groomer Paola Acco on cutting-guide techniques, organized by Wahl with Record participation as brand exclusive distributor in Italy.

2 special events mark 2019: one has already been held, on 25th April in Bologna, with special guest Kitty Dekeersgieter from Holland; the other one, dedicated to stripping and held by Paola Acco, is scheduled on 27th October. For further information and registration: www.groominit.com - event section.

COSMETICA RECORD MODERNA E ACCATTIVANTE

Da sempre Rinaldo Franco spa dedica particolare attenzione al mondo della cosmetica, presentata a Zoomark International rinnovata con un packaging moderno e accattivante. Caratterizzata da una grande profondità di assortimento, la nuova linea cosmetica Record si divide in 7 macro-linee: *Bio*, *Manti*, *Oli naturali*, *Detersione purificante*, *Dolcezza*, *Ristrutturante anti-rottura*, *Profumi* e altri detergenti.



FASHION MILANO

Il nuovo Catalogo Fashion Milano propone la collezione di cappottini e maglioncini Record 2019/2020.

Ogni capo è caratterizzato da dettagli che lo impreziosiscono e dai colori della moda di quest'anno. Spiccano i bomberini *Baseball* in blu e fucsia, il *Parka*, la felpa *Writer* e la linea di maglioncini *Cocktail* - con i nomi dei cocktail più famosi - e *Influencer*, con gli hashtag più utilizzati.



IN ESCLUSIVA JULIUS-K9

A inizio maggio Rinaldo Franco spa ha definito l'accordo di esclusiva per la distribuzione in Italia del brand di pettorine per cani *Julius-K9*.

Grazie a questa importante partnership, Rinaldo Franco e Julius-K9 gestiranno insieme gli investimenti di marketing e comunicazione per sostenere la crescita del marchio sul mercato italiano.

Verranno inoltre ampliati gli assortimenti attualmente disponibili, con l'obiettivo di soddisfare maggiormente tutto il settore cinofilo. I distributori internazionali sono esclusi dall'accordo.

La fantastica squadra dei Mastergroomers

Pierluca Ramoni, Sarah Odette Genova, Luciana Boi, Francesco Colacicco, Andrea e Luca Presciutti, Ciro Coraggio, Erica Barberi e le new entry Matteo Autolitano, Nunzia Bettinelli e Vincenzo Carella: ecco il team dei Maestri Toelettatori Record. Sono tutti nomi di spicco del mondo della toelettatura, altamente preparati all'insegnamento, che hanno formato un gruppo unito e coeso con l'obiettivo di assicurare una formazione degna di nota a chi decide di intraprendere questa professione.

Ognuno di loro, durante l'anno, gestisce presso la propria toelettatura il corso base Mastergroomers, dedicato a chi vuole imparare i segreti del mestiere. Il corso ha la durata di 250 ore da svolgere in massimo 4 mesi, con orari e modalità concordabili con il Maestro Toelettatore di riferimento. Tutti i dettagli sul corso si trovano sul sito www.recordit.com e per seguire i numerosi eventi in programma ed essere sempre aggiornati sulle novità, basta iscriversi alla pagina Facebook "Master Groomers by Record".



The course lasts 250 hours within four months: students can agree how and when with their Master Groomer of reference. All details on the course are available on www.recordit.com. In order to be always updated on events and news, like Facebook "Master Groomers by Record" page.

Fantastic Mastergroomers team

Pierluca Ramoni, Sarah Odette Genova, Luciana Boi, Francesco Colacicco, Andrea and Luca Presciutti, Ciro Coraggio, Erica Barberi and new entry Matteo Autolitano, Nunzia Bettinelli and Vincenzo Carella: this is the team of Record Master Groomers. They are all famous groomers and grooming teachers that created a joint group: the goal is to provide a quality training for those who wish to learn this job.

Each of them, during the year, holds Mastergroomers course at their grooming centre: the course is dedicated to beginner groomers.

ECCELLENTI RISULTATI CON CHARME

Al suo secondo anno di vita, la linea *Charme* si conferma molto apprezzata da un numero crescente di toelettatori professionisti. Utilizzarla durante la toelettatura aiuta a ottenere dei risultati eccellenti, dimezzando i tempi di lavaggio e di asciugatura. Inoltre è sufficiente utilizzare una dose minima di prodotto, in quanto va diluito con acqua: un flacone dura circa il doppio della media degli shampoo e delle creme. Un utile consiglio è quello di visionare su YouTube la serie di video a cura di Paola Acco e Marta Negri che ne spiegano i vari utilizzi su pelo e razze diversi.

Charme è composta da 13 prodotti, tutti privi di parabeni, derivati del petrolio, solfiti, ftalati, cessori di formaldeide e derivati di origine animale. Vengono proposti sei prodotti da vasca, quattro condizionatori, tre profumi e una lacca per definire e modellare con naturalezza, aggiunta da poco a completare la linea. Tutti i prodotti sono completamente miscelabili tra loro in modo da poter far fronte a qualsiasi situazione si presenti in toelettatura, dalla malattia della pelle alla preparazione di un cane per un'esposizione.

disposed of. Melamine hardens the material: bowls are resistant to impacts or scratches. Moreover, non-slip rubber improve floor adherence.

RECORD BEAUTY PRODUCTS: MODERN AND CAPTIVATING
Rinaldo Franco spa always pays special attention to pet beauty products. The range was presented at Zoomark International with new modern and captivating packaging. New *Record* line of pet beauty products offers a wide range divided into 7 big lines: *Bio*, *Coats*, *Natural oils*, *Purifying cleaning*, *Gentle cleaning*, *Restoring no-break*, *Fragrances* and other detergents.

FASHION MILANO

The new *Fashion Milano Catalogue* features the new collection of 2019/2020 Record coats and sweaters. Each piece features precious details and trendy fashion colours. Among the most interesting products, there are blue and fuchsia *Baseball bombers*, *Parka*, *Writer* sweatshirt, *Cocktail* line of sweaters with cocktail popular names and *Influencer* line of sweaters, with the most popular hashtag.

JULIUS-K9 EXCLUSIVE

At the beginning of May, Rinaldo Franco spa signed the agreement for the exclusive distribution in Italy of *Julius-K* brand of dog harness. Thanks to the important partnership, Rinaldo Franco and Julius-K9 will manage together marketing and communication investments to support the brand's growth in Italy. The range available will be further broadened in order to meet the needs of the sector. International distributors are excluded from the agreement.

EXCELLENT RESULTS WITH CHARME

Charme line was born two years ago and it appreciated by a growing number of professional groomers. The line ensures excellent results during grooming, halving washing and drying times. Moreover, a minimum quantity of product is enough since it must be diluted with water: a bottle lasts nearly two time longer than the average of shampoos and creams. Useful tip: watch YouTube videos by Paola Acco and Marta Negri, who talk about the use on various types of fur and breeds.

Charme features 13 products free from parabens, mineral oil, sulphates, phthalates, formaldehyde donors and animal derivatives. The line includes six tank products, four conditioners, three fragrances and recently added air spray to safely define and model the fur. All products can be mixed in order to face any situation: from skin diseases to show preparation.





BAMBOO

fibra naturale di bamboo

sistema antiscivolo

lavabile in lavastoviglie



Visita il sito, scarica il nuovo catalogo e scopri la collezione completa!

Il veterinario, professionista di riferimento

DALLA SECONDA PUNTATA DELL'ANALISI DEL RAPPORTO ASSALCO-ZOOMARK 2019 EMERGE IL PROFILO DI UN PROPRIETARIO PET ATTENTO ALLA SALUTE DEL SUO AMICO ANIMALE



Che proprietari sono gli italiani? Quanto sono attenti alla salute dei propri amici animali? Oltre a restituire una fotografia degli animali d'affezione in Italia e del mercato pet, l'edizione 2019 del Rapporto Assalco-Zoomark ha indagato quanto gli italiani che hanno un animale in famiglia siano dei proprietari responsabili dei loro doveri sotto tutti i punti di vista, primo fra tutto quello della salute del loro amico peloso.

Il Rapporto Assalco-Zoomark 2019 sull'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia è realizzato dall'Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia (ASSALCO) per Zoomark International, in collaborazione con IRI Information Resources, la società di ricerche di mercato Doxa e l'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (ANMVI).

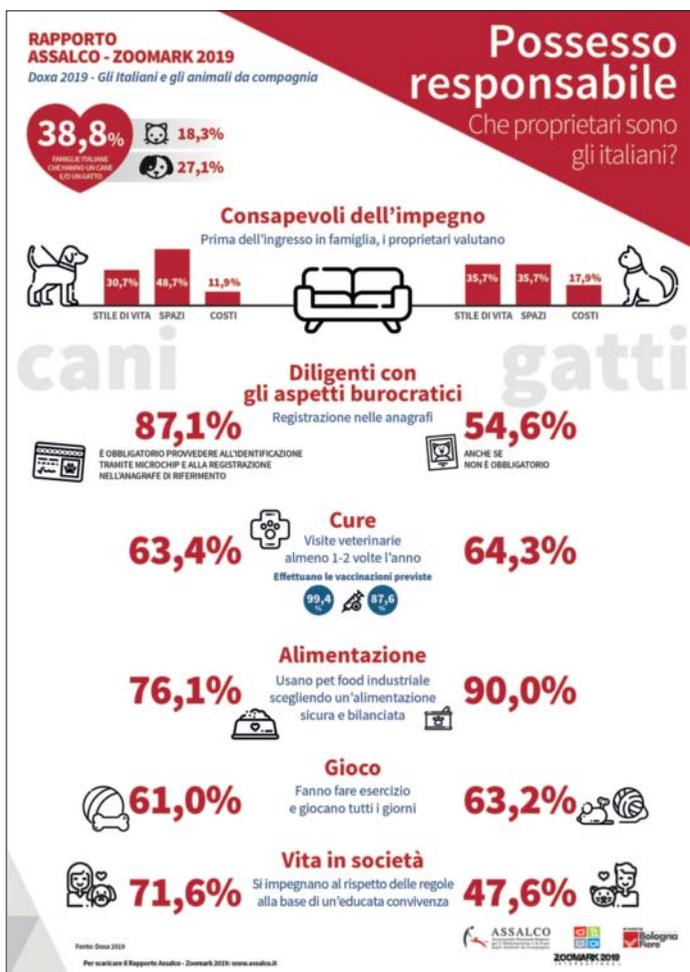
DAL VETERINARIO ALMENO UNA VOLTA ALL'ANNO

In Italia vivono 60.227.000 animali da compagnia che muovono un'industria da oltre 2 miliardi di euro. Un amore enormemente diffuso a cui corrisponde la consapevolezza che avere un animale da compagnia in famiglia implichi responsabilità e dedizione. Con i pet si condivide

un rapporto reciprocamente vantaggioso, è pertanto doveroso per un proprietario responsabile prendersene cura in maniera corretta, provvedendo all'educazione, salvaguardandone la salute e appagandone tutte le necessità: alimentazione, riparo, igiene, gioco, socialità ecc. A tale proposito, un ruolo centrale è svolto dal rapporto con il veterinario. Secondo il Rapporto Assalco-Zoomark che si avvale dei risultati di un'indagine Doxa, la totalità dei proprietari di cani (99,4%) dichiara di effettuare regolarmente le vaccinazioni previste, mentre dal veterinario generalmente si reca da una a due volte l'anno (63,4%) e più di tre volte all'anno (19,4%). Ma per gli italiani prendersi cura di salute e benessere dei propri pet non significa solo garantire le cure mediche. È decisamente alta la percentuale di chi fa fare esercizio o gioca tutti i giorni con il proprio cane (61%) o con il proprio gatto (63%). Anche più volte al giorno (11%).

IL PET FOOD: LA SCELTA DEI PROFESSIONISTI DELLA SALUTE

Quando si parla di salute e benessere, la cura dell'alimentazione è centrale. Non dimentichiamo che se oggi l'aspettativa di vita degli animali d'affezione è sensibilmente aumentata, lo si deve anche a un'alimentazione equilibrata, che il pet food e le diete specifiche per determinate patologie possono garantire. Se da un lato una dieta scorretta e abbondante può favorire l'insorgenza di alcune malattie, dall'altro un'alimentazione sana ed equilibrata può aiutare a prevenirle o a gestirle



nella maniera più efficace. Per i consigli sull'alimentazione, il proprietario pet si rivolge sempre più spesso al veterinario di fiducia in modo da individuare l'opzione migliore.

Secondo un'indagine ANMVI, l'86% dei veterinari vede nel pet food industriale una scelta premiante: un modo pratico per fornire ogni giorno pasti completi ed equilibrati; un obiettivo altrimenti difficile da raggiungere nella vita di oggi, banalmente perché significherebbe avere tempo e ingredienti sempre disponibili per attenersi a uno scrupoloso piano dietetico.

Il pet food prodotto e distribuito in Italia è sicuro e garantito, anche grazie al Piano Nazionale di controllo ufficiale sull'Alimentazione Animale (PNAA) del Ministero della Salute. Negli ultimi 3 anni a fronte di 833 campionamenti si rileva un tasso di conformità pari al 99%.

LA SCELTA PREFERITA ANCHE DAI PROPRIETARI

Il 76,1% dei cani e il 90% dei gatti viene nutrito con alimenti industriali e l'abitudine di lasciare al pet gli avanzi di pranzo o cena è fortunatamente limitata al 7,2% per i cani e a poco più del 2,4% per i gatti.

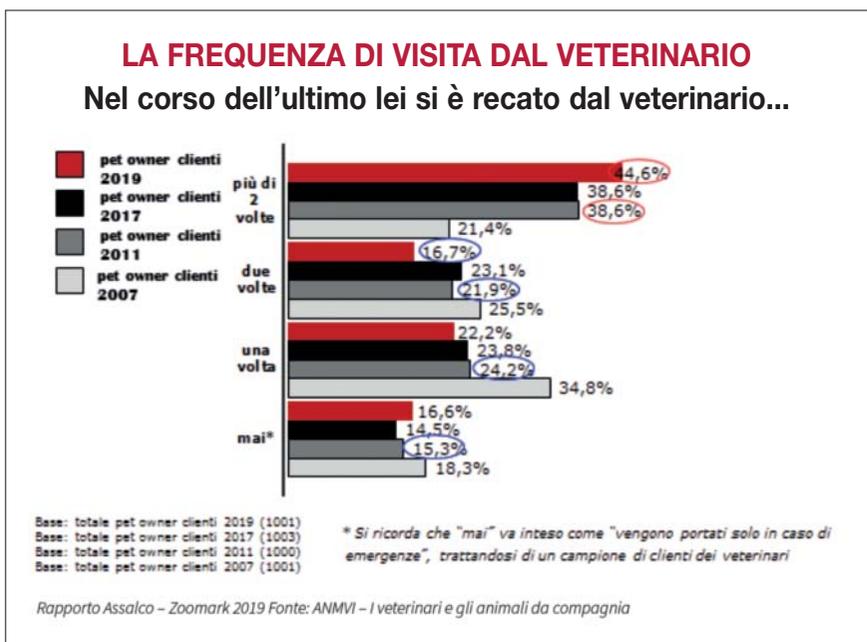
Il 13,4% dei proprietari prepara in casa i pasti per il proprio cane e il 5,5% per il gatto, ritenendo che fornire al proprio beniamino un'alimentazione preparata da loro sia un'idea accattivante: l'impegno dedicato all'acquisto, alla selezione manuale degli ingredienti e alla preparazione del pasto appare un buon modo di dimostrare l'amore per i propri animali.



IDENTIKIT DELLA CLIENTELA DEL VETERINARIO

Gli italiani (9 su 10) preferiscono avere un professionista di riferimento a cui affidare la cura dei loro animali.

Il tema del rapporto fra i proprietari pet e la salute dei loro animali è indagato da una ricerca condotta da ANMVI tra i proprietari di animali da compagnia che si rivolgono regolarmente ai veterinari per la cura dei loro animali, in pratica fra la clientela dei veterinari.



Il pet owner italiano sviluppa un legame di fidelizzazione molto stretto con il proprio veterinario: difficilmente lo cambia, nemmeno per le emergenze; cresce la frequenza media di visita dei pet; il giudizio medio è in generale ottimo, anche nei confronti dei professionisti a cui ci si rivolge occasionalmente; solo il 5% circa dei clienti dichiara di non seguire le indicazioni ricevute.

La scelta del veterinario è legata soprattutto al passaparola, alla vicinanza a casa e alla conoscenza personale. Il profilo di chi ha un veterinario di fiducia corrisponde a quello di un proprietario più consapevole, che si attiene alle regole, sulle quali viene certamente meglio informato

e di conseguenza responsabilizzato: dalla registrazione dei propri cani in anagrafe, all'interesse per l'utilità dell'iscrizione in un'anagrafe anche dei gatti, all'adozione di un'alimentazione mirata sulle esigenze dell'animale.

LA FIDUCIA È UNA COSA SERIA

L'immagine percepita del proprio veterinario di fiducia è innanzitutto quella di un professionista competente e serio, con doti relazionali sia nel rapporto con il proprietario, che con i suoi animali.

Il pet owner chiede consigli per tutte le problematiche riguardanti la salute e il benessere in relazione con l'alimentazione e le scelte d'acquisto, soprattutto per il pet food industriale e per gli antiparassitari esterni. La maggioranza segue le indicazioni dei veterinari con una fiducia stabile. Insomma, gli italiani appaiono per la maggior parte soddisfatti del rapporto con il loro professionista della salute pet. Chi possiede un cane, e spesso si tratta di famiglie con bambini, si rivela nel tempo il cliente con un rapporto più regolare con il veterinario; specialmente se ha anche dei gatti.

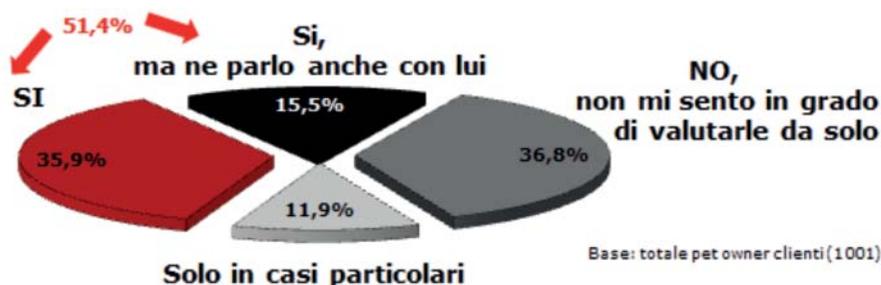
Invece i proprietari di piccoli animali manifestano comportamenti e atteggiamenti spesso differenti. Sono il target più irrequieto e critico, meno fidelizzato, maggiormente esperto nell'utilizzo del web e incline a cercare fonti d'informazione alternative.



Vivere con un pet:
tanto amore,
ma anche responsabilità

INTERNET E FONTI DI INFORMAZIONI

Ritiene utile cercare informazioni sui suoi animali ricorrendo a fonti diverse dal veterinario?



Rapporto Assalco - Zoomark 2019 Fonte: ANMVI - I veterinari e gli animali da compagnia

A PROPOSITO DI INTERNET

I proprietari pet sono diventati negli ultimi anni grandi utilizzatori di internet (si stima una quota pari al 64%) e questa dinamica ha avuto un impatto anche sul rapporto con il veterinario. Proprio come accade nel settore della salute umana, cercano soprattutto conferma nelle informazioni che trovano sul web alle diagnosi ricevute e confrontano le strutture e i professionisti, con la conseguenza che talvolta tendono a consultare un po' meno il professionista.

Il fenomeno esiste ed è un problema e una sfida che anche i veterinari debbono affrontare. Le basi per riuscirci ci sono. Va infatti considerato, rispetto ad altri settori, che per la valutazione del rapporto pet owner - veterinario emerge il quadro di una clientela più indipendente e critica di prima, ma in larghissima maggioranza molto soddisfatta delle prestazioni ricevute, della professionalità e dell'affidabilità riscontrate costantemente nel tempo.

COSTI DI MANTENIMENTO

VOCI DI SPESA	€ AL MESE*	€ ALL'ANNO*
ALIMENTAZIONE GATTO - DIETA DI MANTENIMENTO	22€	265€
SPESA VETERINARIE GATTO Visita annuale - Vaccini - Farmaci Veterinari	4,16€	50€
ALIMENTAZIONE CANE - DIETA DI MANTENIMENTO (variabile secondo il peso dell'animale)		
Animale sotto i 20 kg (taglia medio - piccola)	30€ (media tra 23€ taglia piccola e 37€ taglia media)	360€
Animale oltre i 20 kg (taglia grande)	48€	575€
SPESA VETERINARIE CANE** (indipendenti dal peso dell'animale)		
2 visite l'anno	17,5€	60€
Vaccini		60€ (valore ridotto se abbinato alle visite)
Antiparassitari		60€
Farmaci Veterinari		30€
Totale spese veterinarie cane		circa 210€

*Valori comprensivi di IVA al 22%

** Non si è volutamente menzionato il costo per microchippatura e registrazione in anagrafe canina (obbligo di legge)

Rapporto Assalco - Zoomark 2019 Fonte: ANMVI

COSTI DI MANTENIMENTO

Come già detto, gli oltre 60 milioni di animali da compagnia in Italia muovono un'industria che supera i 2 miliardi di euro. ANMVI ha stimato le voci di spesa indispensabili, o meglio "essenziali" per mantenere il cane o il gatto di famiglia in condizioni ottimali di salute e di benessere e garantire un'adeguata qualità di vita.

Le spese considerate riguardano l'alimentazione, la prevenzione e le visite veterinarie. Un gatto costa all'anno mediamente 265 euro per l'alimentazione (se si considera una dieta di mantenimento) e 50 in spese per la salute comprensive di visita annuale dal veterinario, vaccini e farmaci.

Un cane costa 210 euro per le spese per la salute, considerando due visite veterinarie annuali, vaccini, farmaci e antiparassitari. Il costo dell'alimentazione dipende dalla taglia e si stima in 360 euro per cani di taglia piccola e media e in 575 euro per cani di taglia grande.

Da segnalare che le spese veterinarie sostenute per i propri animali d'affezione sono detraibili sul modello 730 o sul modello Unico.

PET E ANZIANI, UN RAPPORTO SPECIALE

Sono sempre più numerosi gli animali d'affezione presenti nelle famiglie di anziani. Gli over 65 sono molto legati agli animali da compagnia, infatti oltre un anziano su due ne possiede almeno uno e il trend è in continua crescita. Secondo il rapporto Senior Italia FederAnziani su "Over 65 e Animali da Compagnia", la percentuale di proprietari di animali tra i senior è salita dal 39% al 55% tra il 2015 e il 2017.

Perché questa dinamica? Per il 68% degli anziani la compagnia del proprio animale influenza molto il benessere fisico e mentale. Avere un pet "costringe" al movimento (il 78% lo porta fuori ogni giorno) e incide quindi positivamente sulla salute fisica, ma anche sulla sfera psichica poiché mantiene attivi mentalmente, con maggior stima di sé stessi e minor incidenza di depressione.

Da un'analisi della letteratura scientifica internazionale condotta dal Centro Studi Senior Italia emerge che i possessori di cani hanno il 57% di probabilità in più di svolgere attività fisica rispetto a chi non ne ha. I senior >65 anni che possiedono un cane sono più in forma, tanto da dimostrare biologicamente 10 anni di meno. E tutto questo, grazie ai nostri amici animali.

Pet e senior



55%

OVER 65 IN ITALIA HA 1 PET

Fonti:
Euromonitor 2018; Doxa 2019; Anmvi 2019;
Senioritalia - FederAnziani 2017

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





UN MERCATO IN CRESCITA

IN IRAN IL PET MARKET SI RITROVA A TEHRAN IN OCCASIONE DELLA FIERA DI SETTORE CHE RIUNISCE TUTTI I PRINCIPALI PRODUTTORI

L'Iran rappresenta oggi per il settore pet uno dei mercati in via di sviluppo. Riveste quindi particolare interesse la fiera dedicata agli animali da compagnia in programma dal 30 luglio al 2 agosto a Teheran. La quinta edizione della manifestazione è organizzata dalla società Hami Gostar Heyvanat, già presente sullo scenario internazionale grazie alla collaborazione con altre fiere di settore, fra cui Zoomark International, a cui ha partecipato con uno stand per la prima volta lo scorso mese di maggio.

PICCOLO MA DINAMICO

Il pet market iraniano è un mercato ancora di piccole dimensioni rispetto ad altri mercati più sviluppati, ma sta crescendo velocemente e la maggior parte dei brand internazionali è rappresentata in Iran da agenti professionisti.



In occasione della quinta edizione di *Pet Products Supplier Exhibition*, Hami Gostar Heyvanat prevede di ospitare la maggior parte dei produttori iraniani, perché possano confrontarsi con la produzione straniera. Le aziende straniere potranno trarre dei vantaggi dalla propria presenza a Teheran poiché i produttori iraniani possono realizzare articoli di alta qualità a prezzi ridotti, grazie alle materie prime e alla manodopera a basso costo.

KABOOK MAGAZINE A SERVIZIO DEL MONDO PET



La società Hami Gostar Heyvanat pubblica inoltre *Kabook Magazine*, che funge da ponte tra produttori, importatori di alimenti per animali domestici, allevatori e coltivatori. La rivista insegna come comportarsi e comunicare correttamente con gli animali da compagnia ed è divisa in

diverse sezioni che spaziano fra vari argomenti: importatori e produttori di pet food, allevatori, negozianti, cliniche e ospedali veterinari, pesci, cavalli, rifugi, associazioni e media.

Kabook Magazine, pubblicata ogni tre mesi all'inizio di ogni stagione sia in versione cartacea che online, viene inviata gratuitamente in tutto l'Iran e nel mondo, anche nella versione E-book scaricabile tramite download. (A.B.)

INTERNATIONAL EXHIBITIONS

A GROWING MARKET

The Iranian pet market meets at Teheran for the pet show gathering leading manufacturers

Iran is a developing market as far as the pet sector is concerned: that is why there is great interest towards the pet exhibition scheduled on 30 July - 2 August in Teheran. Hami Gostar Heyvanat organizes the exhibition for the fifth time. The company is already present on the international scenario thanks to the collaboration with other pet exhibitions. The company took part in Zoomark International for the first time with a stand last May.

SMALL BUT DYNAMIC

The Iranian pet market is smaller compared to other markets in Iran. However, it is growing fast and most global brands have professional agents in Iran.

For the fifth *Pet Products Supplier Exhibition*, Hami Gostar Heyvanat aims at hosting most Iranian producers, since they can compete with foreign companies.

This is advantageous for foreign companies as well, since Iranian producers can produce high quality production with low-cost price due to low-cost raw materials as well as low-cost labour in Iran.

KABOOK MAGAZINE AT THE SERVICE OF THE PET SECTOR

Hami Gostar Heyvanat also publishes *Kabook Magazine*, a bridge between producers, importers of petfood, breeders and farmers. The magazine explains how humans can correctly communicate with humans. This magazine contains several distinct sections dealing with: introducing pet food importers and manufacturers, breeders, introducing pet shops, clinics and veterinary hospitals, fishes, horses, shelters and supportive centres and media.

Kabook Magazine is published every three months at the beginning of the season. It is available as paper and online magazine: its online version is sent to all parts of Iran and around the world.

The magazine is free and it is also available as eBook for download.



5th

Pet Supplies Exhibition

30 July - 2 August
B Hall - Milad Tower - Tehran - Iran

پنجمین نمایشگاه ملزومات دام کوچک

۸ تا ۱۱ مرداد ماه ۹۸
سایت نمایشگاه برج میلاد تهران



برگزار کننده
حامی گستر حیوانات
www.Hamigoostar.com



marketing & comunicazione

di Cristina Mandaglio



Cristina Mandaglio
Direttore editoriale
Zampotta

ESSERE IMPRENDITORE OGGI. CHE IMPRESA!

Nei giorni scorsi mi è capitato di leggere una statistica pubblicata su un quotidiano. Su 80.000 imprenditori che ogni anno in Italia affrontano la successione generazionale, appena un quarto supera il primo passaggio, il 14% non supera il secondo, mentre al terzo rimane in piedi solo il 5% delle imprese.

Ma perché oggi è così difficile fare impresa? È vero che l'attuale generazione degli imprenditori sta chiudendo le aziende (avviate talvolta dai nonni) a causa della propria incapacità e dalla scarsa competenza?

No! Credo che questa affermazione sia assolutamente falsa e soprattutto ingenerosa. Perché? Forse è vero che le aziende di terza generazione rischiano di chiudere. Ma non (o non solo) per incompetenza, ma perché gli imprenditori del ventunesimo secolo affrontano una sfida più difficile di quelli precedenti.

LA COMPLESSITÀ DEL FARE IMPRESA OGGI

Negli anni successivi al dopoguerra, quando mancava tutto, bastava aprire un'attività, fare qualcosa di nuovo, lavorare bene e farlo sapere in giro per vedere arrivare valanghe di acquirenti.

Erano anni in cui era facile fare impresa e fare business, un periodo d'oro in cui bastava un pizzico di intraprendenza per arrivare a produrre uno dei tanti prodotti di cui il mercato nazionale aveva bisogno. Il mercato interno, infatti, era affamato di tutto.

È stato così per decenni e ha funzionato benissimo. Ora non più. Perché le condizioni favorevoli di quei tempi non le ritroviamo nei mercati di oggi. Quei tempi d'oro, con i loro presupposti di mercato, non torneranno più.

Oggi l'imprenditore - ma lo stesso discorso vale anche per il negoziante - si trova a lavorare in un contesto di alta complessità e concorrenza con mercati dalle caratteristiche profondamente cambiate, in un mondo globalizzato in cui il cambiamento è continuo anche per ragioni tecnologiche, con internet che fa viaggiare le informazioni in pochi secondi mentre la logistica e i trasporti spostano persone e merci in tempi brevissimi.

Oggi l'imprenditore di successo è colui che riesce a cogliere le opportunità che fornisce il mercato conducendo con mano salda la propria impresa sul percorso del cambiamento.

REAGIRE AL CAMBIAMENTO E SFRUTTARLO COME OPPORTUNITÀ

Non si può certo dire, in generale, che manchi la buona volontà, talvolta ci sono anche le idee, i soldi non sempre sono la vera difficoltà e anche la crisi, spesso, è più una scusa che un problema reale.

Quindi cosa manca ai negozi e alle piccole e medie imprese italiane per raggiungere il successo sul mercato?

Parfrasando l'economista Peter Drucker, oggi l'imprenditore deve cercare sempre di cambiare, reagire al cambiamento e sfruttarlo come opportunità.





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



BATTI UN 5 ...PER 1000

DONA IL TUO 5X1000 A ENPA



E SCRIVI UNA STORIA A LIETO FINE

CODICE FISCALE

80116050586

PER DONARE IL TUO 5X1000 A ENPA INSERISCI IL CODICE FISCALE **80116050586** NELLA CASELLA **"SOSTEGNO DEL VOLONTARIATO E DELLE ALTRE ORGANIZZAZIONI NON LUCRATIVE DI UTILITÀ SOCIALE, ETC"** INSIEME ALLA TUA FIRMA.



WWW.ENPA.IT

Essere un imprenditore del XXI secolo significa avere la visione d'insieme della propria attività economica e la capacità di presidiare tante funzioni profondamente differenti tra di loro.

Non basta l'impegno, occorre acquisire quelle conoscenze e quegli strumenti di gestione aziendale che oggi sono maggiormente indispensabili rispetto al passato.



OBIETTIVI, PERSONE, COMPETENZE

Per il successo aziendale fondamentale è avere chiaro l'obiettivo, capire dove siamo e cosa vogliamo, analizzare e valutare con razionalità le risorse a disposizione, fare scelte e prendere decisioni importanti, e farlo velocemente in modo ben ragionato.

Al di là delle tecnologie, dei processi e degli strumenti, bisogna essere convinti che sono le persone - con i loro comportamenti e le loro competenze - che possono far vincere o far perdere le sfide. Quindi formare una squadra dinamica e propositiva che sia in grado di partecipare alla vita d'impresa, senza la mentalità del posto fisso. Essere bravi e capaci di realizzare un buon prodotto o servizio è essenziale, ma lo è altrettanto - forse di più - saper parlare al mercato, dare ai clienti un motivo valido per spingerli a cambiare le loro abitudini di acquisto, indurli a comprare da te invece che da altri.

Come? Trovando un modo di differenziarsi nettamente dalla concorrenza individuando quelle opportunità nascoste nelle pieghe del nostro settore che nessuno sta ancora sfruttando.

Magari con quell'attitudine un po' visionaria e creativa che era anche dei nostri nonni.

Chi è infatti l'imprenditore, se non chi riesce non solo a prevedere il futuro ma anche a inventare quello stesso futuro, intuendo prima degli altri dove andranno i mercati, anche quelli che ancora non esistono?



Supreme Sensible Piemonte

HAPPY DOG
All you feed is love

REBO SRL - Via Mazzini, 10 - 00100 Roma (RM) - Tel. 06 478100 - info@happydog.it



Anatra e castagne in una ricetta unica nel suo genere.

Made ^{with} Love ⁱⁿ Germany

 happydogitaly

 happydog.it


rebo dal 1966 s.r.l.


QUANDO IL CALDO RENDE PIÙ SENSIBILI

INGREDIENTI ESCLUSIVI E SELEZIONATI CON TANTO AMORE, PER SODDISFARE TUTTE LE ESIGENZE CHE SI POSSONO MANIFESTARE DURANTE LA STAGIONE ESTIVA

Se hai questo prodotto in negozio, **FATTI TROVARE!** Vai a pagina 54 e verifica la tua presenza nel **TROVA NEGOZIO**

HAPPY DOG
All you feed is love

Con Alessandro Costa prima e con il figlio Alessio poi, Rebo è un'azienda presente sul mercato del pet da molti anni. Si distingue per la sua solidità - ha chiuso il 2018 con un fatturato di oltre 5 milioni di euro - ma soprattutto per i valori e l'impegno delle persone che la compongono, che si traducono nella responsabilità aziendale di produrre, con enorme passione, pet food della massima qualità per offrire alimenti sani a cani e gatti.

Da qui la scelta, dal 2005, di aprire una collaborazione con il gruppo bavarese Interquell GMBH, produttore dei marchi *Happy Dog* e *Happy Cat*, che mette nel suo pet food un ingrediente in più: l'amore. L'azienda germanica - ad oggi numero uno del mercato tedesco - ha alle proprie spalle oltre trecento anni di storia e passione, che la rendono punto di riferimento per il settore degli alimenti secchi e dal 2015 è al primo posto (fonte Nielsen) nella vendita nei negozi specializzati tedeschi con il marchio *Happy Dog*. Rebo srl è distributore in esclusiva dei prodotti Interquell GMBH per il mercato italiano.

QUALITÀ CHE MERITA FIDUCIA

L'intera gamma viene prodotta nello stabilimento di Wehringen, in Baviera. Gli alimenti *Happy Dog* si distinguono per la varietà accuratamente combinata di ingredienti naturali, proteine ad alto valore nutritivo, preziose erbe aromatiche e frutta: materie prime della migliore qualità, provenienti dagli agricoltori locali di questa splendida regione, la cui origine sicura è garantita in prima persona dalla famiglia Müller. In qualità di produttore tedesco, l'azienda si è autoimposta elevati standard di qualità, ottenuti grazie a molteplici e rigorosi controlli da parte di società indipendenti.

Grande attenzione viene dedicata a progetti di ricerca e sviluppo: in quest'ottica, infatti, gli investimenti sono costanti e volti a garantire una produzione secondo i moderni criteri di sostenibilità.

Nel 2019, grazie a un ingente investimento di 17 milioni di euro, verranno acquistati due nuovi macchinari per la produzione di prodotti con carne fresca, sia crocchette che snack, che determineranno un aumento della produzione del 60%.

ATTENZIONE PER L'AMBIENTE E LA SOSTENIBILITÀ

L'amore per gli animali e per la natura si traduce anche in un commercio sostenibile e responsabile, così come la rinuncia a coloranti, aromatizzanti e conservanti artificiali e alla sperimentazione sugli animali. La lavorazione avviene nel rispetto dell'ambiente. Gli impianti di produzione risparmiano in acqua ed energia; una percentuale del consumo energetico è coperta dall'impianto fotovoltaico; tutti gli imballaggi di cartone sono in carta riciclata al 100%; fino all'80% della materia prima proviene dalla regione: in questo modo, grazie ai tragitti brevi, non si grava sull'ambiente.

DAL PIEMONTE... ALL'AFRICA

Ad oggi i prodotti sono distribuiti in oltre 68 Paesi in tutto il mondo in 3 continenti, in linea con i principali gruppi target e i trend del mercato: ecco perché *Happy Dog* riesce sempre a creare novità a livello mondiale per ogni taglia, età ed esigenza, anche quelle più particolari, come il problema delle allergie e delle intolleranze alimentari che spesso si manifestano soprattutto nel periodo estivo. A questa sensibilità del cane risponde la linea *Supreme Sensible*: ricette speciali al 100%, preparate con proteine animali esclusive e pregiate, vitamine e minerali d'importanza vitale. Da segnalare l'alta percentuale di proteine totali, quasi il 90%, poiché carne e proteine animali della migliore qualità sono gli elementi più importanti nelle ricette di *Happy Dog*.





Nell'ambito della linea, spicca la ricetta Piemonte (disponibile anche nella varietà Mini Piemonte), composizione unica nel suo genere grazie alla presenza di castagne italiane, ingrediente estremamente raro. Particolarmente gustosa perché derivata dalle prelibatezze della cucina mediterranea, contiene anatra altamente digeribile, preziosi molluschi neozelandesi e molti acidi grassi omega 3 e omega 6, importanti per la salute della pelle e la lucentezza del pelo. Questa ricetta senza cereali è ideale per cani particolarmente sensibili ed è raccomandata dai veterinari in caso di intolleranze alimentari; ma è perfetta per tutti i cani nei

periodi dell'anno, comprese le stagioni calde, in cui talvolta compare qualche problematica di origine alimentare.

Un'altra ricetta consigliata in estate per le sensibilità alimentari è Africa (disponibile anche nella variante Mini Africa), una formulazione unica con la rara fonte proteica dello struzzo, senza glutine e cereali, con patate come fonte di carboidrati, completata da pregiati acidi grassi omega 3 e omega 6. Chi acquista questo prodotto, inoltre, sa di dare un aiuto concreto alle popolazioni africane. Il concetto di etica aziendale di Rebo si traduce infatti anche in diverse iniziative benefiche come questa: da maggio 2009, il 2% del prezzo d'acquisto di ogni confezione venduta viene donato ai villaggi di SOS-Kinderdorf in Africa. Grazie a questa campagna di donazioni, fino ad oggi è stato raccolto oltre un milione di euro. L'iniziativa sostiene in particolare il villaggio SOS-Kinderdorf Rutana, dove si sta ampliando la scuola elementare con la costruzione di tre nuove classi, una biblioteca, un laboratorio, la sala professori, gli ambienti sanitari e un salone multiuso. L'orgoglio di Rebo ed Happy Dog è anche quello di far parte di questo progetto, perché l'azienda prende molto sul serio la propria responsabilità sociale. (S.C.)



DOGS

WHEN HEAT MAKES THEM MORE SENSITIVE

Carefully selected exclusive ingredients to meet any need that may arise in the summer months

With Alessandro Costa first, and with his son Alessio afterwards, Rebo has been on the pet market for many years. It stands out for its strength - 2018 closed with revenues in excess of 5 million Euros - but also for its values and commitment that translate into the company wish to make top quality pet food, therefore providing dogs and cats with healthy recipes.

Hence the choice in 2005, to start a collaboration with the Bavarian group Interquell GMBH, manufacturer of *Happy Dog* and *Happy Cat*, and that has a secret extra ingredient in its pet food: love. With its over three hundred years of history and passion, the German company - as of today n. 1 in the German market - is the touchstone for the dry foods segment and as of 2015 is number one (source: Nielsen) in the sales in German specialised shops with the *Happy Dog* brand. Rebo srl is exclusive distributor of Interquell GMBH products for the Italian market.

A QUALITY YOU CAN DEPEND UPON

The whole range is manufactured in the Wehringen plant, in Baviera. *Happy Dog* formulae stand out for their carefully balanced variety of natural ingredients, high grade protein, herbs and fruit: locally sourced premium raw ingredients from certified suppliers, recommended by the Müller family. The brand has high self imposed quality standards, achieved through numerous and strict controls carried out by independent companies.

Research and development are taken in high consideration, hence the constant investments aimed at ensuring a modern production compliant with sustainability criteria.

Thanks to a hefty 17 million Euro investment, in 2019 the company will purchase two new machineries for the production of fresh meat based products, kibbles and snacks, that will increase production of 60%.

COMMITTED TOWARDS THE ENVIRONMENT AND SUSTAINABILITY

Love for pets and nature translates to a sustainable and responsible marketing, as well as giving up artificial colourings, flavourings or preservatives and animal testing. The whole manufacturing process is respectful towards the environment, with its water and energy saving plants: part of the energy used comes from their photovoltaic system; all cardboard packaging comes from 100% recycled paper; up to 80% raw materials is locally sourced, so not to have an impact on the environment, thanks to shorter transportation routes.

FROM PIEDMONT... TO AFRICA

As of today, their products are distributed in 68 countries worldwide across three continents, in line with the main target groups and market trends: hence why *Happy Dog* is always successful at creating new products at a global level for each size, age and need, also the most peculiar ones, such as food allergies and intolerances that occur in the summer months. The *Supreme Sensible* line includes special recipes made with fine animal proteins, and essential vitamins and minerals. Proteins cover nearly 90% of the ingredients ratio, because premium meat and animal protein are the key of *Happy Dog* recipes.

The *Piemonte* (Piedmont) recipe stands out within the line (also available in the *Mini Piemonte* variety), thanks to the unique use of Italian chestnuts, a very rare ingredient. Very tasty just like the Mediterranean culinary tradition it is inspired to, it contains digestible duck, New-Zealand mussels and lots of omega 3 and omega 6 fatty acids, crucial to healthy skin and glossy coat. Being grain free it is recommended by vets for sensitive pets, but it is ideal for all dogs all-year round, including the summer months, when food problems may occur.

Another recipe often recommended for the summer and in case of sensitivities is *Africa* (also available in the *Mini Africa* variety), a unique formula with a very rare source of protein, ostrich, gluten and grain free, with potatoes to provide carbohydrates, and completed by omega 3 and omega 6 fatty acids. By buying this product, customers provide help to African populations, another aspect of Rebo idea of ethic: from May 2009, 2% of the proceeds goes to the villages of SOS-Kinderdorf in Africa. Over one million euro was raised thanks to this campaign. The initiative helps in particular the SOS-Kinderdorf Rutana village, where the elementary school is being expanded, three new classes are being built, a library, a lab, a teacher's room, toilets and a multipurpose hall. Rebo and *Happy Dog* are proud to be part of this project, because the company takes its social responsibility very seriously.

PASTA, CHE PASSIONE!

DIRETTAMENTE DA ZOOMARK INTERNATIONAL,
GLI APPETITOSI SNACK DEDICATI AL PIATTO ITALIANO PER ECCELLENZA

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 54
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

Qual è il cibo italiano più conosciuto al mondo? Facile... La pasta! Che fantastica idea sarebbe trovare una formula sana e naturale per proporre questo famoso piatto forte anche agli amici a quattro zampe... Beh, ora si può! La novità in questione si chiama Pasta Snack, ed è prodotta da Farm Company. La nuovissima linea di snack naturali è stata lanciata in occasione di Zoomark International lo scorso maggio, riscuotendo tantissimo interesse e apprezzamento.



PENNE, FUSILLI... COSA PREFERISCI?

Lo snack è pronto all'uso e riprende la forma delle più comuni tipologie di pasta che troviamo in tavola: dalle penne, ai fusilli, alle ruote. Si presenta con un packaging dall'aspetto vintage che riporta alla mente le confezioni dei più famosi marchi del tradizionale alimento italiano. Un'idea divertente, golosa, ma soprattutto realizzata con grande attenzione alle materie prime, per il benessere del quattrozampe. Pasta Snack è ideale per i cani di tutte le taglie e di tutte le età, e attirerà sicuramente l'attenzione e le simpatie degli amici pelosi durante le passeggiate o i giochi all'aperto.

SNACK GRAIN E GLUTEN FREE

Pasta Snack è totalmente senza grano e senza glutine: farina di piselli, fecola di patata dolce e tapioca sono infatti gli ingredienti principali.

Questo mix naturale - perfetto anche per cuccioli e per cani con intolleranze alimentari - vegan ok ed eco-friendly, dona allo snack una consistenza morbida, ideale come coadiuvante della pulizia dentale ma allo stesso tempo delicata sulle gengive e con una maggiore durata in fase di masticazione.

ALIMENTO FUNZIONALE

Altro punto di forza di Pasta Snack è che si tratta di uno snack funzionale, oltre che 100% naturale. Due sono le ricette in assortimento:

- La ricetta classica, nel tradizionale colore giallo, disponibile nelle varianti penne, fusilli e ruote, è arricchita con cardo mariano e ortica, ingredienti epatoprotettori e coadiuvanti della funzionalità intestinale e digestiva;
- La ricetta tricolore - gialla, rossa e verde - disponibile nelle varianti penne e fusilli, è arricchita invece con alga Kelp (laminaria), alghe marine, lievito di birra e bacche di rosa canina, ingredienti perfetti per il mantenimento di un pelo sano e lucente e coadiuvanti della mobilità osteoarticolare.

Tutti gli aromi e i coloranti utilizzati sono di origine naturale e di grado alimentare.

SULLO SCAFFALE

Massima attenzione è stata riservata dall'azienda alla presentazione del prodotto e a come renderlo il più possibile accattivante all'interno dei pet shop. L'obiettivo è stato sicuramente centrato: Pasta Snack è proposto in una pratica confezione da 100 g con zip richiudibile, che permette di salvaguardare freschezza e fragranza del prodotto.

L'intera gamma è proposta per la vendita ai pet shop con un pratico e coloratissimo espositore da terra a ripiani, dotato di frontalini parlanti e una tasca porta-depliant per spiegare al meglio tutte le funzionalità e i valori aggiunti di questi snack innovativi.



DOGS

PASTA, WHAT A PASSION!

Straight from Zoomark International, delicious snacks that celebrate the most famous Italian dish

What's the most famous Italian dish? Pasta of course! Wouldn't it be wonderful to have a healthy and natural formula that allows you to give this famous dish to your furry friend? Now you can. It's *Pasta Snack*, the latest news by Farm Company. A line of natural snacks that was launched at Zoomark International this past May, receiving lots of interest and appreciation.

PENNE, FUSILLI... WHAT DO YOU PREFER?

The snack is ready to use and it's shaped like the most popular types of pasta: penne, fusilli, wheels. The packaging features a vintage design reminiscent of those of famous traditional Italian brands. A funny and delicious idea, for the wellbeing of your dog. *Pasta Snack* is ideal for dogs of any size and age.

GRAIN AND GLUTEN FREE SNACK

Pasta Snack is completely grain and gluten free: pea meal, sweet potato starch and tapioca are the main ingredients. This natural mix - also suitable for puppies and sensitive dogs - is vegan ok and eco-friendly, its soft texture supports oral care and is gentle on gum and lasts longer during chewing.

FUNCTIONAL FOOD

Besides being 100% natural, *Pasta Snack* is also a functional snack, available in two recipes:

- *Classic*, in the customary yellow colour, available in the varieties penne, fusilli and wheels, with thistle and nettle, hepatoprotectors and able to support intestinal and digestive function;

- *Three colour recipe* - yellow, red and green - available in the varieties penne or fusilli, and with Kelp algae (laminaria), seaweed, brewer's yeast, rosehip berries, the perfect combination of ingredients to maintain healthy and shiny coat and support mobility. All flavourings and colourings are natural and food grade.

ON THE SHELF

Product presentation and how to make it stand out in-store received great attention: *Pasta Snack* is available in practical resealable 100 g packs, to preserve flavour and freshness. The whole range is available for pet shops in colourful and practical standing display, with speakers and a leaflet holder.

THE GREEN CORNER

The *Pasta Snack* line is part of the *Farm Company Green Corner for Nature* project, created to provide pet owners with a selection of natural and sustainable products in each category, from toys to snacks, from beauty products to litter.

For all pet shops wishing to diversify their stock with natural and eco-friendly snacks, here are also the other chewables and snacks in the *Farm Company for Nature* project:

- *Nature Deli*: vegetable snacks, made in Italy, gluten free and grain free, with shapes that support oral care. From tooth brushes to star shaped, turtles and classic sticks, available boxed, in bulk or in hanging blisters;
- *Nature Deli Wild*: chewable products from sustainable sources - Deer horns, Yak milk Snacks, Olive sticks and tuber roots - available in practical standing displays made with eco-friendly and recyclable materials.

IL GREEN CORNER

La linea di masticativi *Pasta Snack* rientra nella gamma di prodotti che fanno parte del *Green Corner Farm Company per la Natura*, il progetto dell'azienda piemontese che propone ai proprietari pet una selezione di prodotti naturali ed ecosostenibili in ogni categoria, dai giochi agli snack, dalla cosmesi alle lettiere.

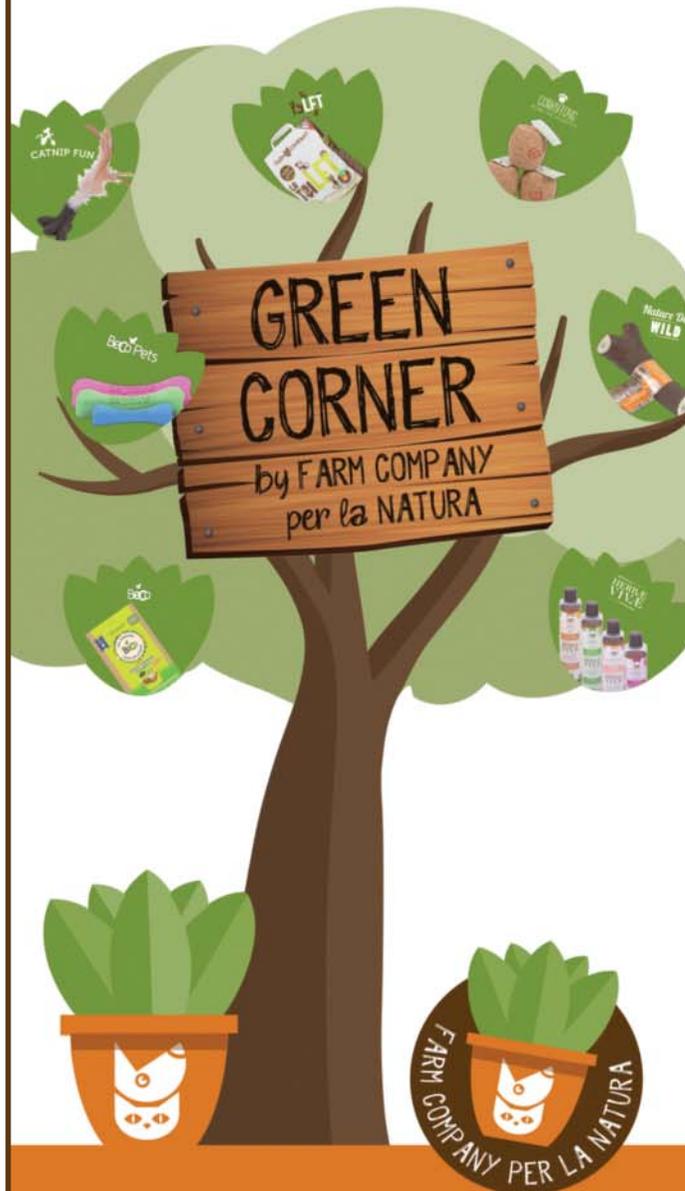
Per tutti i pet shop che vogliono diversificare il proprio assortimento con snack naturali ed eco-friendly, ecco di seguito anche gli altri masticativi e snack parte del progetto *Farm Company per la Natura*:

- *Nature Deli*: snack vegetali, made in Italy, gluten free e grain free, con forme perfette per la pulizia dentale. Dagli spazzolini, alle tartarughe, fino agli stick classici e a forma di stella, disponibili sia sfusi in box che in blister appendibile;

- *Nature Deli Wild*: prodotti per la masticazione provenienti da fonti sostenibili - Corna di cervo, Snack di latte di yak, Bastoni di olivo e Radici di tubero - proposti in un pratico espositore da terra in materiale eco-friendly riciclabile. (M.C.)



UNA SCELTA NATURALE PER I NOSTRI 4 ZAMPE



Prodotti naturali ed ecosostenibili, migliori
per i nostri animali e migliori per l'ambiente.

Scopri di più sul progetto Green Corner
Farm Company per la Natura.
Per informazioni info@farmcompany.it

FARM COMPANY



Follow us...

www.farmcompany.it

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.

L'UTILE È UNA TEORIA. ORA CHE LO SO, COME POSSO FARE PER...

Bentornato all'Oasi del Fisco. Il mese scorso ti ho spiegato un concetto - per mezzo di un esempio terra terra - che l'utile è una teoria. Poi ti ho spiegato che, sia le imposte che i contributi INPS si calcolano sulla teoria, ma... Ecco finalmente il primo dei miei ma. Dillo che lo stavi aspettando...



Ma i "soldini" escono in pratica dal tuo conto corrente bancario. Hai quindi compreso che quando ti rechi dal tuo commercialista per il "rito" di maggio o giugno, per determinare l'utile annuale, in realtà state decidendo a tavolino quanto deve essere questa teoria su cui poi pagare in pratica.

Quante volte ho sentito dire dai miei clienti, in tanti anni, le frasi: Ma (capisci perché c'è sempre) dove sono quei soldi? Io non li ho? Perché devo pagare su soldi che non ho in tasca?

Ogni volta mi guardavano, con espressione arrabbiata, quasi fosse colpa mia se dovevano versare sia all'Agenzia delle Entrate che all'INPS soldi che in realtà non avevano sul conto dell'azienda. Per tanto tempo avevo tentato di spiegare loro questo concetto, ma non volevano sentire ragioni.

Ho quindi iniziato a pensare e a ragionare su come risolvere questo problema che puntualmente si presentava al momento del versamento al Fisco. Ho così compiuto un percorso a ritroso su quello che era il loro modo di pensare e ho compreso che mancava un passaggio tanto semplice quanto ignorato.

Nessuno prima li aveva mai fermati e fatti ragionare sul seguente concetto:

Vendere non è sinonimo di incasso.

Ti potrà sembrare un'affermazione banale, ma (eccolo) ti posso assicurare che tutto l'equivoco alla base del non avere mai il denaro sufficiente per tutto, parte proprio da questo fraintendimento.

Il mese scorso ti ho fatto un esempio semplice ragionando su un acquisto e la relativa vendita effettuati in un mese. Poi ti ho specificato che l'incasso e il pagamento erano posticipati di soli 30 giorni.

Hai potuto così realizzare che in teoria avevi un utile, ma in pratica avevi ZERO euro in banca. Ora immagina di amplificare questo esempio e applicarlo alla tua attività che non vende un solo prodotto. Immagina in quale groviglio si finisce quando si ha a che fare con più prodotti, e le scadenze, sia di incasso che di pagamento, sono diverse per ogni cliente e ogni fornitore.

Concordi con me che diventa un caos di difficile gestione. Aggiungiamoci inoltre che, non sapendo quanto sia il "peso" della quota imposte e dei contributi, è normale cadere dalle nuvole quando arriva il momento di recuperare di corsa i soldi per effettuare il versamento entro la scadenza ravvicinata.

Ecco perché ho iniziato questa rubrica impostando, sin dai primi articoli, le basi giuste. Sei tu imprenditore che devi saper calcolare, anche se in maniera non perfetta, quanto incide il "carico fiscale" sulla tua attività.

So che sto dicendo una cosa che ti può apparire assurda. Già immagino il tuo dialogo mentale: Ma come? (lo vedi che anche tu non scherzi in quanto a ma?), lo pago il mio commercialista e ora tu mi dici che devo saper calcolare le mie tasse?

PetShine™



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

25 REFERENZE

17 PROFUMAZIONI

6 FORMATI



- SALVIETTE
- PANNOGUANTO
- DEODORANTI
- DETERGENTI

P **ORRINI**
G R O U P

Via Maestri del Lavoro 25 25014
Castenedolo BS Tel.: +39.030.2791814

WWW.PORRINIGROUP.COM

Eh, certo. Lo so che ti ho fatto arrabbiare e in automatico hai riunificato tutto in un solo colpo sotto la voce tasse dimenticandoti di tutto quanto sin qui spiegato. Ti capisco e ti rispetto, però ti chiedo:

Chi calcola quanto deve essere il guadagno sui prodotti che produci e/o vendi? Sbaglio o sei tu, imprenditore, che determini quello che deve essere il margine di guadagno su ogni prodotto? Immagino che tu tenga conto dei costi che sostieni per poter effettuare i calcoli di convenienza, o meno, di un determinato prodotto.

Saprai quanto ti costano le merci che acquisti, l'affitto dei locali, le bollette dell'energia, del riscaldamento, del telefono, il costo del personale e così a continuare. Allora è giusto anche sapere quanto è il costo imposte e quanto devi risparmiare per i versamenti all'INPS per la tua pensione.

So perfettamente che non sei abituato a pensare in questi termini. Viviamo in un paese in cui nominare la parola Fisco fa scattare in automatico il pensiero: come faccio a pagare meno?

Sono altrettanto consapevole che io sto andando esattamente nella direzione opposta. Quindi sto perdendo mese dopo mese l'opportunità di acquisire punti simpatia con te. Lo so da solo. Quando ho accettato di curare questa rubrica sapevo perfettamente che mi attendeva il ruolo del cattivo, tendente all'odioso.

So anche che tu ti aspettavi di leggere, in questa rubrica, consigli su come "pagare meno tasse" (tanto lo so che continui a chiamarle così) e al contrario io non ti sto dando quelle "dritte", così ammalianti, che i vari "cuggggini" sul web dispensano. Mi spiace se ti ho deluso, ma (lo vedi che non manca mai) il Fisco sta cambiando rapidamente e profondamente. Oggi sembra impossibile, però nei prossimi anni troppe imprese finiranno nei guai a causa degli accertamenti "automatizzati". Ne parlerò meglio più avanti.

Quindi il mio compito è metterti a disposizione strumenti che ti permettano di meglio gestire il rapporto con il Fisco, oggi. Questo può avvenire solo con un cambio del modo in cui ti relazioni con le imposte e con i contributi. Prima tu riuscirai a cambiare il tuo modo di pensare quando si parla di queste cose, prima trarrai vantaggi.

Dopo tanti anni di questo mestiere ho imparato che l'unica via veramente valida è quella di pianificare, anche il costo imposte e i contributi INPS. Quindi è bene che, sin dal momento in cui stabilisci a quale prezzo vendere un prodotto, tu inserisca anche queste due voci.

Ti ho spiegato come calcolare entrambi senza considerare le varie riduzioni che lo stato chiama Deduzioni e Detrazioni. Questo perché sei in una fase di stima, non di versamento effettivo. È meglio se tu metti da parte 100 e poi scopri che devi solo versare 90, piuttosto che il contrario.

Saresti così tanto dispiaciuto nel ricevere un F24 con un importo da versare minore di quanto hai accantonato durante l'anno? Ti arrabbi o forse gioisci e vai a festeggiare con il partner o con gli amici?

Non ti ho mai parlato di versare allo Stato più di quanto dovuto. Io ti sto parlando di pianificare il carico fiscale e di accantonare, durante l'intero anno, quanto dovresti versare, in modo da arrivare preparato al momento faticoso. Quale? Quello in cui ricevi la telefonata del tuo commercialista in cui ti dice: È pronto il modello F24 da versare.

Quindi abituati a inserire sin da subito questi due costi quando effettui le tue valutazioni e decidi a quale prezzo vendere. Magari scopri che un prodotto, apparentemente vantaggioso, non è conveniente come pensavi. Quindi meglio non averlo o sapere che lo tieni solo se la clientela compra altri prodotti con maggiori margini.

Come puoi fare in pratica? Hai compreso che di fatto sia le imposte che i contributi INPS sono delle percentuali dell'utile di fine anno.



L'utile dell'anno non è forse la somma dell'utile di ogni singola vendita? Quindi puoi determinare facilmente quanto, realmente, è la quota di quell'utile che terrai per te e quanto dovresti versare allo Stato.

Abbiamo visto che "largo circa" la somma di entrambe le percentuali è del 50% (oddio ma è troppo, però la sostanza dei fatti è questa). Quindi quando determini il margine di vendita su ogni singolo prodotto sai anche che la metà la devi accantonare.

Approfondiremo meglio questi aspetti nel corso dei prossimi mesi. Non voglio mettere troppa carne al fuoco. Per questa puntata siamo giunti al termine. Ci tenevo a rimarcare ancora una volta questo concetto di pianificazione fiscale. So perfettamente che è nuovo e difficile da digerire.

Proprio per questo uso la tecnica della ripetizione. Ci vorrà tempo, ma (è l'ultimo) sul lungo periodo porterà buoni risultati. Ci vediamo il prossimo mese, qui, nell'Oasi del Fisco.



*i primi con
le erbe*



*L'innovazione
continua...*

MONOPROTEICO
70% ANATRA
GRAIN FREE

MONOPROTEICO
60% AGNELLO
LOW GRAIN



**RICETTA
GRAIN
FREE**



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



@vet-line

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

www.vet-line.it

LIBERI DALLE ALLERGIE

I BENEFICI DI UN'ALIMENTAZIONE FORMULATA CON UNA SINGOLA FONTE PROTEICA

Gli alimenti *Monge Monoprotein* sono formulati con singole fonti proteiche animali e nascono dalla sempre più elevata prevalenza di cani che manifestano reazioni avverse agli alimenti (allergie o intolleranze alimentari). Alla luce di tutto ciò è bene che il pet shop ricordi ai clienti che gli animali non nascono allergici, ma lo diventano alle fonti proteiche a cui più frequentemente sono esposti nel tratto gastroenterico. Ecco perché, al fine di limitare l'insorgenza di questi fenomeni, si rende sempre più frequente la somministrazione di alimenti con singole fonti proteiche animali con cui l'animale non sia mai entrato in contatto in precedenza e per un periodo di tempo prolungato. Prevenire è infatti la prima regola per poter restare liberi dalle fastidiose allergie.

RICETTE GOLOSE

Le formulazioni *Monge Monoprotein* sono prive di cereali, quindi grain free. Patate, piselli e tapioca sono contenuti nelle nuove ricette e rappresentano una valida alternativa nutrizionale ai comuni cereali. I piselli sono infatti una preziosa fonte di proteine e carboidrati altamente digeribili e la patata è una fonte di carboidrati priva di glutine.

Solo gli ingredienti migliori sono presenti nelle ricette *Monge Monoprotein*: carni fresche di alta qualità, altamente digeribili e in alcuni casi a chilometro zero.

LE NUOVE REFERENZE

La linea di paté *Monge Monoprotein Solo* si rinnova e si amplia con nuove referenze: *Solo Manzo*, *Solo Maiale* e *Solo Anatra*. L'ampia varietà di singole fonti proteiche animali permette di garantire un'alimentazione



DOGS

FREE FROM ALLERGIES

The ups of a single protein diet

Monge Monoprotein recipes contain a single source of animal protein and were created as the result of the ever increasing number of dogs suffering from adverse reactions to food (allergies or food intolerances). Considering this, pet retailers should remember to advise their customers that pets aren't born allergic, but they become so to the sources of protein they eat more often: that's why in order to try and limit these reactions, it is recommended to feed them for a prolonged time with foods containing only one source of animal protein the pet never had before. Prevention is the very first rule to remain allergy free.

DELICIOUS RECIPES

Monge Monoprotein formulae are grain free. They contain potatoes, peas and tapioca as a valid nutritional alternative to common grain. Peas are a rich source of protein and highly digestible carbohydrates, and potatoes provide naturally gluten free carbohydrates. *Monge Monoprotein* recipes contain only the best ingredients: highly digestible premium fresh meats, often locally sourced.

THE NEW VARIETIES

Monge Monoprotein Solo (Only) paté line is now renewed and broadened with new varieties: *Only (Solo) Beef*, *Only Pork* and *Only Duck*. The choice to use single sources of animal protein ensures a balanced diet for pets that increasingly seem to prefer and require wet foods besides dry ones. All products in the *Monge Monoprotein* line are 100% Italian, as guarantee of extra quality for our furry friends.

Monge Monoprotein is available in 2 sizes: practical 150 g trays for small dogs (the most popular nowadays) and 400 g cans.

Following are the exclusive recipes:

- *Monge Only Chicken* - 150 and 400 g;
- *Monge Only Turkey* - 150 and 400 g;
- *Monge Only Lamb* - 150 and 400 g;
- *Monge Only Tuna* - 150 and 400 g;
- *Monge Only Duck* - 150 g and 400 g;
- *Monge Only Pork* - 150 g and 400 g;
- *Monge Only Rabbit* - 150 g;
- *Monge Only Beef* - 150 g;
- *Monge Only Deer* - 150 g.

GO FRUIT!

Monge Monoprotein is also with fruit. The *Fruits* line includes six recipes in 150 g trays and 2 in 400 g cans. *Monge Monoprotein Fruits* is available in the delicious varieties *Chicken with Pineapple*, *Chicken with Apple - Puppy*, *Rabbit with Apple*, *Duck with Raspberries*, *Lamb with Blueberries* and *Turkey with Citrus*. Recipes contain:

- apple - a true nutrient concentrate such as vitamins (C in particular and group B) and minerals such as potassium, phosphorus, calcium, magnesium and iron. Although being highly digestible, apple is also brimming with fibres to support intestinal health and balance. Concentrated wellbeing. As the saying goes: "an apple a day... keep the vet away!";
- citrus - source of vitamin C and anthocyanins, with anti-inflammatory properties and antioxidants;
- pineapple - brimming with vitamins, A and C in particular, and minerals such as calcium, phosphorus and potassium for a balanced nutrient intake;
- raspberries - tasty and delicious, loaded with vitamins (especially vitamin C) as well as powerful antioxidants;
- blueberries - loaded with vitamins (C, K, E), fibres and pectin, they are crucial to regular intestinal functions.

All recipes are made in Italy, free from colourings or preservatives, and absolutely do not contain any dried raw ingredient.

As per all *Monge* brands, also *Monge Monoprotein* is No OGM and No cruelty test guaranteed, it is therefore tested only with free tasting trials to pinpoint the most palatable recipes. Love and respect for pets are the fundamentals of *Monge* philosophy, nothing else!

This product is exclusively available in the best pet stores and specialised shops.



equilibrata agli amici quattrozampe che sempre più frequentemente richiedono, oltre alla somministrazione di un alimento secco, anche una quotidiana integrazione con alimenti umidi.

Tutti i prodotti della linea Monge Monoprotein sono 100% italiani, una garanzia di qualità in più per i nostri amici di zampa.

Monge Monoprotein è disponibile in 2 formati: la pratica vaschetta da 150 g per cani di piccola taglia (oggi i più diffusi) e la lattina da 400 g.

Ecco le ricette esclusive:

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

A TUTTA FRUTTA!

Monge Monoprotein è anche con frutta. La linea Fruits è composta da 6 ricette in vaschetta da 150 g e 2 in lat-



tina da 400 g. Monge Monoprotein Fruits è disponibile nelle deliziose varianti Pollo con Ananas, Pollo con Mela - Puppy, Coniglio con Mela, Anatra con Lamponi, Agnello con Mirtilli e Tacchino con Agrumi.

Le ricette sono caratterizzate dall'aggiunta di:

- mela - un vero concentrato di nutrienti quali vitamine (in particolare C e del gruppo B) e sali minerali come potassio, fosforo, calcio, magnesio e ferro. La mela è inoltre ricca di fibra per la salute e l'equilibrio intestinale, pur mantenendo un'elevata digeribilità. Un concentrato di benessere. Del resto lo afferma anche il famoso detto: "una mela al giorno toglie... il veterinario di torno!";
- agrumi - fonte di vitamine C e antocianine, con proprietà antinfiammatorie e antiossidanti;



- ananas - ricca in vitamine, nel particolare A e C, e minerali come calcio, fosforo e potassio per il corretto apporto di tutti i nutrienti;
- lamponi - saporiti e invitanti, contengono elevate quantità di vitamine (particolarmente vitamina C) oltre che di sostanze a elevata attività antiossidante;
- mirtilli - ricchi in vitamine (C, K, E), fibre e pectine sono fondamentali per la regolarizzazione dell'intestino.

Tutte le ricette sono made in Italy, garantite senza coloranti, conservanti e con assoluta assenza di materie prime essiccate.

Come tutti i brand Monge, anche Monge Monoprotein è garantito No OGM e No cruelty test, quindi non viene testato in modo forzato sugli animali ma solo attraverso prove di somministrazione libera per individuare le ricette più idonee in termini di appetibilità. L'amore e il rispetto per i pet sono infatti alla base della filosofia Monge, non potrebbe essere altrimenti!

Il prodotto è disponibile in esclusiva solo nei migliori pet shop e negozi specializzati. (F.C.)





SI USA E SI GETTA

PRATICA E FACILE DA USARE, LA VASCHETTA MONOUSO IN CARTA RICICLATA È IDEALE PER VIAGGI E VACANZE, MA ANCHE PER LA VITA DI TUTTI I GIORNI

Se hai questo prodotto in negozio, **FATTI TROVARE!** Vai a pagina 54 e verifica la tua presenza nel **TROVA NEGOZIO**

È il momento delle vacanze per gli italiani che, popolo sempre più pet-friendly, porteranno con sé gli amici animali. Ecco quindi che per tantissimi cani, gatti e anche piccoli mammiferi, i proprietari saranno alla ricerca di prodotti e accessori che rendano più comodo e pratico il viaggio e il soggiorno. Pulire la lettiera è un compito noioso, sgradevole e poco igienico, soprattutto quando ci si trova lontano da casa e dal proprio ambiente. Ma anche



chiedere ai parenti e vicini di occuparsi del gatto mentre si è in vacanza può essere una seccatura, perché comporta l'incombenza di lavare e igienizzare. Fra le tante nuove idee che troviamo in giro per il mondo c'è Cat Bio Box, una vaschetta monouso per la lettiera, prodotta con carta riciclata al 100% biodegradabile nel pieno rispetto dell'ambiente. È infatti biodegradabile, ma anche a prova di liquido e dopo l'uso si getta via insieme alla lettiera. Le sue caratteristiche la rendono utilissima in ogni situazione, una soluzione che rende la vita molto più facile. Leggera e minimal, è anche esteticamente bella da vedere.

IGIENICA E BIODEGRADABILE

Cat Bio Box ha superato con successo i test effettuati dal Laboratorio centrale dell'Estonian Health Board ed è stata giudicata sicura per gli animali domestici e igienica per i proprietari (la diffusione di batteri è significativamente ridotta), in particolar modo per le donne in gravidanza. L'utilizzo è semplice e veloce: sostituire la lettiera non richiede più di un minuto, non è necessario lavare, disinfettare e asciugare. È inoltre ideale per cliniche veterinarie e altre organizzazioni che si occupano di animali.



Cat Bio Box permette di risparmiare tempo e ridurre l'uso dei prodotti per la pulizia, senza contare che è utilissima nel caso di animali malati o convalescenti. Inoltre non occupa troppo spazio, perché ogni vaschetta viene impilata sull'altra. Riassumendo, eccone i vantaggi:

- può contenere qualsiasi tipo di lettiera, sia agglomerante che non agglomerante, ecologica o non ecologica, insomma si può utilizzare la tipologia preferita dal gatto;
- meno odori sgradevoli: il pH della carta di giornale aiuta a neutralizzare l'odore di ammoniacca;
- migliore ricircolo dell'aria;
- maggiore pulizia rispetto alle vaschette tradizionali;
- non richiede lavaggio né disinfezione;
- smaltimento semplificato: si gettano insieme box e sabbia.

E in più, con Cat Bio Box si dà nuova vita alla carta straccia. (A.S.)

WORLD NEWS

DISPOSABLE

Handy and easy to use: disposable tray made of recycled paper is suited for trips and holidays, but also for everyday life

It is time to go on holiday for Italian. Since they are increasingly pet-friendly, their beloved pets will go with them. Pet owners are going to look for the handiest products and accessories to ensure a handy and comfortable trip for them and for their cats, dogs or small mammals. Cleaning the litter tray is annoying, unpleasant and not hygienic, especially when it happens far from home. Of course, it is equally annoying to ask relatives or neighbours to take care of pets, because washing and sanitizing is nuisance.

Among the useful new ideas around the world, there is also *Cat Bio Box*: the disposable litter tray made of 100% biodegradable recycled paper, fully respectful of the environment. Besides being biodegradable, it is also waterproof: it can be disposed of together with litter after use. Thanks to its features, it is useful in all situations and conditions. It makes life much easier. Light and minimal, the paper tray is also beautiful.

HYGIENIC AND BIODEGRADABLE

Cat Bio Box successfully passed all tests carried out by Estonian Health Board central Laboratory and it has been assessed as safe for pets, hygienic for pet owners (bacteria growth is significantly reduced) and suited for pregnant women. It is easy and quick to use it: replacing the litter takes no more than a minute; no wash, disinfection and drying is required. Moreover, it is suited for veterinarian clinics and other organizations dealing with pets.

Cat Bio Box saves time and reduces the use of cleaning products. Moreover, it is extremely useful in case of convalescent or ill pets. It does not take too much space, since trays can be piled up.

Here are the advantages:

- it can contain any type of litter: clumping or not, eco-friendly or not; less foul odours, the pH of newspaper paper help remove the smell of ammonia;
- improved air circulation;
- increased cleaning compared to traditional trays;
- it does not require washing or disinfection;
- easy disposed of: tray and litter go together.

Moreover, *Cat Bio Box* gives new life to waste paper.

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



Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 54
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

NUTRIRSI BENE PER VIVERE FELICI

LA SCELTA DELL'ALIMENTAZIONE SOSTENIBILE PER CONTRIBUIRE ALL'AMBIENTE
E REALIZZARE UN PRODOTTO DI QUALITÀ SENZA SPRECHI

Produrre alimenti genuini ed equilibrati in grado di contribuire, in modo sano e gustoso, alla longevità dei nostri amici a quattro zampe. È questa la mission principale di Mister Pet, azienda che affonda le proprie radici nella tradizione e nell'esperienza della famiglia Gambarelli che da tre generazioni si tramanda di padre in figlio il sapere nel campo della nutrizione animale.

NATURAL **100%**
Solo ingredienti etici 100% naturali
Only 100% natural ethics ingredients
Natural

La filosofia di Mister Pet è molto semplice e chiara: produrre con energie rinnovabili alimenti genuini ed equilibrati in grado di contribuire in modo sano e gustoso alla longevità dei nostri amici a quattro zampe. Ed è più facile realizzare

questo obiettivo nell'ambiente incontaminato della Food Valley italiana, nella zona di Parma dove prati, boschi e sorgenti sono ricchi di materie prime pregiate, selezionate e tracciate in tutta la loro filiera, lavorate dall'esperienza di chi ha l'obbligo di garantire una qualità senza compromessi.

QUALITÀ, UN OBIETTIVO PRIMA CHE UN DOVERE

I prodotti Mister Pet sono naturali, solo carne cotta a vapore arricchita di erbe officinali, frutta e verdura, per garantire il giusto apporto di vitamine, come richiede

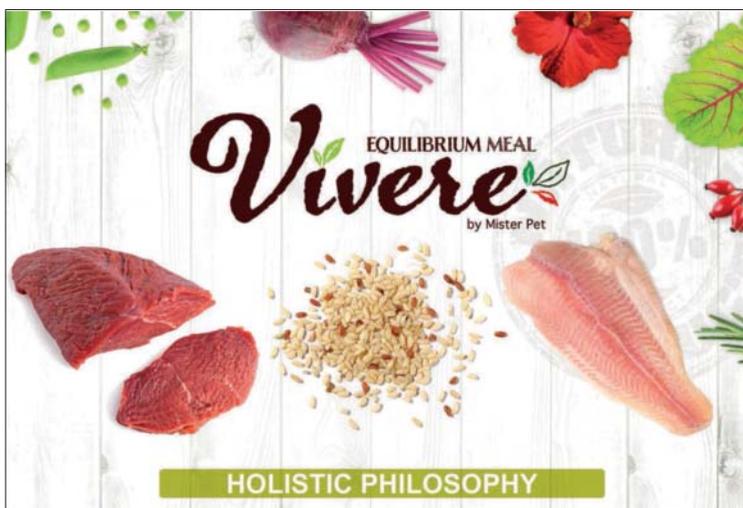
la natura del cane. La qualità è una caratteristica imprescindibile che coinvolge tutti i reparti, dalla selezione accurata degli ingredienti fino al momento dell'acquisto da parte del proprietario pet.

HOLISTIC
Erbe officinali ed essenze botaniche
Medical herbs and botanical essences



Da sempre attenta all'innovazione e al ciclo produttivo, Mister Pet ha scelto di percorrere la strada dell'alimentazione sostenibile per contribuire a rispettare l'ambiente ed è riuscita a realizzare un prodotto di qualità che risponde alle esigenze del cane nel rispetto e in equilibrio con l'ambiente senza sprechi.

**NO GLUTEN
INGREDIENTS**



CATS & DOGS

A GOOD DIET FOR A HAPPY LIFE

The choice to opt for sustainable nutrition to help preserve the environment and produce a quality product without any waste

Mister Pet aims at making genuine and balanced formulae able to extend our pets lives. The company is owned by the Gambarelli family, that has been passing on its expertise in pet nutrition from father to son for three generations.

It's simple: Mister Pet philosophy is to use renewable energy to make genuine balanced foods for pets. The easiest way to achieve this is being based in the unspoiled Italian Food Valley, near Parma, where fields, woods and springs are brimming with fine raw materials, selected and traced throughout the supply chain, and expertly crafted by those who guarantee a quality without compromises.

QUALITY, A GOAL BEFORE BEING A DUTY

Mister Pet products are natural, with only steamed meat and herbs, fruit and vegetables, to ensure the appropriate intake of vitamins required by dogs' nature. Quality is an essential feature that involves all departments, from careful selection of all the ingredients to purchase by pet owners.

Mister Pet always kept innovation and manufacturing process in the highest regard, and has chosen sustainable nutrition to help preserve the environment, at the same time creating quality products that meet dogs' needs.

Solar panels provide nearly all the energy needed for the manufacturing processes; water and air are purified before being returned to nature, without any alterations, guaranteeing a production cycle and balance with the environment. Grain, fruit and vegetables are from areas where they grow naturally, in order to preserve their natural habitat. Meats are selected according to origin and the type of farming.

LIVING, FOR NATURE LOVERS

The *Vivere (Living)* range is based on holistic principles and was developed according to the ancient use of feeding using functional ingredients to support wellbeing. *Vivere* was created for nature lovers that want to live in harmony with nature and wish to feed their pets with environment friendly natural products able to provide all the necessary nutrients.

The *Vivere* range is divided in *Mini*, *Medium* and *Maxi*, and meets the nutritional needs of all breeds, with the varieties:

- For small dogs - *Mini Puppy Chicken*, *Mini Adult Chicken*, *Mini Adult Lamb*, *Mini Adult Buffalo*, *Mini Adult Duck*.
- For medium dogs - *Medium Puppy Chicken*, *Medium Puppy Lamb*, *Medium Adult Chicken*, *Medium Adult Lamb*, *Medium Adult Salmon*, *Medium Adult Duck*, *Medium Adult Buffalo*.

- For maxi dogs - *Maxi Puppy Chicken*, *Maxi Adult Chicken*, *Maxi Adult Lamb*, *Maxi Adult Salmon*, *Maxi Adult Buffalo*.

Each recipe is respectful of dogs' nature, is loaded with fresh meat and has a total 60% of Animal Ingredients, it's low grain, it only contains rice that in combination with peas is able to keep glycemic index low. All formulae are brimming with omega 3 to support skin health, glossy coat and the circulatory system. Prebiotics support healthy intestinal flora. Carefully selected herbs support organ functions thanks to their active principles. Fruit naturally provides vitamins and minerals and is a source of natural antioxidants that delay tissue ageing. The line contains 100% ethical natural ingredients, without any animal testing and without GMO.



Per i processi produttivi vengono utilizzati pannelli fotovoltaici per garantire una copertura quasi totale del fabbisogno di energia elettrica; l'acqua e l'aria utilizzate nelle lavorazioni vengono depurate per essere immesse in natura così come prelevate in origine, senza alterazioni, garantendo un ciclo produttivo in equilibrio con l'ambiente. La verdura, la frutta e i cereali provengono da aree dove nascono spontaneamente, per non alterarne l'habitat naturale. Le carni sono selezionate in base all'origine e al tipo di allevamento.

VIVERE, PER CHI AMA LA NATURA

La gamma Vivere si basa sui principi della filosofia olistica ed è stata sviluppata secondo l'antico metodo del nutrirsi con ingredienti funzionali come contributo al benessere dell'organismo. Vivere è una



linea pensata per chi ama la natura, vuole vivere in equilibrio con essa e preferisce nutrire il proprio cane con prodotti naturali che rispettino l'ambiente e apportino tutto quello di cui ha bisogno per vivere meglio.

Con la suddivisione in Mini, Medium e Maxi, la gamma Vivere soddisfa le esigenze nutrizionali di tutte le razze, con le seguenti referenze:

- Per cani di taglia piccola - Mini Puppy Pollo, Mini Adult Pollo, Mini Adult Agnello, Mini Adult Bufalo, Mini Adult Anatra.
- Per cani di taglia media - Medium Puppy Pollo, Medium Puppy Agnello, Medium Adult

Pollo, Medium Adult Agnello, Medium Adult Salmone, Medium Adult Anatra, Medium Adult Bufalo.

- Per i cani di taglia grande - Maxi Puppy Pollo, Maxi Adult Pollo, Maxi Adult Agnello, Maxi Adult Salmone, Maxi Adult Bufalo.

Ogni ricetta rispetta la naturale alimentazione del cane, contiene tanta carne fresca e un totale del 60% di Animal Ingredients, è a basso contenuto di cereali di cui utilizza solo il più nobile, il riso integrale che, abbinato ai piselli, riesce a polarizzare e a mantenere un indice glicemico basso. Tutte le formulazioni sono ricche di omega 3 per la buona salute della cute, per un manto lucente e per aiutare

LOW GRAIN

60% INGREDIENTI ANIMALI **20% RISO INTEGRALE** **20% VERDURE FRUTTA ERBE**



l'apparato circolatorio. I prebiotici supportano la salute della flora intestinale. Le erbe officinali, selezionate accuratamente per le loro caratteristiche benefiche, aiutano gli organi specifici a funzionare meglio grazie alle loro essenze e ai loro principi attivi. La frutta apporta naturalmente vitamine e sali minerali ed è fonte di antiossidanti naturali che contrastano l'invecchiamento dei tessuti. La linea è formulata con ingredienti etici 100% naturali, senza nessun tipo di test clinico sugli animali e senza ingredienti a rischio OGM. (A.S.)

team out

gestione del team e collaborazioni

di Matteo Novati



Matteo Novati
www.matteonovati.com
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.

SCOPRI COME UNIRE E MOTIVARE IL TUO TEAM CON ALCUNE SEMPLICI ATTIVITÀ

La maggior parte di noi trascorre gran parte del proprio tempo con le persone con cui lavora.

Spesso si può dire che il luogo di lavoro diventa per certi versi più frequentato della propria casa e di conseguenza le persone che si frequentano diventano una seconda famiglia.

Nella vita di casa o più semplicemente nella vita di coppia, non puoi dedicare interamente il tuo tempo a fare le faccende di casa (pulire, mettere in ordine, stirare, stendere, cucinare), occorre talvolta avere dei momenti di svago che possano stimolare il rapporto e di conseguenza motivare in maniera positiva la famiglia.

La stessa identica cosa deve avvenire all'interno del proprio ambiente di lavoro.

La tradizione vuole che alcune aziende si ritrovino per la classica cena aziendale di fine anno, ma è davvero il massimo che puoi fare per motivare i tuoi dipendenti e unire il tuo team di lavoro?

Ad oggi esistono diverse attività che puoi creare per motivare il tuo team: alcune sono sicuramente innovative, altre più classiche, ma sono comunque uno strumento efficace per limare le problematiche, le tensioni, le incomprensioni e scoprire un lato sconosciuto delle persone che lavorano per te e con te.

In questo articolo te ne indico alcune, ma non le devi seguire tutte, è sufficiente seguirne almeno 3 e dedicare quindi 3 giorni (anche lavorativi) a quello che viene definito Team Building.

Ho raccolto quelle che direttamente ho vissuto e mi hanno entusiasmato e ho volutamente eliminato altre situazioni noiose e scontate.



GITA IN PARCHI DIVERTIMENTO

Ognuno di noi ha un lato prettamente fanciullesco, sei d'accordo?

Nessuno potrà mai dire di no al trascorrere una giornata intera in un parco di divertimento. Gardaland, Movieland, Mirabilandia... ce ne sono tantissimi in Italia, e ci sono anche parchi acquatici ugualmente amati e divertenti.

Lo scopo di trascorrere le proprie giornate in posti come questi è volutamente quello di staccare la spina, di sciogliere stress e tensioni per dedicarsi interamente al divertimento e allo svago.

E se starai attento anche in queste occasioni troverai alcuni spunti importanti che ti faranno capire le abilità del tuo team. La persona più organizzata, quella più decisa, quella più paurosa e insicura etc...

PANIC ROOM

Non so se conosci questo nuovo tipo di attività, non sono ancora molto diffuse, ma sono estremamente utili per unire e motivare il tuo team.

Lo scopo è ricreare una scena da film horror-thriller o meglio le situazioni mi ricordano molto il film *Saw l'Enigmista* (non so se lo hai mai visto), ma c'è poco di cui aver paura.

Sei in questa stanza dove avrai decine di rompicapo da sbrigare e risolvere per poter far aprire la porta entro un termine di tempo prestabilito.

Qui non vince l'individualità, ma lo spirito di gruppo, è la classica situazione da "l'unione fa la forza".

Tutti uniti per ottenere l'obiettivo e la vittoria è comune.

CORSO DI FORMAZIONE O MOTIVAZIONALE

Troppo spesso ci si ritrova a frequentare corsi in cui le aziende ci propongono solo i loro prodotti. Anche se ho sempre amato i lavori che facevo, devo ammettere che le informazioni che mi venivano spiegate duravano giusto 20 giorni o poco più e oltre alle competenze, ben poco mi rimaneva di quell'esperienza. Ho tratto i maggiori vantaggi nella mia crescita personale frequentando corsi di formazione e motivazionali che oltre le informazioni mi hanno fatto vivere un'esperienza senza precedenti.

Hai presente quando dopo aver fatto qualcosa di meraviglioso torni a casa ancora travolto dall'effetto "WOW" e racconti a tutti la tua esperienza tanto che quasi le altre persone vorrebbero provarla a loro volta?

my **FACTORY**



I materiali resistenti,
così come il design originale
e la gamma di colori riconoscibili,
sono le caratteristiche principali
dei giochi **Kiwi Walker**.

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 nella sezione "libro" e acquista subito la tua copia.



Oppure quando dopo un corso hai talmente un pieno di competenze che non avevi, che ti senti un passo deciso avanti agli altri?

Ecco, è esattamente questo quello che succede. Spesso i corsi aiutano proprio i collaboratori a comprendere meglio alcune dinamiche, oppure aiutano a condividere e sposare una nuova mentalità positiva orientata verso gli obiettivi e il successo.

RELAX E PASSIONI

Un'altra attività particolarmente consigliata è quella di creare un evento dedicato alla degustazione di cibo o vino, oppure a frequentare in gruppo un corso di cucina con uno chef stellato. O ancora trascorrere un giorno in una SPA relax dove gli sforzi del team possono essere premiati e possono rivelarsi anche un modo per consolidare il gruppo in un clima completamente distante da stress e sforzi.

ACCADEMIA

L'ho lasciata per ultima, ma la ritengo la prima in ordine di importanza. È un progetto che ho già testato con molte aziende e che ha portato enormi benefici a ognuna di esse.

Si tratta semplicemente di scegliere un giorno al mese (che può essere quello di chiusura oppure uno qualsiasi in cui si decide di non aprire la propria attività al pubblico), in cui il gruppo si riunisce per migliorare non solo le



proprie competenze ma per mettersi alla prova.

Ragionando non solo su dinamiche professionali legate alla vendita, al marketing o altro ma anche approfondendo le tematiche relazionali e di comunicazione.

Lo scopo è quello di incentivare lo spirito di gruppo, annientare le ruggini presenti tra alcuni componenti e alimentare entusiasmo e determinazione verso gli obiettivi dell'azienda, controllando e monitorando i progressi dei singoli e del gruppo e comprendendo quali rami davvero fioriscono e quali altri rischiano di rallentare la crescita della tua azienda.

Tra le lacune maggiori dei corsi di formazione c'è il tempo che separa i vari corsi, a volte mesi, a volte anni. La funzione del corso non è solo quella di acquisire competenze e informazioni ma anche quella di ricaricarti;

solo che sia le informazioni che l'adrenalina rimangono nel corpo e nella mente solo per i primi 20 giorni... e poi?

Lo scopo dell'Accademia è proprio quello di far crescere il tuo team esattamente come una piantina, protetta e curata quotidianamente perché possa fiorire nell'interesse della tua azienda.

POSITIVITÀ E NEGATIVITÀ

La tua azienda migliora con queste attività solo quando metti in campo le azioni con i tempi giusti e nella modalità corretta.

Queste attività di svago, riflessione, relax e formazione devono essere per te i momenti in cui meglio puoi analizzare i componenti del tuo team di lavoro: lontani dallo stress, dai ruoli professionali e dalla routine, potrai capire molto di più su come migliorare i tuoi talenti.

Motiva sempre il team a raggiungere un obiettivo comune e premia sempre il gruppo e non il singolo. Fai sentire i tuoi collaboratori parte di un progetto e premia la loro fiducia investendo del tempo con loro. Solo così potrai realmente essere ricambiato.



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



Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 54
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

TRACCIABILITÀ, INNOVAZIONE E SPECIFICITÀ

ALIMENTI FUNZIONALI E D'ECCELLENZA PER IL CANE E IL GATTO

NUTRIGENOMIC
SYSTEM
prolife

I nutrizionisti *Prolife* hanno condotto studi e ricerche finalizzate a individuare il miglior programma nutrizionale per ciascun animale, un "abito" su misura che ne rispetti la natura e che proprio dalla Natura tragga il suo principale spunto. *Prolife* si rinnova così integralmente e si arricchisce di preziosi contenuti tecnici e scientifici, frutto delle più avanzate ricerche condotte nell'ambito della nutrizione dei pet.

L'INNOVAZIONE

Per primi nel panorama mondiale, i nutrizionisti *Prolife* hanno declinato gli innovativi studi di 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 riattivarne le capacità funzionali. La nutrigenomica è una scienza nuova - per quanto fondata sulla Natura primordiale di ogni organismo - secondo la quale non esiste il miglior alimento in assoluto, quanto il migliore alimento per le specifiche esigenze del singolo individuo. Come funziona: una volta assimilate e poi metabolizzate, le molecole contenute nei vari cibi vengono utilizzate dall'organismo e sono in grado di interagire anche con il DNA andando a modificare il livello di attivazione dei geni; ne andranno cioè a influenzare l'accensione o il silenziamento, poiché direttamente in correlazione con fondamentali funzioni vitali. Influiranno quindi sul benessere dell'organismo.

ALIMENTI FUNZIONALI

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 LINEE

Tutti gli alimenti della nuova linea *Prolife* sono ricchi in carne fresca disossata e pesce fresco diliscato, per aumentarne la qualità e ridurre la percentuale di ceneri apportate dalla componente ossea. Si tratta di materie prime in origine destinate al consumo umano, pertanto di elevata qualità, scelte per aumentare l'appetibilità degli alimenti in modo naturale, senza dover ricorrere ad appetizzanti di sintesi. Non sono stati aggiunti additivi coloranti e conservanti: tutto è secondo Natura.

È stata inoltre esclusa qualsiasi materia prima che apporti glutine, per rispettare la natura del cane e del gatto e limitare così possibili sensibilità verso questi componenti e non sono stati aggiunti mais, frumento e prodotti caseari, per prevenire qualsiasi possibile reazione avversa.

Per le esigenze del cane viene proposta una gamma completa 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: per ogni tipologia sono proposti alimenti ricchi di gusto;



CATS & DOGS

TRACEABILITY, INNOVATION AND SPECIFIC PRODUCTS

Functional premium foods for dogs and cats

Prolife nutritionists carried out studies and researches aimed at defining the best possible nutritional program, tailored to every pet and respectful of its nature. *Prolife* is therefore totally renewed with the resulting technical and scientific discoveries in pet nutrition.

INNOVATION

For the first time ever, *Prolife* nutritionists applied innovative nutrigenomics studies to dogs and cats nutrition, in an effort to maximise the effect of nutrients on vital functions, in order to improve effectiveness or reboot their functional abilities.

Nutrigenomics is a brand new science - even if based on the primordial nature of elements - according to which there is no ultimate food as such, but only the best possible food to suit the specific needs of each individual.

Here's how it works: once absorbed and metabolised, food molecules are used by the body and can interact with DNA modifying the level of gene activation; they will therefore influence their silencing and starting, as they're directly linked to essential vital functions. Therefore, they'll affect wellbeing.

FUNCTIONAL FOODS

Alltech® Nutrigenomic System is a mix of synergic, organic and natural elements: active molecules that can support the starting or silencing of genes responsible for the main vital functions according to the life stage of dogs and cats. It's the result of research carried out by a joint team of Alltech® researchers (American leading brand of natural food supplements) and *Prolife* nutritionists. Each food contains a special blend of natural nutrients able to interact with the genes responsible for physiological functions crucial to the pet's life stage, from growth to adulthood and senility.

THE LINES

All foods in the new *Prolife* line are brimming with fresh boneless meat and fish, to improve quality and lower the ashes content provided by bones. All raw ingredients are for human consumption grade, therefore high quality, and were selected to increase palatability naturally, without artificial flavourings, colourings or preservatives. It is all according to Nature.

Recipes are also gluten free, to reduce the risk of sensitivities, and they don't include corn, wheat nor dairy products, to prevent adverse reactions.

Dog needs are met with a complete range that includes seven lines:

- **Smart** - for the various stages of life, from weaning to maintenance, and according to size. Delicious recipes for all breeds, from mini to maxi dogs;
 - **Dual Fresh** - a great innovation in pet food, recipes loaded with two types of unfamiliar fresh meat: *Goose and Beef, Salmon and Cod, Lamb and Buffalo, Pork and Turkey*. Flavour and wellbeing for adult dogs according to size;
 - **Sterilised** - sterilized dogs have specific nutritional needs, starting from a low calorie diet to prevent excessive weight often linked to this hormonal changes. *Prolife* has two specific solutions, loaded with fresh pork, for mini, medium and large dogs;
 - **Lifestyle** - is a mini-range for dogs with special needs linked to their life-style: for overweight or senior dogs, according to size;
 - **Sensitive** - sensitive dogs need a custom diet, therefore *Prolife* created recipes containing a single source of animal protein, boneless premium quality meats: lamb, rabbit and pork;
 - **Grain Free** - an increasing number of dogs seems to be suffering from sensitivity to grain and gluten, and as a matter of fact, in the wild they seldom feed on these ingredients. Hence *Prolife* created grain and gluten free recipes with a single source of animal protein, all according to life stage and size;
 - **Extreme** - two nutritional solutions created to support dogs primordial nature, a high quantity of animal protein mixed with a traditional grain. Boar, quail and pheasant, but also sturgeon, trout and salmon, with pulses, amaranth and quinoa. A perfect mix to once again discover the origins of wellbeing.
- Four specific lines for cats:
- **Lifestyle** - delicious nutritional solutions brimming with fresh chicken or fish, for kittens and adult cats;
 - **Dual Fresh** - recipes loaded with two kinds of fresh meat, to combine great taste and wellbeing: salmon and cod, lamb and trout, beef and chicken;
 - **Sterilised** - sterilised cats need a specific diet suitable for a sedentary lifestyle. For them *Prolife* created a line of specific recipes brimming with delicious fresh boneless meat and fish, and able to meet the needs of all sterilised cats;
 - **Exigent** - *Prolife* created two formulae for picky eaters, loaded with fine fresh boar, quail and pheasant, or salmon, trout and sturgeon.

ORIGIN, TRACEABILITY AND TRANSPARENCY

Prolife chose to disclose the origin of its raw ingredients through a system of traceable and trackable information. 90% of raw ingredients is of Italian origin. The origin of each ingredient can be found on the website: www.prolife-pet/origine or through the QR code on each packet.

- **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*. Un binomio di gusto e benessere per il cane adulto. Le referenze sono tutte studiate in base alla taglia dell'animale;
- **Sterilised** - il cane sterilizzato presenta esigenze nutrizionali specifiche a partire da un apporto calorico controllato, per evitare il sovrappeso spesso connesso a tale cambiamento ormonale. *Prolife* propone due soluzioni specifiche, ricche in maiale fresco, per cani mini e per soggetti di taglia media e grande;
- **Lifestyle** - è 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 a misura delle sue esigenze. *Prolife* gli dedica una linea di alimenti con una sola fonte proteica di origine animale, carni disossate di qualità: agnello, coniglio e maiale;
- **Grain Free** - con sempre maggior frequenza il cane manifesta sensibilità nei confronti di cereali e glutine: in natura infatti raramente si nutre di tali componenti. E per rispettare la sua natura *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 dell'animale;
- **Extreme** - due soluzioni nutrizionali pensate per rispettare la natura primordiale del cane, un'elevata percentuale di proteine di origine animale mixate a cereali antichi. Cinghiale, quaglia e fagiano, ma anche storione, trota e salmone, con legumi, amaranto e quinoa. Un mix perfetto per riscoprire le origini del benessere.



Quattro le linee specifiche per il gatto:

- **Lifestyle** - soluzioni nutrizionali 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 che asseconi il rinnovato fabbisogno e la frequente sedentarietà. *Prolife* risponde con una linea di alimenti specifici in grado di soddisfare le necessità di tutti i gatti sterilizzati: sensibili, in sovrappeso e anziani. Ricchi in deliziose carni fresche disossate e pesce fresco diliscato;
- **Exigent** - *Prolife* ha pensato anche ai soggetti più esigenti, con due alimenti ricchi in pregiate carni fresche di cinghiale, quaglia e fagiano, o salmone, trota e storione, secondo la vera natura dei felini.

ORIGINE, TRACCIABILITÀ E TRASPARENZA

Prolife ha deciso di rendere nota l'origine di tutte le materie prime con 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 o tramite il QR code presente su ciascuna confezione da oggi è possibile conoscere l'origine di tutti gli ingredienti presenti in ogni prodotto. (R.G.)

CREARE IL PUNTO VENDITA VINCENTE

UNICA PRESENZA ATTIVA PER IL SETTORE RETAIL, L'AZIENDA HA RINNOVATO LA PRESENZA A ZOOMARK INTERNATIONAL PER PRESENTARE SERVIZI DI PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI SOLUZIONI DI ARREDO PERSONALIZZATE



L'ARCHITETTO MATTEO SACCO, PROGETTISTA E COMMERCIALE STOREDESIGN, ALLO STAND MASIDEF
MATTEO SACCO, ARCHITECT, DESIGNER AND SALES MANAGER STOREDESIGN, AT MASIDEF STAND



Antonella Chielli, responsabile commerciale della Divisione Arredo StoreDesign - ha confermato che nel nostro Paese molti negozi, presenti sul mercato anche con realtà consolidate, fin ad oggi hanno pensato soprattutto ai prodotti e ai servizi ma solo ora, forse anche dopo aver visitato il nostro stand, si sono accorti di non aver focalizzato in modo adeguato i costi dovuti a spazi non organizzati. Abbiamo incontrato molti negozianti che hanno incrementato le referenze o i servizi, ma lamentano che il cliente non 'vede' quello che viene offerto e deve sempre ricorrere al personale che in punti vendita medio piccoli, con una presenza limitata di operatori, genera un dispendio di energie e costi. Uno spazio ben organizzato, invece, potrebbe in buona parte risolvere questo problema".

COMUNICARE UN'IDEA CHE PIACE

Progettare il pet shop vincente significa non solo vendere prodotti e servizi, ma anche comunicare un'immagine e creare un luogo in cui il cliente sia contento di entrare e possa uscire avendo trovato la soluzione ai suoi problemi. La comunicazione, infatti, è un altro punto cardine all'interno del punto vendita. Nella sua elaborazione del layout StoreDesign propone una serie di soluzioni per orientare il cliente, che completano lo spazio espositivo in modo personalizzato tenendo conto della superficie e delle singole realtà. StoreDesign è un professionista a 360 gradi, che segue tutta la progettazione, dallo studio dell'idea, alla fornitura e al montaggio degli arredi elaborando il concept più adatto all'attività del negozio e fornendo tutti gli accessori adatti a rendere visibili i prodotti e performante il punto vendita, comprese transenne, casse e cesti.

Tra le molte soluzioni espositive, sono piaciute le proposte per la vendita dei prodotti sfusi, molto in voga soprattutto nelle zone del Sud Italia, dal momento che l'azienda fornisce anche una consulenza sulle normative che regolano questo tipo di vendita, non sempre ben note agli operatori. (A.P.)

Quando si parla di strategie di vendita all'interno del pet shop si è coscienti del fatto che non sempre basta avere il prodotto giusto. È importante come questo prodotto viene presentato al cliente. La partecipazione a Zoomark International 2019 di StoreDesign by Masidef ha dato la possibilità ai negozianti di approfondire questo concetto e di vedere di persona quanto una buona esposizione possa migliorare le vendite.

SI RISPARMIA QUANDO IL PUNTO VENDITA È BEN ORGANIZZATO

Grazie alla forte presenza internazionale a Zoomark International, i progettisti StoreDesign hanno avuto conferma che all'estero questi concetti sono molto più diffusi che in Italia, con punti vendita organizzati e allestiti da strutture performanti.

"La nostra esperienza a Zoomark" - commenta

PET WORLD

CREATE A SUCCESSFUL SHOP

It is the only company dedicated to the retail sector. Masidef was present at Zoomark International once again to present its service of customized shop design

Successful sales strategies for shops do not only involve the right product. How the product is presented to customers is also important. StoreDesign by Masidef attendance at Zoomark International 2019 allowed retailers to learn more about the concept and to assess how a good presentation improves sales.

SAVE MORE IF THE SHOP IS WELL ORGANIZED

Thanks to the strong international presence at Zoomark International, StoreDesign planners assessed that these concepts are far more popular abroad than in Italy, with well-organized shops fitted with performing furniture.

"Our experience at Zoomark" - says Antonella Chielli, business manager of StoreDesign Furnishing Department - "proved that Italian retailers, even those present on the market for many years, thought more about products and services so far. Now, maybe also thanks to our stand, they realize they did not pay attention to costs related to badly organized space. We met many retailers who increased the product types or services, but complain about the fact that customers do not see the offer and need to address employees. In case of medium-small shops however, which employ a limited number of people, this causes a waste of energy and costs. Well organized shops might mostly solve such problem".

CONVEY THE RIGHT IDEA

Creating a successful shop does not mean to sell products and services, but also to convey an image and offer a place where customers are happy to enter and leave only after finding the right solution for their problems. Communication is another cornerstone of shops. As far as layout development is concerned, StoreDesign offers different solutions to guide customers, which complete the display area according to the surface available and the needs of each shop. StoreDesign professionally takes care of the whole planning: from idea study to furniture delivery and set up. The company develops the concept most suited for the shop and provides all accessories necessary to add product visibility and improve the shop performance, including transennas, boxes and baskets.

Among the ideas on show at the exhibition, the solutions to sale loose products were particularly appreciated. They are quite popular, especially in the South of Italy. The company also provide consultancy on the regulation of loose sale, which are not always clear to shop retailers.

A PROVA DI BAFFI

NOVITÀ NEL PANORAMA DEGLI SNACK PER GATTI: GUSTOSI FAGOTTINI E BOCCONCINI RICCHI DI ELEMENTI PREZIOSI PER LA LORO SALUTE

Il Rapporto Assalco-Zoomark, presentato in occasione di Zoomark International, ha confermato il momento più che positivo per il segmento degli snack per gatti. E Vitakraft, da sempre esempio di innovazione nel settore pet food, ha proposto le sue tre linee dal carattere esclusivo e trendy, con referenze davvero... da leccarsi i baffi.



SUPERFOOD, CHE PASSIONE!

Così come i "due zampe", anche gli amici a quattro zampe possono contare per la propria alimentazione sui cosiddetti superfood: cibi che per il loro contenuto di specifici nutrienti sono ritenuti dei veri e propri toccasana per la salute. Vitakraft li ha inseriti nelle sue linee *Crispy Crunch* e *Cat*

Yums, creando snack ideali da offrire come premio o coccola al micio di casa.

Crispy Crunch. Non esiste gatto che non ceda davanti al cremoso ripieno di questa linea di croccanti fagottini ora disponibili per i nostri amici di zampa in sei deliziosi gusti, tutti realizzati con ricette senza zucchero. Sono infatti proposte due nuove referenze superfood, prive di cereali, realizzate nelle varianti *Anatra & Aronia* e *Tacchino & Chia*. Indicate per animali con sensibilità alimentari, sono anche ricche di elementi indispensabili per la loro salute: le bacche di aronia, naturalmente ricche di antiossidanti, favoriscono la protezione delle cellule, mentre i semi di chia contengono preziosi acidi grassi omega 3 per una pelle sana e un pelo splendente. La linea propone inoltre due gusti *Classic con Salmone e Pollo* e due gusti *Healthy*, uno con *Malto* - utile a contrastare la formazione di boli di pelo - e uno con *Olio di Menta piperita*, contro tartaro e alitosi.

Gli snack *Cat Yums* non sono da meno, proposti anch'essi in una variante superfood. Realizzata con morbidi fagottini ripieni, oltre ai gusti con paté di *Fegato*, *Formaggio*, *Salmone* e *Pollo*, la linea si arricchisce infatti della nuovissima e golosa versione con *Anatra e Bacche di Sambuco*, una referenza ricca di antiossidanti utili per la protezione cellulare. *Triggles* è uno snack saporito e morbido, con tanta carne di tacchino o merluzzo. La sua particolarità è data dalla speciale forma che permette di spezzarlo facilmente in tre piccoli bocconi, esattamente a misura di gatto. Si triplica così il numero delle coccole! Non solo, lo speciale metodo di cottura lenta rende questa leccornia super morbida, adatta quindi ai gatti più difficili, che saprà conquistare uno ad uno.

Due sono le varianti, entrambe senza zucchero, in confezioni da 40 g: *Triggles con Tacchino*, con oltre il 30% di carne di tacchino e *Triggles con Merluzzo nero*, con oltre il 60% di pesce proveniente da fonti sostenibili certificate MSC. (M.F.)



GATS

MOUTh WATERING

great news in the world of snacks for cats: delicious dumplings and morsels loaded with precious elements able to support their health

The Assalco-Zoomark report, submitted during Zoomark International, confirmed the very positive phase for the cat snacks segment. And Vitakraft, always at the forefront of the pet food sector, presented its three exclusive, trendy lines with their mouth watering recipes.

SUPERFOOD, A PASSION!

Superfood, that is to say foods that are very beneficial to health, aren't only for humans: Vitakraft used them in its *Crispy Crunch* and *Cat Yums* lines, creating the ideal snacks to use as a treat or snack.

Crispy Crunch. No cat can resist the creamy filling of this line of crunchy dumplings, now available in six delicious, and sugar-free, varieties, including two new ones: *Duck & Chokeberry* and *Turkey & Chia*, both grain free and suitable for sensitive pets. Chokeberries are naturally brimming with antioxidants and support cell protection, whilst chia seeds contain omega 3 fatty acids for healthy skin and glossy coat. The line includes two further Classic varieties, *Salmon and Chicken*, and two Healthy ones, with *Malt* - to help prevent hairballs - e and one with *Peppermint Oil*, against calculus and bad breath.

Cat Yums are just as good and are available in a superfood variety of soft stuffed dumplings. Besides the varieties *Liver*, *Cheese*, *Salmon* and *Chicken*, the line now includes the latest recipe with *Duck and Elderberry*, brimming with antioxidants.

Triggles is a yummy soft snack with turkey or cod. Its shape was designed to make it easy to snap it in three smaller pieces, and the special cooking process makes its texture super soft and therefore suitable even for the pickiest of eaters.

Two varieties, both sugar free, both available in 40 g packs: *Triggles with Turkey*, with over 30% turkey meat, and *Triggles Elderberry and black Cod*, with over 60% of fish sourced from sustainable sources MSC certified.





SERICO, ONDULATO E FOLTO

DAL BAGNO AL TAGLIO, TUTTI I SUGGERIMENTI
PER PRENDERSI CURA DELLA CUTE E DEL PELO DI QUESTO TIPO DI MANTELLO

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 54
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**



Mai sottovalutare - o dimenticare - che per un mantello in splendida forma occorre avere cura anche della cute. I bagni regolari e completi di condizionatore mantengono la pelle idratata, nutrita, elastica, protetta e libera da unto in eccesso e desquamazioni, e quindi la preservano in salute.

Un tempo con i bagni frequenti si temeva di "togliere" il naturale sebo della pelle, ovvero quello strato che protegge cute e pelo del cane e del gatto dagli agenti esterni come il sole. Ma oggi esistono cosmetici in grado di eliminare sporco, smog, unto in eccesso e cattivi odori senza andare ad alterare le naturali difese del mantello, nel pieno rispetto della sua tipicità naturale.

LAVARE SENZA ALTERARE LA TESSITURA

Il consiglio è dunque quello di lavare e condizionare in assoluta tranquillità anche i mantelli serici, ondulati e folti, garantendo così piena salute e bellezza.

Le razze con questo tipo di manto sono quelle a cui appartengono i terrier come il kerry blue terrier. Il bagno consigliato per questi soggetti prevede un primo passaggio con *P.F. Whitening Shampoo*, ovvero un prodotto di tipo riflessante, e un secondo

passaggio con *Crisp Coat Shampoo* della linea cosmetica #1 All Systems, che lava senza alterare la tessitura donando maggiore corposità a quei soggetti che, non essendo in perfetta forma, presentano pelo floscio e necessitano di un intervento migliorativo.

P.F. Whitening Shampoo e *Crisp Coat Shampoo* sono altamente concentrati e si applicano previa diluizione. Il consiglio è di diluire in acqua tiepida circa 2-3 erogazioni di shampoo (1 erogazione = 15 ml), effettuare il lavaggio e poi il risciacquo finale.

UN MIX DI AGRUMI PER TOGLIERE LE IMPURITÀ

Dopo lo shampoo e prima del condizionatore, diluire 2 cucchiari di *Product Stabilizer* in un litro di acqua tiepida, versare sul mantello, lasciare in posa per 1 minuto e sciacquare. *Product Stabilizer* è una lozione composta da un mix di agrumi che libera pelle e mantello

da tutte le più piccole impurità, lasciando il pelo terso ed esaltando la naturale ruvidità del manto su tessiture crespe. Agisce in modo delicato, nel pieno rispetto di cute e manto, senza alterarne le naturali difese ed è ottimo come prodotto pre-taglio, poiché rende più precisa l'azione della forbice.

NUTRIMENTO, SOSTEGNO E VOLUME

Per la fase di condizionamento utilizzare *Super Rich Protein Lotion Conditioner*, un condizionatore che non unge, nutre con le sue proteine vegetali, dona sostegno e volume ove occorre, non altera la tessitura del manto e lo preserva in salute. È ideale per tutti i mantelli ruvidi perché permette di nutrire e proteggere senza ammorbidire la tessitura tipica e, se necessario, ne migliora la consistenza. In caso di razze che lo richiedano, *Super Rich Protein Lotion Conditioner* dona il volume e la corposità necessari. Con i suoi ingredienti di qualità è in grado di proteggere il pelo e mantenere il lavoro del toelettatore più a lungo nel tempo. Se ne consiglia l'utilizzo diluito, circa 2 erogazioni di prodotto in 1 litro d'acqua.

OGNI PELO AL SUO POSTO

Se oltre a proteggere il manto è necessario modellare, sostenere e mettere "al suo posto" ogni singolo pelo, questo tipo di tessitura richiede l'utilizzo di *3D Volumizing Spray*, che dona maggior sostegno e massimo volume modellando in modo naturale. Lo spray contiene ingredienti



Da lucido a opaco

Si rinnovano nel look i soffiatori *Blaster* e *Master Blaster* che hanno cambiato il rivestimento da lucido a opaco, per rendere l'apparecchio più robusto nel tempo a prova di antiestetici graffi. Ideali per l'asciugatura di tutti i mantelli, specialmente quelli più folti e difficili da trattare, i soffiatori *Blaster* e *Master Blaster*, in acciaio, sono affidabili e molto performanti, hanno una potenza di 4+4 cavalli e 1100 e 2200 W. Dotati di un tubo flessibile ed estensibile di ben 3 metri in neoprene, materiale flessibile e robusto praticamente indistruttibile, con bocchettone finale, sono disponibili in diversi modelli: su piedi, su ruote, con placca per fissaggio a muro, neri o colorati, velocità singola o con potenziometro. Il potente soffio regolabile velocizza notevolmente i tempi di asciugatura.



From glossy to matte

Blaster and *Master Blaster* blow dryers got a restyling too: their coat was changed from glossy to matte, to make them longer lasting and better scratch resistant. Ideal to dry all coats, especially thick and unmanageable ones, *Blaster* and *Master Blaster*, are made of steel, reliable and performing, with a 4+4 horse power and 1100 and 2200 W. Equipped with a 3 meter long neoprene flexible and extendable hose, very sturdy, nearly indestructible and available in various models: standing, with wheels, wall mounted, black or coloured, single speed or with speed potentiometer. Its powerful blow makes drying much faster.



#1 ALL SYSTEMS
Professional Pet Care Products

GROOMING TIPS

SILKY, WAVY AND THICK

From bath to haircut, tips for better caring for skin and coat with this type of coat

Never underestimate - or forget - that to get a gorgeous coat you should take care of the skin too. Regular baths followed by conditioning leave the skin moisturized, nourished, flexible, protected and free from excessive oil or flaking, therefore preserving skin health.

It was common a while back to be afraid of "removing" skin natural sebum, that is to say that layer of skin that protects dogs or cats skin and coat from external agents such as sunlight. But nowadays modern beauty products are able to remove dirt, pollution, excessive oil and bad smell while preserving coat natural defenses and respecting its nature.

WASHING WITHOUT ALTERING TEXTURE

It is therefore recommended to wash and condition normally, even in case of silky, wavy or thick coat, thus ensuring beauty and health.

Among the breeds with this type of coat are terriers, such as Kerry blue terrier. The recommended bath routine for this dog includes a first shampoo with *P.F. Whitening Shampoo*, a hairgloss treatment, followed by *Crisp Coat Shampoo* from the #1 All Systems cosmetic line, able to wash without altering texture and giving volume instead. *P.F. Whitening Shampoo* and *Crisp Coat Shampoo* are highly concentrated and should be applied diluted in warm water, about 2-3 doses of shampoo (1 pressing = 15 ml), wash and then rinse.

CITRUS MIX TO REMOVE IMPURITIES

After shampooing and before conditioning, dilute 2 spoons of *Product Stabilizer* in 1 litre of warm water, pour over coat, let it rest for about 1 minute, then rinse. *Product Stabilizer* is a lotion containing a citrus mix able to remove even the smallest impurity leaving the coat clean and highlighting its natural roughness on frizzy textures. It's gentle and respectful of skin and coat preserving natural defenses and it's ideal before a hair-cut, because it support a more precise scissor cut.

NOURISHING, SUPPORT AND VOLUME

Use *Super Rich Protein Lotion Conditioner*, non-oily, that will provide support and volume where needed thanks to its vegetable proteins, preserving texture and coat health. Ideal for all types of rough coats as it nourishes and protects without softening, and, when necessary, improves textures. If the breed requires it, *Super Rich Protein Lotion Conditioner* gives volume and body. Its quality ingredients protect fur and preserve your groomer work. Use diluted, about 2 doses in 1 litre of water.

PERFECT FUR

If besides protecting you need to shape, support and put each single hair back to "its proper place", this type of texture requires *3D Volumizing Spray*: its ingredients are very good for the coat and there's no need to remove it, not even after shows and beauty competitions.

Use #1 All Systems *Slick Brush* to brush, following the natural direction of the nap on the body, and against it on the legs, then use *Pin Brush* for the finishing touch.

FOR THE PERFECT CUT

Prepare coat for the cut by brushing and smoothing it perfectly. The only parts to be trimmed with a clipper are the head, ears and under the throat, simply use scissors everywhere else. Feel free to choose straight or bent scissors as you see fit; most people prefer a 21 or 22 cm long blade.

After "styling" the dog with your scissors, apply a tiny amount of *Invisible Styling Gel*, to reactivate natural waves. Use a *Chunker* type of scissors for the perfect finishing touch.

ottimi per il mantello quindi non ha bisogno di essere asportato, neanche in seguito all'utilizzo per esposizioni o gare di bellezza. Per spazzolare si consiglia #1 All Systems *Slick Brush*, un cardatore di qualità, da passare nel verso del pelo su tutto il tronco e contropelo sugli arti, per terminare poi con la spazzola *Pin Brush*, con cuscinetto in gomma, di tipo medio-morbido.

PER UN TAGLIO PRECISO

Per preparare il mantello alla fase del taglio occorre spazzolarlo e stirarlo perfettamente. Le uniche parti da trattare con la tosatrice sono il cranio, le orecchie e il sotto gola, per le altre zone si utilizzano le forbici. Si può scegliere liberamente una forbice dritta o curva secondo le proprie attitudini; solitamente si preferisce una lama lunga 21 o 22 cm.

Dopo aver "disegnato" il cane a forbice, applicare un velo di *Invisible Styling Gel*, gel leggero e modellante che riattiverà l'ondulazione naturale del pelo. Per terminare rifinire alcuni punti in modo da definire con precisione il taglio utilizzando una forbice di tipo *Chunker*, che lascia il pelo perfettamente liscio senza il rischio di buchi o onde indesiderate. (A.B.)



FORBICE DRITTA



FORBICE CHUNKER

toelettatura

la voce di: **Sonia Enrico**

in collaborazione con **Paola Acco**



Sonia Enrico
Cell. 3355870848
afghanhound@libero.it

I cani hanno sempre fatto parte della sua vita, fin dalla nascita. Ha frequentato la scuola di Paola Acco nel 2004 e in seguito, con il suo aiuto, ha iniziato la carriera nelle gare di toelettatura partendo dal Campionato Italiano a Verbania, dove ha vinto in classe Debuttanti con il cocker americano. Ha poi iniziato a girare l'Europa vincendo varie medaglie d'oro, argento e bronzo nelle classi Spaniel, Stripping e Forbice. Si è avventurata anche negli USA due volte vincendo la medaglia d'argento a Intergroom e la medaglia d'oro a Chicago, ambedue con il cocker americano. Ha vinto tre Best In Show: a Monaco nel 2007, a Montpellier con il cocker americano e in Italia nel 2013 con il Kerry Blue Terrier. È diventata Vice Campionessa Europea a Girona, Spagna, nel 2010. Ha fatto parte per tre volte della squadra italiana ai Campionati Mondiali: nel 2009 a Monaco come riserva; nel 2011 a Kortrijk, Belgio, dove si è classificata al primo posto nella categoria Spaniel (la squadra ha ottenuto il quarto posto) e nel 2013 a Barcellona dove la squadra ha ottenuto il sesto posto. Nel 2013 il suo sogno è diventato realtà quando, su 45 campioni provenienti da tutta Europa, ha vinto la Oster European Tournament of Champions. Attualmente fa parte dell'Artero World Team. Lavora in un pet shop nel centro di Torino.

TOELETTARE IL KERRY BLUE TERRIER



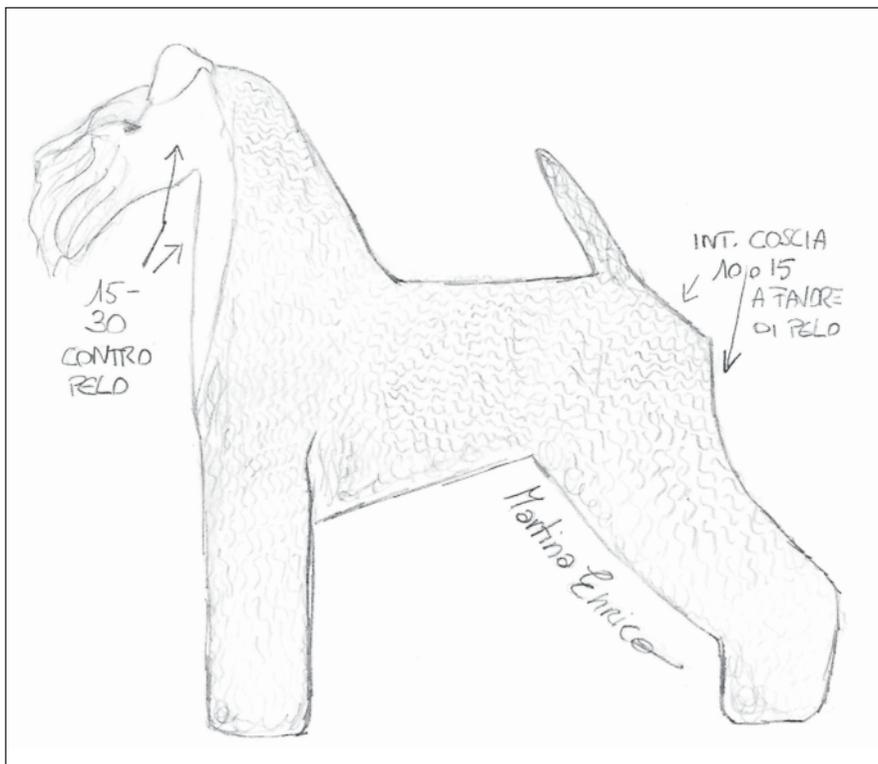
Si tratta di un cane di importante struttura e potenza, dotato di ottimo torace e muscolatura ben sviluppata, ben angolato sia nella parte anteriore che in quella posteriore, da cui deriva un movimento sciolto e ampio. Il kerry blue non è stato selezionato solo per la tana: questa razza è sempre stata utilizzata e apprezzata sia come ottimo cane da guardia che come compagno di lavoratori della terra. La toelettatura del kerry blue si effettua esclusivamente con forbici dritte, dentate a denti larghi (circa 32 denti) e la tosatrice con lame 15 o 30 Oster o Andis (o simili). L'aspetto generale deve essere quello di un cane compatto e forte.

Una caratteristica della razza è la qualità del pelo: quelle particolari onde, soprattutto sul corpo, che richiamano l'astrakan (pelliccia ottenuta con le pelli della pecora nera

dell'Asia Centrale con un vello lucido e corto), e le varie tonalità del blu.

Si parte con le rasature: dalla punta dello sterno, in contropelo, con la lama 15 o 30 (dipende dalla struttura del cane) fino ad arrivare sotto l'angolo delle orecchie formando un triangolo. Con la stessa testina, sempre contropelo, rasiamo poi il massetere fino all'angolo esterno dell'occhio e alla commessura labiale. Per le orecchie, in base allo spessore della cartilagine (più è pesante e spessa, più la rasatura sarà corta), usiamo la 15 o





la 30 sia per l'esterno che per l'interno. Sempre con la tosatrice e con le stesse testine, andiamo a rasare l'interno della coscia fino al muscolo, arrivando poi allo scudetto perianale e fin sotto l'attaccatura della coda.

Terminato il lavoro con la tosatrice, iniziamo con le forbici dritte partendo dalla parte posteriore, segnando l'angolazione della natica e scendendo fino alla punta del garretto, che dovrà essere corto; la parte anteriore della coscia dovrà mostrare una curva che servirà a evidenziare la potenza del posteriore che allo stesso tempo dovrà risultare armonioso. Portiamo la curva della grassella più avanti per rendere visibilmente il cane più corto e raccolto.

Nella parte del corpo segniamo

leggermente il punto vita senza che risulti troppo evidente guardando il cane dall'alto; la linea inferiore deve invece essere dritta e partire dalla grassella fino al gomito, dove andremo a segnare l'inserimento della spalla dando più slancio alla gamba anteriore. Il pelo sulle spalle sarà molto corto (si può addirittura utilizzare la tosatrice con una lama 7F) e andrà ad amalgamarsi con la linea esterna delle zampe che lavoreremo, inizialmente, dal basso verso l'alto cercando di creare il tipico anteriore a cilindro. Quando il cane sarà in movimento non dovrà "uscire" nessun ciuffo di pelo dai gomiti, garantendo così un andamento corretto.

Il collo sarà più sottile nel congiungimento con la testa e andrà allargandosi verso il garrese; è questo che dona eleganza alla razza ed è per questo che non si deve lasciare troppo pelo e, soprattutto quando il cane muove la testa, ai lati del collo non deve afflosciarsi (indice che ce n'è in eccesso). Per poter effettuare una giusta discesa, spingiamo delicatamente la testa del cane all'indietro fino a che testa e collo risultino sulla stessa linea, e partendo proprio dall'occipite tagliamo tutto il pelo in eccesso fino al garrese, seguendo la linea naturale del collo. Rimettiamo poi in posizione naturale la testa e controlliamo eventuale pelo in eccedenza. La linea del collo non deve essere interpretata come una 'cresta' e quindi carica di pelo: è infatti una delle caratteristiche peculiari della razza, che la rende così particolare e attraente.

La testa deve essere rettangolare; la parte superiore va lavorata con forbice dentata cercando di uniformarla al collo creando una linea continua senza stacchi. Il ciuffo parte dall'angolo esterno dell'occhio, da quello destro a quello sinistro, tra cui bisogna creare un piccolo triangolo (non una linea retta), questo servirà a conferire maggior lunghezza al cranio che dovrà essere piatto. La barba partirà dalla commessura labiale, andando a sagomarla per rendere la testa più lunga e affusolata.

Il petto, visto di profilo, dovrà risultare dritto.

Per dare l'effetto "astrakan" al pelo del corpo consiglio, con l'utilizzo di uno spruzzino, di bagnarlo con semplice acqua e poi di 'accarezzarlo' con un cardatore. Importante è anche la preparazione del pelo durante il bagno, e fondamentale è l'asciugatura.

Nei disegni in queste pagine si possono notare i punti di partenza delle rasature e la linea generale del cane, che è molto soggettiva, ma deve rimanere fedele allo standard della razza.

Personalmente amo molto il kerry blue per le sue forme e il suo carattere ed è per questo che mi piace toelettare questa razza anche perché, sebbene lavorato completamente a forbice, si possono accettare piccole "sbavature" di lavorazione.





Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 54
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

MANGIARE MEGLIO PER VIVERE MEGLIO

ALIMENTI SECCHI PER CANI E GATTI, ISPIRATI ALLA FILOSOFIA OLISTICA

Se è vero che "siamo quel che mangiamo" è anche vero che nutrirci in maniera adeguata, sana e ben bilanciata ci permette di vivere meglio. Questa è la filosofia che sta alla base dei prodotti *Pronature Holistic*, realizzati in Canada dalla PLB International, azienda a conduzione familiare fondata nel 1969.



L'AZIENDA

Grazie a una lunga esperienza e all'impegno dedicato al raggiungimento dell'eccellenza del prodotto, PLB International è all'avanguardia nell'industria della produzione di alimenti per animali domestici. Ogni fase del processo produttivo viene accuratamente monitorata: dalla selezione delle migliori materie prime provenienti da fornitori

accreditati a un rigoroso controllo della qualità applicato fino allo stoccaggio dei prodotti finiti, con la sicurezza che ogni lotto prodotto sia conforme agli elevati standard qualitativi aziendali.

LA LINEA ISPIRATA ALLA NATURA E ALL'AMORE PER I PET

Pronature Holistic propone una linea di prodotti unici, genuini, nutrienti e soprattutto molto appetibili.

Formulato con biotecnologie naturali, *Pronature Holistic* è un alimento benefico unico nel suo genere, ispirato alla filosofia olistica e basato su un approccio multidisciplinare con un'integrazione di elementi nutraceutici, che mira ad assicurare uno stato di benessere e una condizione corporea ottimale.



LE FORMULE

Le formulazioni - sviluppate da un team di veterinari, agronomi e biologi - non includono alcun tipo di sottoprodotti, né coloranti chimici o artificiali. Gli ingredienti sono accuratamente selezionati: carne fresca proveniente da allevamenti certificati (pollo, tacchino e anatra alimentati con cereali biologici) e prodotti ittici freschi consegnati direttamente al sito produttivo; riso integrale e selvatico ricco di elementi nutritivi, orzo perlato e glume di avena; inoltre una miscela di fini erbe aromatiche biologiche, frutta e verdura, che migliorano il gusto e apportano le vitamine e i macro e micro-minerali essenziali per il benessere dell'animale.

CATS & DOGS

EATING BETTER TO LIVE BETTER

Dry formulae for dogs and cats, inspired by the holistic philosophy

If it's true that "We are what we eat", it is also true that a healthy and balanced diet will help us live better. This is the philosophy behind *Pronature Holistic*, a line of products made in Canada by PLB International, a family business established in 1969.

THE COMPANY

With its long standing expertise and commitment to achieving the best, PLB International is at the forefront in the pet food industry. Each phase of the manufacturing process is carefully monitored: from the selection of the best raw ingredients from trusted suppliers to thorough quality controls up to warehousing, thus ensuring each lot is up to the company high standards.

A LINE INSPIRED BY NATURE AND LOVE FOR PETS

Pronature Holistic includes a line of unique products, genuine, nutritious and delicious.

Formulated with natural biotechnologies, *Pronature Holistic* is a one of a kind beneficial food inspired by the holistic philosophy and based on a multidisciplinary approach supplemented with nutraceuticals, in an effort to ensure optimum wellbeing and fitness.

THE FORMULAE

Formulae - developed by a team of vets, agronomists and biologists - don't include any kind of by-products, nor chemical or artificial colourings. Ingredients are carefully selected: fresh meat from certified breeding farms, (chicken, turkey and duck fed with organic grains) and fresh fish directly delivered on site; brown and wild rice brimming with nutrients, barley and oats; also a fine mix of organic herbs, fruits and vegetables, that improve flavour and provide vitamins as well as essential macro and micro-minerals to support pets wellbeing.

Pronature Holistic recipes meet the needs of our pets from puppyhood to adulthood and elder age. The main formulae are *Chicken and Sweet Potatoes*, *Salmon and Brown Rice*, *Orange Duck*, *Turkey and Cranberries*, *White Fish and Wild rice*.

THREE NEW RECIPES

The traditional *Pronature Holistic* line now includes 3 next generation recipes inspired by the basics of the healthiest international diets, single protein and grain free, suitable for sensitive or intolerant pets:

- *Pronature Holistic Mediterranée*: a formula based on the principles of the Mediterranean diet, whose secret is a correct balance of fibres, antioxidants and proteins. *Pronature Holistic Mediterranée* has fish as the only source of proteins (menhaden and salmon), brimming with proteins and omega-3 fatty acids in a digestible grain free recipe loaded with those beneficial natural ingredients traditional to the Mediterranean culture.

- *Pronature Holistic Nordikö*: formulae based on the principles of the Nordic diet and its harmony with nature which provides beneficial nutrients able to help counteract the most common diseases. The only source of protein in *Pronature Holistic Nordikö* is turkey, loaded with proteins and essential aminoacids in a digestible grain free recipe able to support wellbeing in dogs and cats.

- *Pronature Holistic Asiato*: based on Asian nutrition, with its large use of fish and vegetables and perfectly balanced flavours; a traditional diet renowned for the prevention of some chronic diseases and types of cancer, diabetes and cardiac disorders. The only source of protein in *Pronature Holistic Asiato* is fish (menhaden and salmon), loaded with proteins and omega-3 fatty acids in a digestible grain free recipe brimming with beneficial natural ingredients traditional to the Asian culture and able to support pets wellbeing.



Semplicemente Naturale!



Le ricette di *Pronature Holistic* soddisfano ogni esigenza dei nostri amici a quattro zampe, dal cucciolo fino al cane o gatto anziano. Le principali formule proposte sono Pollo e Patate dolci, Salmone e Riso integrale, Anatra all'arancia, Tacchino e Mirtilli rossi, Pesce bianco e Riso selvatico.

TRE NUOVE RICETTE

Alla linea classica di *Pronature Holistic* si affiancano ora 3 ricette di nuova generazione, ispirate ai fondamenti delle diete internazionali più salutari, monoproteiche e senza cereali, ideali per soddisfare i bisogni di cani e gatti con allergie alimentari o intolleranze:

- *Pronature Holistic Mediterranea*: alimenti formulati in base ai principi dell'alimentazione mediterranea il cui segreto è il corretto bilanciamento di fibre, antiossidanti e proteine. *Pronature Holistic Mediterranea* contiene come unica fonte proteica il pesce (menhaden e salmone), ricco di proteine e acidi grassi omega-3 in una ricetta senza cereali altamente digeribile ricca di elementi naturali benefici radicati nella cultura mediterranea.
- *Pronature Holistic Nordikö*: ricette formulate in base ai principi dell'alimentazione dei paesi nordici il cui segreto è la sintonia con la natura da cui si traggono alimenti benefici per l'organismo che aiutano a contrastare le patologie più comuni. *Pronature Holistic Nordikö* contiene come unica fonte proteica la carne di tacchino, ricca di proteine e amminoacidi essenziali in una ricetta senza cereali e altamente digeribile che grazie all'inclusione degli elementi naturali benefici della tradizione alimentare nordica favorisce il completo benessere di cani e gatti.
- *Pronature Holistic Asiatic*: alimenti formulati in base ai principi dell'alimentazione asiatica il cui segreto è l'ampio consumo di pesce e verdure con una combinazione di sapori perfettamente equilibrata; una dieta tradizionale rinomata per la prevenzione di alcune malattie croniche come certe forme di cancro, il diabete e patologie cardiache. *Pronature Holistic Asiatic* contiene come unica fonte proteica il pesce (menhaden e salmone), ricco di proteine e acidi grassi omega-3 in una ricetta senza cereali altamente digeribile, che grazie all'inclusione degli elementi naturali benefici radicati nella cultura asiatica favorisce il completo benessere del vostro amico a quattro zampe. La linea di alimenti *Pronature Holistic* è distribuita in Italia da Disegna Group di Lunardon Domenico. (L.D.)

Pronature

Holistic

**A WORLD OF WISDOM
IN EVERY BITE**

UNIQUE
GRAIN FREE PET FOOD
Inspired by the Healthiest
International Diets



Trova negozio by Zampötta

È il servizio 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. 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

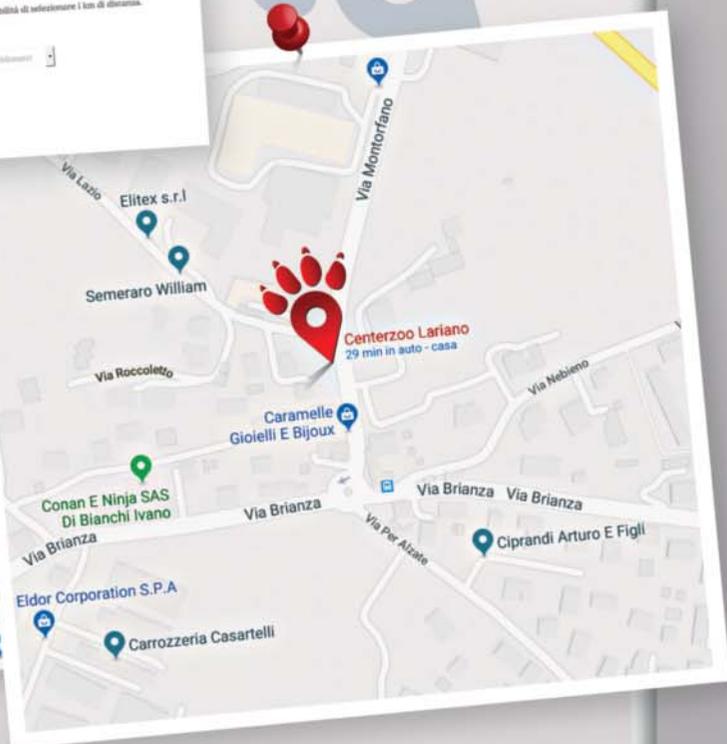
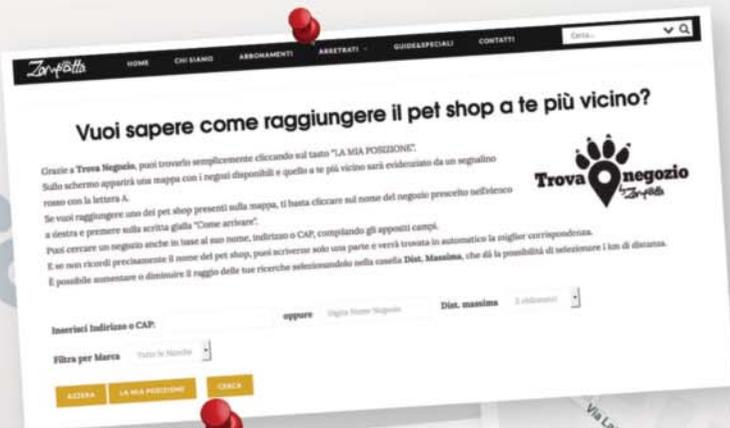


Visita subito il sito www.zampotta.it/trovanegozio e verifica se il tuo negozio è già online. Se non è ancora presente, contattaci al numero **3289226601** oppure via email a valeria.longhi@zampotta.it e provvederemo a inserire immediatamente i tuoi dati.

Da oggi tantissimi vantaggi esclusivi per il tuo negozio:



PIÙ CLIENTI PIÙ VENDITE PIÙ SERVIZI



IL MEGLIO DI SCIENZA E NATURA

PRESENTATA IN UNA CONFERENZA STAMPA
LA NUOVA GAMMA CHE SFRUTTA I BENEFICI NATURALI DI ALCUNI SUPERFOOD
QUALI ALGA SPIRULINA, SPINACI, OLIO D'OLIVA E DI SEMI DI LINO

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 54
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**



I prodotti naturali hanno assunto ad oggi sempre più rilevanza, sia nell'ambito della nostra alimentazione che in quella dei nostri pet. Ed è proprio per andare incontro a questa esigenza che Purina, grazie all'esper-

ienza maturata in oltre 90 anni di ricerca, ha sviluppato *Pro Plan Nature Elements*, una nuova gamma di alimenti che sfrutta i benefici naturali di alcuni superfood. Per presentare l'innovazione di prodotto Purina ha organizzato, lo scorso 4 giugno, una conferenza presso I Chiostrì di San Barnaba a Milano. Grazie alla presenza di Sara Cordara, biologa nutrizionista ed esperta in scienza dell'alimentazione e di Guido Poncini, Medico Veterinario Purina, sono state messe a confronto alimentazione umana e animale.

BENEFICI SPECIFICI PER VIVERE MEGLIO

Per l'uomo e per i suoi amici animali negli ultimi anni la ricerca di prodotti naturali è diventata sempre più ampia. Alla natura si aggiunge la scienza che, con ricette bilanciate dal punto di vista nutrizionale, studia prodotti che associno al meglio i superfood a nutrienti proteici, necessari ai bisogni delle diverse specie.

"Un'alimentazione equilibrata nei macro e nei micronutrienti" - ha commentato Sara Cordara nel corso della conferenza stampa - "non ha solo una valenza nutrizionale, ma permette anche di apportare effetti benefici, prevenire carenze o patologie specifiche. Adirittura, ci sono alcuni ingredienti che hanno un effetto su una o più funzioni specifiche dell'organismo, migliorando il suo stato di salute. La natura ci viene dunque spesso incontro e per questo è importante che l'esperienza e la competenza scientifica siano applicate al meglio per cogliere i benefici di alcuni alimenti nella loro massima biodisponibilità".

Con *Pro Plan Nature Elements* Purina, grazie alle proprie competenze scientifiche, apporta ancora una volta innovazione nel segmento del secco cane. "Il cane non è onnivoro come l'uomo" - ha spiegato il dott. Guido Poncini - "ma un semi-carnivoro adattato, e necessita pertanto nella sua alimentazione di uno specifico bilanciamento di nutrienti, sapientemente mixati per ogni sua particolare esigenza".

DOGS

THE BEST FROM SCIENCE AND NATURE

A press conference saw the launch of Purina latest range that makes the most of the natural beneficial effects of superfoods such as spirulina, spinach, olive oil and flaxseed

Natural products are increasingly popular in both human and pet nutrition. Following this trend and need, Purina, thanks to its 90 years expertise in research, developed *Pro Plan Nature Elements*, a new range of products that uses the natural benefits provided by some super foods.

To launch its latest innovation, Purina organized a press conference in Milan, Chiostrì di San Barnaba, this past 4th of June. Sara Cordara, biologist and nutritionist and expert in nutrition sciences and Guido Poncini, Purina Veterinarian, helped compare pet and human nutrition.

SPECIFIC BENEFITS TO IMPROVE LIFE

The demand for natural products for human and pets increased in the past few years, and research followed the trend. Science goes alongside nature, providing nutritionally balanced recipes and developing products able to combine superfood and protein nutrients, necessary to meet the needs of various breed. "Besides being nutritionally important, a balanced diet with macro and micronutrients" - said Sara Cordara during the press conference - "provides beneficial benefits, helps prevent insufficiencies or specific disorders. There are even ingredients able to affect one or more specific body functions, therefore improving health. Nature often comes to the rescue, that's why it's important that expertise and science are used at their best, to make the most of the beneficial effects of foods at the top of their bioavailability".

Thanks to its scientific expertise, Purina brings innovation once again to the dry formula for dogs segment with *Pro Plan Nature Elements*. "Dogs aren't omnivorous like men" - explained dr. Guido Poncini - "but adapted semi-omnivorous, therefore they need a specific balanced intake of nutrients in their diet, carefully mixed to meet their needs. With *Pro Plan Nature Elements* we wanted to do more, combining experience to the beneficial effects provided by nature, creating formulae that add specific benefits, from natural superfoods, to premium ingredients. The best of science combined to the best of nature to better meet their needs every day".

za. Con *Pro Plan Nature Elements* abbiamo voluto fare un passo in più, unendo l'esperienza ai benefici della natura, giungendo a formulazioni che a ingredienti di grandi qualità fondamentali per i nostri amici a quattro zampe aggiungono i benefici specifici apportati da alcuni superfood naturali, presi 'in prestito' dall'alimentazione umana, unendo il meglio della scienza al meglio della natura per rispondere sempre meglio ai loro bisogni specifici".

FOCUS SUI SUPERFOOD

Alga spirulina, spinaci, olio d'oliva, olio di semi di lino, integrati con altri componenti selezionati - come manzo, salmone e agnello - sono i protagonisti della nuova gamma *Pro Plan* pensata per rispondere ai bisogni specifici del cane, cucciolo o adulto, di taglia piccola e mini o media e grande.



● *Purina® Pro Plan® Natural Defence* - alimento ricco in manzo con olio di oliva, aiuta a mantenere il cuore e i muscoli sani grazie alle proteine di alta qualità. L'olio di oliva, ricco di acidi grassi dalla riconosciuta attività antiossidante, combinato con ingredienti chiave come il manzo e l'olio di pesce, aiuta a supportare le difese naturali e il mantenimento del corretto peso corporeo in modo da controllare lo stress sulle articolazioni per la vita attiva del cane. La ricetta è formulata per un'igiene orale completa;



● *Purina® Pro Plan® Regular Digestion* - alimento ricco in agnello con alga spirulina, facilita il regolare transito intestinale grazie a un mix bilanciato di fibre e promuove una buona qualità delle feci grazie alle fibre e all'argilla naturale. Il concentrato di acidi grassi, sali minerali e vitamine dell'alga spirulina ha la proprietà di aiutare a proteggere la microflora intestinale e a supportare le difese immunitarie e, combinato alle proteine nobili dell'agnello e alle fibre, favorisce la regolarità digestiva. La ricetta è formulata senza frumento. (G.P.)

La spirulina è un'alga azzurra - anche se appare di colore verde per l'elevato contenuto di clorofilla - ricca di biliproteine, proteine vegetali che sono state predigerite dall'alga stessa e che, grazie a questo, permettono una migliore assimilazione da parte dell'organismo. Si tratta di una vera miniera di vitamine (betacarotene, vitamina D, vitamina K e vitamina E), che contiene anche acidi grassi essenziali, minerali come il ferro e oligoelementi e ha inoltre la funzione di migliorare la microflora intestinale. Queste proprietà, così come quelle dell'olio di oliva, definito "re della dieta mediterranea", degli spinaci, dell'olio dei semi di lino rispondono alle necessità, per quanto differenti, sia dell'uomo che di altre specie.

Tutte le ricette *Pro Plan Nature Elements*, la cui vendita è riservata ai negozi specializzati, sono disponibili nella versione Small & Mini e Medium & Large:

● *Purina® Pro Plan® Balanced Start* - alimento ricco in agnello con spinaci, aiuta a supportare le difese naturali e lo sviluppo di ossa e denti sani per superare le sfide quotidiane. Gli acidi grassi essenziali dell'olio di pesce, che aiutano lo sviluppo di cervello e vista, combinati alle proteine nobili dell'agnello e ai sali minerali degli spinaci, offrono il profilo nutrizionale ideale per la crescita del cane;

● *Purina® Pro Plan® Derma Care* - alimento ricco in salmone con olio di semi di lino, migliora la tolleranza alimentare grazie a più dell'80% delle proteine animali che provengono dal salmone. La combinazione dell'acido linoleico dell'olio di semi di lino con le proteine, le vitamine del gruppo B, lo zinco e gli omega 6 del salmone, noti per aiutare a migliorare l'effetto barriera della cute, favorisce una pelle idratata e un pelo più lucente e setoso;



FOCUS ON SUPERFOODS

Spirulina, spinach, olive oil, flaxseed oil, together with other selected ingredients such as beef salmon and lamb, are at the core of the new *Pro Plan* range created to meet the specific needs of dogs, puppy or adult, small, mini, medium or large breed.

Spirulina is a blue seaweed - even though it's green in colour because of its high chlorophyll content - loaded with biliproteins, vegetable proteins that were pre-digested by the seaweed itself and that for this reason are easily absorbed. It's a treasure of vitamins (beta-carotene, vitamin D, vitamin K and vitamin E), with essential fatty acids, minerals such as iron and oligo-elements and it also improves intestinal microflora. These properties, together with those from olive oil, the so-called "king of the mediterranean diet", spinach and flaxseed oil meet the different needs of men as well as those of other animal species.

All *Pro Plan Nature Elements* recipes, sold exclusively in specialized shops, are available in the variety Small & Mini and Medium & Large:

● *Purina® Pro Plan® Balanced Start* - brimming with lamb and with spinach, helps support natural defences and healthy bones and teeth. Essential fatty acids from fish oil, that support development of brain and eyesight, combined to fine proteins from lamb as well as minerals from spinach provide the ideal nutritional solution to support dogs' growth;

● *Purina® Pro Plan® Natural Defence* - loaded with beef with olive oil, helps support healthy heart and muscles with its high grade proteins. Olive oil, brimming with fatty acids renowned for their antioxidant action, combined with key ingredients such as beef and fish oil, helps support natural defenses and maintain ideal weight, keeping joint stress under control. The formula is designed for complete oral care;

● *Purina® Pro Plan® Derma Care* - loaded with salmon and with flaxseed oil, improves food tolerance with its over 80% of animal protein from salmon. The combination of linoleic acid from flaxseed oil with proteins, group B vitamins, zinc and omega 6 from salmon, renowned to improve skin barrier effect, supports moisturized skin and glossy coat;

● *Purina® Pro Plan® Regular Digestion* - brimming with lamb and with spirulina, supports regular intestinal transit thanks to a balanced mix of fibres and ensures healthy stools with its fibre and natural clay. The concentrated blend of fatty acids, minerals and vitamins from spirulina helps protect intestinal microflora and supports immune defenses and, combined with lamb's high grade protein and fibres, supports regular digestion. The recipe is wheat free.

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.

SEI UN NEGOZIANTE EQUILIBRISTA?

Pensa a un funambolo...

Se sei andato al circo anche una sola volta nella tua vita, hai ben presente di cosa sto parlando. Un uomo che cammina su un filo con un contrappeso in mano che gli consenta di non cadere nel vuoto.

Ora immagina quel funambolo con in mano una tigre che cerca di morderlo, uno zaino di 60 kg sulla schiena e lava rovente sotto i suoi piedi. Ce l'hai bene in mente?

In questo modo stai immaginando la situazione di moltissimi negozianti italiani. In che senso?

Era solo un'immagine che mi serviva per farti visualizzare una situazione molto comune in Italia, alla quale ho fatto caso in maniera particolare pochi giorni fa.

Vedi, qualche giorno fa ho ricevuto un messaggio da un negoziante che stava palesemente camminando su una fune tesa fra due estremi, con tutta una serie di difficoltà a impedirgli di fare il suo lavoro.

Per comodità gli daremo un nome fittizio a scelta, Ernesto può andare bene.

Ho vari casi che mi sottopongono quotidianamente molto simili al suo, ma ho deciso di parlarti di questo nello specifico perché opera nel tuo stesso settore, dunque penso ti possa essere più d'aiuto.

Entriamo nel vivo della questione. Ora ti presenterò le domande che ho posto a Ernesto; vorrei che tu, oltre a leggere le sue parole, rispondessi per quello che concerne la tua attività.

Pronto? Iniziamo.



DOMANDA NUMERO 1: SE DOVESSI IDENTIFICARE UN PROBLEMA PIÙ IMPORTANTE DEGLI ALTRI, QUALE MI INDICHERESTI COME PRIORITARIO?

La risposta è quella di moltissimi negozianti: "La mancanza di liquidità".

Le cause però possono essere molto diverse. C'è chi fatica ad avere i soldi che servono alla sua attività per andare avanti perché non ha clienti, perché magari gli sono stati portati via da un nuovo grande magazzino, da un'apertura improvvisa di un concorrente in zona. C'è chi invece ne ha moltissimi, ma vende i suoi prodotti con dei margini non sostenibili per il negozio. C'è chi viene tenuto sotto scacco da fornitori molto più potenti di lui.

Chi ha avuto delle difficoltà a seguito della crisi del 2008 e sta ancora cercando di rimettersi in piedi.

Qualunque sia la causa, la mancanza di liquidità è un problema... e no, non pensare di poterlo risolvere chiedendo un finanziamento in banca come se nulla fosse.

Gettare denaro nelle casse, quando non si ha una struttura ben salda alle spalle è come cercare di riempire d'acqua un secchio con un buco... completamente inutile.

I soldi spariranno, esattamente come hanno fatto fino a quel giorno. Per carità, ci sono dei casi in cui chiedere un finanziamento è necessario, come quando hai intenzione di fare un investimento o lanciare in grande stile un nuovo progetto dopo aver testato la profittabilità dell'iniziativa, ma il prestito della banca non rappresenta certo la fine dei tuoi problemi, se sei in una situazione di tensione finanziaria.

DOMANDA NUMERO 2: PERCHÉ RITIENI CHE SIA PRIORITARIO QUESTO PROBLEMA?

Ernesto dice: "Perché lavoriamo, i clienti entrano, ci sono - ma siamo sempre alla rincorsa dei pagamenti e dei debiti. Per esempio ottobre 2018 e gennaio 2019 sono stati mesi con incassi molto al di sotto della media (-30%) cosa che ci ha messo in seria difficoltà con i pagamenti dei fornitori e non solo".

Se hai molti clienti, ma continui ad avere mancanza di liquidità, questo è il sintomo di qualcosa di ben più grave.

Trovarti a rincorrere i clienti per i pagamenti arretrati, le fatture insolute e le contestazioni presentate ad arte ti trasforma in quell'equilibrista di cui parlavamo all'inizio.

Questo comporta anche che tu fatichi a fare il tuo lavoro giorno dopo giorno, sballottato da un appuntamento all'altro alla ricerca di un modo per tenere tutto in equilibrio.

È davvero possibile in una situazione del genere occuparti della crescita del tuo negozio?

DOMANDA NUMERO 3: COSA HAI PROVATO A FARE PER RISOLVERLO? COSA NON HA FUNZIONATO?

Ernesto risponde: "Abbiamo lavorato per abbassare il magazzino e abbiamo diminuito il numero di fornitori in modo da poter aumentare il margine".

La strategia attuata da Ernesto non è del tutto errata, ma non tiene in considerazione un elemento fondamentale: il potere del fornitore. È giusto infatti avere come obiettivo quello di marginare di più, ma riducendo il numero di fornitori non fai altro che aumentare la tua dipendenza da loro.

Cosa succederebbe se domani uno di loro iniziasse a pretendere pagamenti anticipati? Dovresti concederglieli, mettendo a repentaglio l'equilibrio delle tue casse.

Cosa fare, dunque?

Fra qualche riga ti suggerirò un piano d'azione dettagliato per un caso simile a quello di Ernesto e ti dirò come puoi aumentare i margini grazie a un marketing fatto alla Frank senza ritrovarti sottomesso ai tuoi stessi fornitori.

DOMANDA NUMERO 4: QUALE OBIETTIVO VORRESTI RAGGIUNGERE?

La risposta è: "Ottimizzare una gestione che permetta di creare cassa per far fronte a imprevisti o sostenere mesi di incassi bassi".

Questo dovrebbe essere anche il tuo preciso obiettivo.

In questi 11 anni di attività mi è capitato spesso di avere a che fare con negozianti che lavorano seguendo i ritmi delle stagioni e non sto parlando solo di gelaterie, piscine o attività legate alle temperature e al turismo.

Tutti noi abbiamo alti e bassi. C'è chi ha picchi sotto Natale, chi ha crolli, più o meno tutti guadagniamo meno nel mese di agosto, per esempio, e via dicendo.

Il problema è che non puoi avere un'attività in balia delle vendite, non puoi ritrovarti pieno di soldi e felice a luglio quando hai venduto migliaia di gelati e senza la liquidità per pagare i fornitori a gennaio. Il rischio è quello di crollare da un momento all'altro.

HAI RISPOSTO A TUTTE LE DOMANDE? HAI TROVATO LE TUE RISPOSTE?

Bene, ovviamente l'analisi di un particolare caso studio comporta il fatto che potrebbe non rispecchiare pienamente la tua particolare situazione.

Non importa, i problemi basilari di chi ha una propria attività sono molto simili tra loro per quanto ogni caso possa essere utile.

Quindi leggi attentamente le prossime righe.

Quello che dovrebbe fare Ernesto si divide in 3 passaggi, ugualmente importanti:

1. PIANIFICAZIONE FINANZIARIA BASATA SUI VOLUMI DI VENDITA

Non importa quanto stagionale sia il tuo business. Pianificando nel giusto modo le entrate e le uscite e essendo consapevole con anticipo dei tuoi flussi futuri puoi gestire gli sbalzi di liquidità senza impazzire.

In questo modo potrai strutturare il tuo marketing in modo che aiuti le tue casse.

Come? Per esempio quando si avvicina un periodo più difficile, supponiamo un mese estivo, puoi preparare sconti e offerte speciali che liberino il magazzino e ti consentano di avere della liquidità che altrimenti non avresti ottenuto.

2. AUMENTARE I MARGINI DI VENDITA INSERENDO SERVIZI E PRODOTTI

Ti faccio un esempio pratico.

Se per acquisire un cliente spendi 5 euro (cifra a caso) e la persona in questione spende da te 20 euro comprando il prodotto A, ne hai guadagnati 15.

Se però, dopo avergli venduto il prodotto A, gliene vendi uno da 15 (prodotto B) a 10 euro, alla fine della trattativa hai guadagnato 25. Supponi che entri da te un cliente intenzionato a comprare un collare per il suo cane. Se lo acquista significa che c'è un'altra serie di prodotti ai quali potrebbe essere interessato. Come per esempio un particolare mangime, ciotole e tutto ciò che gli serve per la cura del suo amico a quattro zampe.

Quando è dentro il tuo negozio è il momento migliore per provare a vendergli tutto ciò che potrebbe interessargli, ma per incentivarlo è fondamentale preparare delle offerte per lui.

Devi formulare quindi un'offerta irresistibile che faccia proprio questo: tenga aperto il più a lungo possibile il portafoglio dei tuoi clienti, facendoti pagare il costo di acquisizione una sola volta.

3. SVUOTA IL MAGAZZINO

Facendo molta attenzione ai tuoi conti è fondamentale che programmi dei lanci speciali per svuotare il tuo magazzino.

In questo modo ottieni diversi risultati. Innanzitutto, come dicevo nel punto precedente, aumenti lo scontrino medio.

Non solo però, infatti riesci anche ad aumentare il tuo venduto, puoi fare ordini più consistenti ai fornitori e condurre con loro una trattativa per abbassare il costo della merce aumentare il tuo margine.

Inoltre potrai anche garantirti delle entrate nei periodi più difficili, attirando i clienti a te grazie a degli sconti sensazionali (sempre studiati in base a quello che dicono i tuoi conti).

Ho dedicato un intero libro alla struttura della tua attività e alla gestione perfetta di banche, dipendenti, fornitori e fisco (le 4 fondamentali finanziarie di ogni attività). Per te che leggi questa rivista, il primo capitolo è in regalo su www.aziendechesifinanzianodasole.com.



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 e acquista la tua copia.



**Non sei ancora un fan
della pagina facebook di**

Zampotta®?

LA RIVISTA LEADER PER I NEGOZIANTI DI PRODOTTI PER ANIMALI

Affrettati a mettere il tuo  **Mi piace**
per essere aggiornato sulle novità del settore!

 www.facebook.com/ZampottaMagazine



OGGI IL NEGOZIANTE
HA UN UTILE
STRUMENTO DA
CONSIGLIARE AI
PROPRI CLIENTI ALLA
RICERCA DI
INFORMAZIONI
ONLINE: ZAMPOTTA TV

Competenza, valore aggiunto



Mai come adesso siamo bersagliati ogni giorno da una valanga di informazioni che giungono soprattutto dal mondo del web. Accade così anche ai proprietari pet che spesso, quando cercano un aiuto o un consiglio per la gestione dei loro beniamini, rimangono disorientati dall'enorme quantità di blog, siti, social e video, talvolta purtroppo poco professionali.

A chi affidarsi dunque? Come scegliere? Oggi il negoziante ha un utile strumento da poter consigliare ai propri clienti quando sono alla ricerca di informazioni online: *Zampotta TV*.

FOCUS SULLE ESIGENZE DEL PROPRIETARIO PET

I proprietari si trovano quasi ogni giorno ad affrontare piccole o grandi difficoltà nel rapporto con gli amici pelosi e spesso, grazie ai continui progressi dell'industria pet, la soluzione è a portata di mano.

Zampotta TV affianca sia il proprietario che il pet shop, perché orienta nella scelta indirizzando l'utente a rivolgersi al negozio specializzato per l'acquisto del prodotto più indicato.

Ma quali consigli chiedono gli utenti di *Zampotta TV*?

Che si parli del gatto persiano, dei viaggi in aereo con il cane, dei vantaggi o svantaggi del cibo vegano o di come pulire l'automobile dopo le vacanze con i pet, i proprietari cercano soprattutto quei consigli che aiutano a gestire al meglio i problemi quotidiani e apprezzano le informazioni specifiche e focalizzate sui singoli aspetti.

I video pubblicati finora su *Zampotta TV* sono stati molto apprezzati proprio perché hanno saputo cogliere alcune delle preoccupazioni specifiche che ci si trova ad affrontare ogni giorno nella convivenza con gli amici a quattro zampe.



QUALI VANTAGGI PER AZIENDE E NEGOZI

Come vengono selezionati gli argomenti? Un gruppo di consulenti suggerisce quelli più attuali e di tendenza, in modo che incontrino l'interesse della clientela e siano stimolanti per il consumatore. Alcune richieste arrivano direttamente dal pubblico o dagli stessi negozianti tramite il form *domandeazampotta.it*.

Il video inizia con l'esposizione del problema e con i primi consigli per gestirlo al meglio, poi vengono presentati alcuni prodotti utili nel caso specifico, attingendo a quel vastissimo bagaglio di esperienza - frutto di oltre 35 anni di presenza nel settore - che permette a *Zampotta* di vantare un'approfondita competenza in materia, indispensabile per poter consigliare al meglio.

In questo modo *Zampotta* offre una nuova tipologia di servizio per le aziende e i pet shop perché mette in contatto i suoi inserzionisti (aziende) e i suoi abbonati (negozianti) con i loro potenziali clienti (acquirenti). Un circolo "virtuoso" che funziona davvero.



www.zampotta.it/zampottatv
www.domandeazampotta.it



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

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.

COME STRUTTURARE AL MEGLIO UN VIDEO PER YOUTUBE E PER I SOCIAL IN GENERALE?

Una delle domande che mi viene posta di frequente da parte dei clienti che iniziano da zero un percorso con me è: "Paolo, come devo strutturare un video?"

La domanda viene spontanea. Infatti l'idea di partire a registrare e parlare a caso o quasi non è molto attraente, specie da chi giustamente vuole fare le cose al meglio e massimizzare i risultati. Nasce quindi l'esigenza di capire come strutturare un video al meglio.

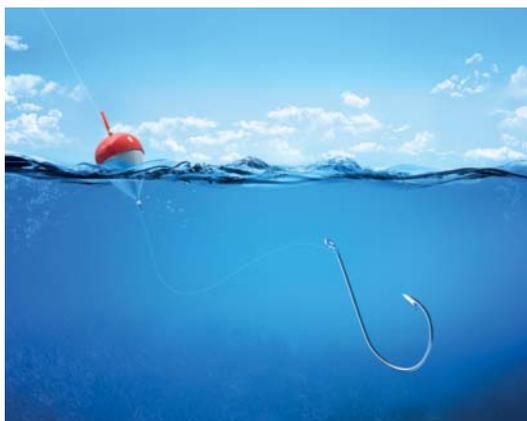
Se non ti è chiaro cosa si intenda per 'struttura', tanto per capirci parliamo di come distribuire all'interno del video i vari elementi che lo compongono: la sigla (nel caso ci sia), la presentazione, le chiamate all'azione ecc.

Non credo esista una regola fissa e non voglio far passare l'idea di essere la persona che conosce la risposta esatta e che solo questa sia corretta. Detto questo, dopo anni di esperimenti con moltissimi clienti in disparati settori, credo di aver trovato una piccola formula che vedo funzionare piuttosto bene.

E in questo articolo te la vado a illustrare. Tieni presente che ovviamente stiamo parlando di video cosiddetti educativi, nei quali la persona mette la faccia per fornire informazioni che spingano chi guarda il video a compiere un'azione. Tutto questo in piena ottica info first marketing di cui abbiamo già parlato qualche articolo fa.

1 - INTRO ACCATTIVANTE

Partiamo subito. I primi 5-10 secondi del tuo video sono fondamentali. Avrai sentito la notizia che l'attention span degli esseri umani, ossia il lasso di tempo in cui riusciamo a mantenere la concentrazione su qualcosa, si è ridotto a meno di 8 secondi. Come, anzi peggio, di un pesce rosso.



Bene, se nei primi secondi non fai qualcosa per attirare l'attenzione perdi le persone. Letteralmente, nel senso che chiudono il video e ti salutano. Non c'è bisogno di fare cose drammatiche o eclatanti (anche se in realtà sfruttare un po' la creatività in questa fase può aiutare).

La cosa importante è che gli spettatori in questi primissimi secondi capiscano che cosa andranno a vedere nel video e soprattutto perché dovrebbero farlo. Cioè come potrà aiutarli. Ricorda che le persone hanno a cuore solo la loro vita e i loro risultati e problemi. Partire con il piede giusto dicendo chiaramente che nel video impareranno qualcosa che li aiuterà aumenta drasticamente le probabilità che rimangano attaccati a vedere con attenzione.

Questo è ancora più importante nel caso tu per loro sia sconosciuto. Magari è il primo o secondo video tuo che guardano e se non capiscono da subito che ti sta a cuore di più il loro risultato che le tue qualifiche o la tua vita, allora c'è un problema.

Vedo fare quest'errore spessissimo specialmente da chi crede che avendo particolari qualifiche o titoli pensa che sia doveroso per le persone ascoltarli e quindi partono con delle lunghe presentazioni. Questo funziona poco sul web e sui social in particolare.

Naturalmente mano a mano che diventi 'famoso' nella tua nicchia, più le persone ti conoscono e si fidano, meno questa cosa ricopre un ruolo importante. Ma agli inizi, specie se il tuo brand personale non è così riconosciuto, non sottovaluterei questa parte.

Detto questo, ti starai probabilmente chiedendo: come metterlo in pratica? La cosa più facile è partire con delle domande (a cui risponderai nel video) che sono quelle che si stanno chiedendo le persone che compongono il tuo target.

Il classico 'Ti è mai capitato di...?' 'Ti stai chiedendo come mai ti capita... e cosa puoi fare a riguardo...?'

Subito seguite da una velocissima CTA (Call To Action) che invita a seguire il video.

2 - SIGLA

Avendo catturato l'attenzione delle persone nei primi 5-10 secondi ora puoi inserire una breve sigla. Non è obbligatoria, ma aiuta a far capire da un lato che c'è un brand dietro a quel canale YouTube (o pagina Facebook) e ti dona un pizzico di autorevolezza. Sempre che la qualità del video sia buona, naturalmente.

Mi raccomando: non più di 10-15 secondi. Le persone se hanno un bisogno urgente e vogliono scoprire come risolvere un problema vogliono farlo velocemente. Se li ammorbi con 30 secondi interminabili di sigla avrai come unico risultato quello che la salteranno.

3 - BREVE PRESENTAZIONE

Subito dopo la sigla le persone si aspettano i contenuti per cui hanno cliccato. Però prima velocemente possiamo presentarci, fornendo qui (e non all'inizio) una breve introduzione su chi siamo, cosa facciamo e perché lo facciamo meglio o diversamente da altri. Mi raccomando anche qui di non esagerare. Non devi raccontare dalla notte dei tempi la tua carriera e i tuoi successi, a meno che non siano di rilevanza tale ai fini del video da giustificarli.

Ti consiglio di studiare e implementare un brevissimo elevator pitch. Se non sai cos'è, si tratta semplicemente di un breve discorso che in pochi istanti faccia capire a chi ti ascolta chi sei e cosa fai. Il termine deriva dal fatto che è un tipo di pitch da fornire in un contesto come l'ascensore (l'elevator in inglese) in cui come si sa i tempi sono ristretti e quindi bisogna andare subito al punto e assicurarsi che l'altro abbia capito in pochissimo tempo.

Come per la sigla, questa parte non è obbligatoria e soprattutto non lo è dopo decine di video pubblicati. Ma per i primi, quelli in cui ancora le persone non ti conoscono, sarebbe meglio introdurlo.

4 - CONTENUTI

Passati questi step, che complessivamente non dovrebbero durare più di 30 secondi al massimo, arriviamo ai contenuti veri e propri. È la parte per cui le persone hanno a tutti gli affetti cliccato e deciso di dedicare parte del loro tempo a guardare, quindi ti ricordo per l'ennesima volta di non farli aspettare ulteriormente.

Per quanto riguarda i contenuti non ho particolari consigli da condividere se non quello essenziale di immedesimarti nel tuo pubblico target e cercare quindi di capire che domande si stanno facendo e quali sfide stanno affrontando.

Cerca di utilizzare un linguaggio semplice. L'errore che vedo fare spesso specie da chi si sente 'superiore' e vuole fare impressione è quello di usare un linguaggio molto tecnico, articolato e con termini spesso incomprensibili ai profani. Sembra quasi che vogliano impressionare di più i loro colleghi che aiutare chi invece ne ha bisogno.

Quelli che invece riescono a comunicare in maniera facile, diretta e senza troppi giri di parole e paroloni sono quelli che fanno breccia nel pubblico e quindi di conseguenza i numeri che contano.

5 - CHIAMATE ALL'AZIONE

Infine arriviamo a un'altra parte fondamentale e, ahimè, spesso sottovalutata: le chiamate all'azione. Ti è mai capitato di vedere un video e alla fine sentirti dire da chi l'ha realizzato: 'bene, questo è tutto. Alla prossima.' Ma come? Quale prossima? Le persone hanno bisogno adesso, bisogna informarle su ciò che devono fare ADESSO e soprattutto CON NOI se vogliono risolvere un problema o comunque fare un passo ulteriore per risolverlo. Non ci sarà una prossima volta, o comunque sarà improbabile, se non le guidiamo noi.

Quindi dobbiamo inserire delle chiamate all'azione. Quali e quante? Per rispondere alla prima domanda, bisogna sapere come è strutturato il tuo funnel di marketing, dipende se sul tuo blog fornisci un report gratuito, oppure una serie di video, o una consulenza conoscitiva.

In base a questo assicurati che ci sia questa CTA sia scritta (inserendo delle grafiche nel video) sia verbale. Più sei chiaro nel far capire alle persone qual è il prossimo step e in più modi lo fai capire, meglio è. Quindi non essere avaro di istruzioni. Considera che potresti non avere più quello spettatore su YouTube o Facebook. Meglio averlo come lead nel tuo database.

Altre chiamate all'azione che puoi inserire (nel caso tu lo voglia) sono quelle specifiche per la piattaforma su cui è caricato il video. Ad esempio su YouTube potresti inserirne una per invitare all'iscrizione al canale e lasciare un commento al video. Se per caso la persona non va sul sito a lasciare i suoi dati, iscrivendosi comunque gli arriverà una notifica al caricamento del tuo video successivo e quindi se si sentirà più pronto ad acquistare in quel momento non lo avrai perso.

CONCLUSIONE

Questa è la struttura che uso personalmente e che usano diversi miei clienti. Ci ha regalato molte soddisfazioni quindi nel caso tu non l'abbia mai provata ti consiglio di sperimentare.

Ricorda che alcuni elementi possono essere rimossi o spostati, ad esempio la presentazione e la sigla possono non essere inserite se vuoi andare subito al punto.

O le chiamate all'azione in alcuni casi possono essere inserite subito dopo la sigla e devo dire che, nonostante sia una tattica un attimo più aggressiva, in alcuni casi funziona.

Sperimenta e fammi sapere come va.

Alla prossima.



IL “PRIMA” E “DOPO” LA CERTIFICAZIONE ZERO TRUFFE

Come cambia (in meglio) la reputazione online di un'azienda ZERO TRUFFE

di Matteo Fago

Sono sempre di più i consumatori che interrogano internet prima di effettuare un acquisto, specialmente se devono fare una scelta che coinvolge le persone care. Lo stesso naturalmente vale anche per gli animali domestici che, ormai, vengono considerati membri della famiglia a tutti gli effetti. Il mercato italiano del settore pet ha infatti superato i 2 miliardi nel 2018, confermando un trend in salita che sembra inarrestabile. Sale però anche il bisogno delle persone di provare sicurezza prima di comprare alimenti ed accessori per i loro animali, bisogno che trova sfogo nella continua ricerca di opinioni positive lasciate in rete da consumatori soddisfatti.

L'importanza di una buona reputazione online

Quando La Molisana, storico pastificio di Campobasso, ha richiesto la Certificazione ZERO TRUFFE la prima domanda è stata: perché un'azienda che lavora notoriamente così bene ha bisogno del bollino del Salvagente?

La risposta è arrivata immediatamente.

La Molisana è infatti l'esempio perfetto di un'azienda che ha puntato sul legame con il territorio per costruire il proprio brand.

Non tutti gli altri pastifici possono però vantare la stessa trasparenza ed autenticità.

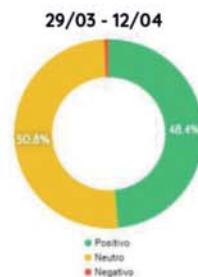
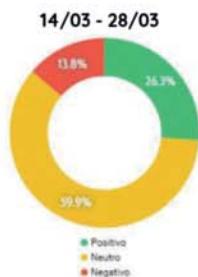
In questo scenario i vertici della Molisana hanno deciso di trasmettere un messaggio forte e chiaro: il legame con il territorio, l'uso di materie prime di alta qualità e la trasparenza di un'azienda si dimostrano con i fatti e non con i proclami.

E, a quanto pare, ci sono riusciti benissimo: Il grafico riporta i risultati del Reputation Rating (analisi di reputazione online, ovvero cosa pensano le persone di un certo brand) effettuato proprio su La Molisana.

Il colore giallo rappresenta i giudizi neutri, il verde quelli positivi ed il rosso i pareri negativi. A sinistra i dati si riferiscono alla situazione precedente la consegna ufficiale della Certificazione ZERO TRUFFE mentre a destra la fotografia a 15 giorni dalla consegna. Gli sforzi compiuti dall'azienda per dimostrare la propria trasparenza e la qualità del loro prodotto sono stati pie-



A seguito dell'ottenimento della Certificazione "Zero Truffe", La Molisana ha registrato un repentino **miglioramento del Sentiment online**, ovvero l'orientamento generale degli utenti nei confronti dell'azienda in rete. Ciò testimonia la potenza della **risonanza positiva** della notizia, e dell'**attenzione degli utenti** sul tema della tutela e sicurezza. I **seguenti grafici** mostrano la situazione della ripartizione del Sentiment positivo (*verde*), neutro (*giallo*) e negativo (*rosso*), prima e dopo la condivisione della notizia dell'ottenimento della Certificazione.



Reputation Rating - La Molisana

1



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



namente riconosciuti dalla maggior parte degli utenti, tanto che le opinioni negative sono passate dal 13.80% allo 0,80%. Inoltre la Certificazione ha quasi raddoppiato il "sentiment" (il tono che gli utenti hanno nei confronti di un'azienda) positivo e diminuito di diversi punti quello neutro. Anche nel settore pet gli utenti hanno un forte bisogno di rassicurazione, bisogno che emerge dalle continue ricerche di recensioni su prodotti ed aziende. Questa situazione rende ancora più importante la costruzione di una buona reputazione online del proprio brand.

I pericoli di una scarsa attenzione alla brand reputation

Nessuna azienda si può permettere di ignorare l'opinione del proprio pubblico target perché i rischi sono enormi. Basta pensare alle tanto discusse recensioni su hotel e ristoranti pubblicate su portali dedicati e che, sempre più spesso, hanno il potere di decretare il successo o la fine di un'attività commerciale.

Esistono addirittura società di "social media crisis management" che si occupano di risolvere le crisi sui social nel minor tempo possibile e con perdite contenute (danni d'immagine importanti, calo anche momentaneo del fatturato, perdita di clienti).

È quindi cruciale lavorare costantemente sulla propria brand reputation per aumentare, nel tempo, le conversioni ed incrementare il numero di true fan.

Uno strumento efficace per migliorare il "sentiment" di un brand

Il caso studio de La Molisana dimostra quanto sia potente per un brand una certificazione non obbligatoria per legge.

Gli altri bollini hanno un valore percepito molto basso perché, di fatto, non riescono a differenziare in alcun modo né il prodotto – o il servizio – né l'azienda.

Al contrario, la Certificazione ZERO TRUFFE ha avuto un impatto molto forte sulla reputazione online de La Molisana per tre motivi principali:

1. L'estrema autorevolezza che il Salvagente ha da quasi 30 anni per i consumatori di tutta Italia ("se il Salvagente dice che questo servizio o prodotto sono affidabili allora è così per forza")
2. Viene rilasciata solo a seguito di test specifici che vanno a verificare l'alta qualità e l'affidabilità di un servizio o prodotto (ma anche di un processo come ad esempio quello del customer care). Solamente in caso di esito positivo l'azienda può ottenere la Certificazione, viceversa il percorso si interrompe immediatamente
3. Solamente 3 aziende per settore commerciale possono ottenerla

Leggendo il punto 3) puoi immaginare la facilità di esaurimento posti liberi nei vari settori (nel pet al momento ne sono rimasti due).



Su www.zerotruffe.it/zampotta trovi tutte le informazioni insieme ad un'offerta limitata riservata ai lettori di Zampotta

Un problema di stagione

TUTTI CONOSCIAMO I FORASACCHI E I SERI PROBLEMI CHE POSSONO CAUSARE AI CANI E GATTI CHE ABBIANO ACCESSO ALL'ESTERNO. CERCHIAMO DI APPROFONDIRE INSIEME L'ARGOMENTO

L'estate è ormai arrivata e la primavera è già passata... La stagione dei forasacchi è stata ufficialmente inaugurata già da qualche mese ma è proprio in estate che questo problema raggiunge il proprio apice, poiché le essenze erbacee si seccano e cadono i semi che daranno vita alle generazioni successive. I forasacchi altro non sono che le spiglette (contenenti il seme) possedute da alcune erbe appartenenti al vasto gruppo delle *Graminaceae*, in particolare della famiglia *Poaceae*, come ad esempio l'avena altissima (*Arrhenatherum elatius*), l'avena selvatica (*Avena fatua*), la festuca falascona (*Festuca arundinacea*), il forasacco eretto (*Bromus erectus*), il forasacco rosso (*Bromus sterilis*), l'orzo selvatico (*Hordeum murinum*) e molte altre. Lungi dal voler tenere una lezione di botanica, andiamo direttamente al sodo partendo dalle origini: il nome volgare di questi elementi vegetali deriva dalla loro caratteristica di perforare i sacchi nei quali un tempo i contadini erano soliti stipare i foraggi per trasportarli, capacità che viene loro conferita da una punta sottile e molto dura.

FORANO SÌ... E NON SOLO I SACCHI!

Chiunque porti il proprio cane a passeggiare per prati e giardini sa di cosa stiamo parlando e con l'arrivo della bella stagione iniziano le paure... ben giustificate. Provenendo da erbe spontanee infestanti, i forasacchi sono presenti in tutte le aree verdi, sia che vengano curate sia che siano lasciate a loro stesse: in città, i giardini pubblici e le zone periurbane ne sono generalmente pieni e dopo lo sfalcio o in estate, quando le spiglette si seccano e cadono naturalmente, è possibile trovarli anche sull'asfalto portati dal vento. I cani hanno una vera passione per correre in mezzo all'erba alta ed è proprio quello il momento in cui è più facile entrare in contatto con uno o più forasacchi che possono rimanere impigliati nel pelo; una volta sull'animale, potranno poi penetrare nella cute o entrare direttamente all'interno di alcune cavità naturali. Per la loro forma caratteristica, i forasacchi tendono sempre ad avanzare all'interno dei tessuti e difficilmente tornano indietro spontaneamente.

LE PRINCIPALI LOCALIZZAZIONI, I DANNI E I SEGNI CLINICI

Il forasacchi può colpire potenzialmente qualunque parte del corpo del cane, poiché rimane facilmente impigliato nel pelo e da lì, piano piano, avanza fino a raggiungere la cute dove crea un primo forellino, penetra e continua ad avanzare all'interno dei tessuti. Nonostante ciò, esistono alcune localizzazioni veramente caratteristiche come il condotto uditivo, il naso, le palpebre e le pieghe della cute, quelle che si formano in alcuni distretti anatomici. Il forasacchi che impegna il canale auricolare crea inizialmente un lieve fastidio e il cane manifesterà il proprio disagio uggliando, scuotendo la testa, tenendola inclinata da una parte e cercando di grattare l'orecchio con le zampe nel tentativo di liberarsene.

Se non rimosso, il forasacchi avanzerà fino a raggiungere il timpano perforandolo e a quel punto il dolore sarà molto più intenso. La spigletta può penetrare all'interno delle narici per inalazione e da lì procedere lungo le coane per bloccarsi in qualche punto oppure essere deglutito. Durante la sua permanenza nelle cavità nasali, questo corpo estraneo causerà intenso fastidio al cane che starnutirà ripetutamente e a lungo, spesso spruzzando sangue dal naso. Nella peggiore delle ipotesi potrebbe anche scegliere la strada della trachea e dei bronchi dai quali potrà raggiungere i polmoni, cosa che accade con una certa frequenza anche ai cani che corrono per i prati a bocca aperta e aspirano le spiglette; a seguito di localizzazione polmonare potrebbero verificarsi danni non



UN CUCCIOLLO AL RISVEGLIO DOPO L'ASPORTAZIONE DI UN FORASACCHI

indifferenti, come ad esempio una polmonite purulenta accompagnata da tosse insistente, a volte emorragica. La sua presenza all'interno della palpebra non è un'evenienza rara: in tal caso il proprietario potrà osservare l'animale con l'occhio chiuso, gonfio e dolorante che cerca di liberarsi del fastidio grattandosi la regione perioculare. Lo spazio interdigitale è un'altra localizzazione molto caratteristica poiché, una volta posizionatosi in mezzo alle dita, è difficilmente visibile e potrà penetrare agevolmente attraverso la delicata cute, creando un caratteristico forellino, per poi scomparire rapidamente all'interno dei tessuti. La zampa risulterà gonfia e dolorante e l'animale zoppicherà e lambrà con la lingua le dita per cercare sollievo. Con lo stesso meccanismo il forasacchi penetra



I FORASACCHI ALTRO NON SONO CHE LE SPIGHETTE (CONTENENTI IL SEME) POSSEDUTE DA ALCUNE ERBE APPARTENENTI AL VASTO GRUPPO DELLE GRAMINACEAE

attraverso le pieghe della cute soprattutto nella zona del collo, delle ascelle e dell'inguine. Da sottolineare che la spighetta porta con sé numerosi microrganismi, soprattutto batteri, che facilmente daranno luogo a infezione e formazione di ascessi. E il gatto? Ce lo siamo dimenticato? Assolutamente no! In questa specie i danni da forasacchi sono molto più rari, ma l'esperienza comune ci insegna che, nella maggior parte dei casi, quando presente, questo corpo estraneo è quasi sempre nell'occhio.

COME DIFENDERSI?

Il miglior consiglio che possiamo dare è quello di ispezionare con attenzione la cute del proprio cane al rientro dalla passeggiata, spostando con cura il pelo e insistendo sulle zone indicate in precedenza. Il forasacchi individuato, se ancora libero, dovrà essere rimosso immediatamente con le dita. Mai cercare di estrarlo dal naso, dagli occhi, dalle orecchie e dalla cute utilizzando strumenti di qualunque genere poiché, con ottima probabilità, si arrecheranno gravi danni all'animale. In caso di sospetto è necessario portare immediatamente il cane o il gatto dal veterinario il quale, nell'eventualità, provvederà alla rimozione utilizzando gli strumenti adeguati, se necessario sedando il paziente.





CON LATTE DI YAK

ARRIVANO DAGLI ALTIPIANI TIBETANI LE RICETTE TRADIZIONALI
DI QUESTI SNACK 100% NATURALI, ECCELLENTI PER L'IGIENE ORALE

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 54
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

Dove le mucche sono rare, che latte si beve? Ad esempio tra le alte vette delle catene montuose del Tibet e del Nepal?

Fin dalla notte dei tempi in questi luoghi gli uomini - ma anche gli animali - sono abituati a utilizzare un tipo di latte particolare, quello che viene prodotto da un grande mammifero appartenente alla famiglia dei bovidi che vive ad altitudini elevate: lo yak.

Apprezzato da secoli dalle popolazioni himalayane come spuntino nutriente, lo Yak Snack è ora disponibile anche per i nostri cani.

Ma andiamo a scoprire i pregi di questo straordinario animale che ama le alte vette e per le popolazioni locali rappresenta una risorsa fondamentale. Gli yak sono stati addomesticati da millenni e, in questi luoghi dove il termometro d'inverno scende anche sotto i -40 °C, si prestano a vari usi: bestie da soma, animali da trasporto, forza da trazione in agricoltura. Ma soprattutto forniscono latte, carne, lana e pellicce.

BARRETTE DURE DA MASTICARE A LUNGO

Decisamente molto ricco di sostanze importanti per l'organismo, il latte di yak si caratterizza per l'elevato contenuto di proteine, grassi e omega 3 ed è alla base della tradizione casearia di alcune popolazioni, in particolar modo in Nepal, Bhutan e Tibet.

Le barrette Yak Snack di Highland Dog Chews, a base di latte di yak essiccato, sono prodotte con il 100% di ingredienti naturali e biologici adatti per l'utilizzo umano: un formaggio affumicato che non contiene aromi e conservanti artificiali, cereali e glutine. Una caratteristica di queste barrette è di essere piuttosto dure per la particolare essiccazione, e quindi di lunga durata, in modo da offrire un tempo di masticazione utile per l'igiene orale.

Lavorati come da tradizione, gli snack sono fatti di latte di yak e di mucca provenienti da agricoltori locali nella regione himalayana, ma la fabbricazione avviene nell'UE secondo gli standard europei.

Gli Yak Snack sono confezionati in pack singoli e sono disponibili in tre dimensioni: small (30-35g), medium (70-75g), large (140-150g).

È importante inoltre sottolineare che una percentuale di ogni vendita è devoluta per aiutare i bambini del Nepal.

Gli Yak Snack sono prodotti da Highland Dog Chews, azienda scozzese che vanta oltre 13 anni di esperienza nella ricerca e commercializzazione di prodotti masticabili, snack e premi di altissima qualità per i nostri pelosi. (B.S.)



WORLD NEWS

WITH YAK MILK

Straight from the top of Himalayan plateau come the traditional recipes of 100% natural treats, excellent for the oral hygiene

Which milk do people drink where cows are rare? For example, what happens at the top of Tibet and Nepal mountains?

Since ancient times, men - and also animals - living here are used to the milk of a large bovine mammal that lives in the mountains: yak. Himalayan people already love it as nutritious snack: Yak Snack is now available for dogs as well.

Yaks are extraordinary animals and a fundamental resource for local populations. Yaks were tamed thousands of years ago. Here, where winter temperatures reach -40 °C, they serve several purposes: pack animals, traction force in agriculture. Moreover, they provide milk, meat, wool and fur.

LONG-CHEWING HARD BARS

Yak milk is rich in important substances for the organism and features elevated quantities of proteins, fats and omega 3. Moreover, it is the main cheese ingredient for some populations, especially Nepal, Bhutan and Tibet.

Yak Snack bars by Highland Dog Chews are made of dried yak milk, with 100% natural ingredients, organic and human grade: smoked cheese free from artificial preserving and flavouring agents, cereals and gluten. Thanks to the special drying process, the bars are very hard and last for a longer time, thus ensuring that the chewing time also serves as oral hygiene.

The bars are processed according tradition. They are made of yak and cow milk from local farmers from the Himalayan region. The products are manufactured in the EU according to European standards.

Yak Snack are packed individually and available in three sizes: small (30-35g), medium (70-75g), large (140-150g).

Moreover, it is important to underline that a percentage of each sale is donated to support Nepalese children.

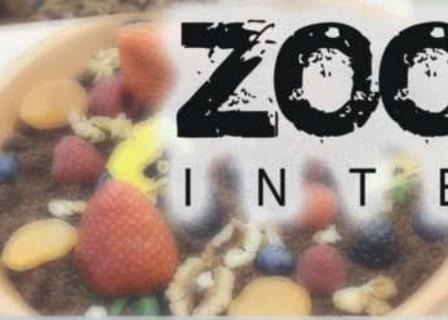
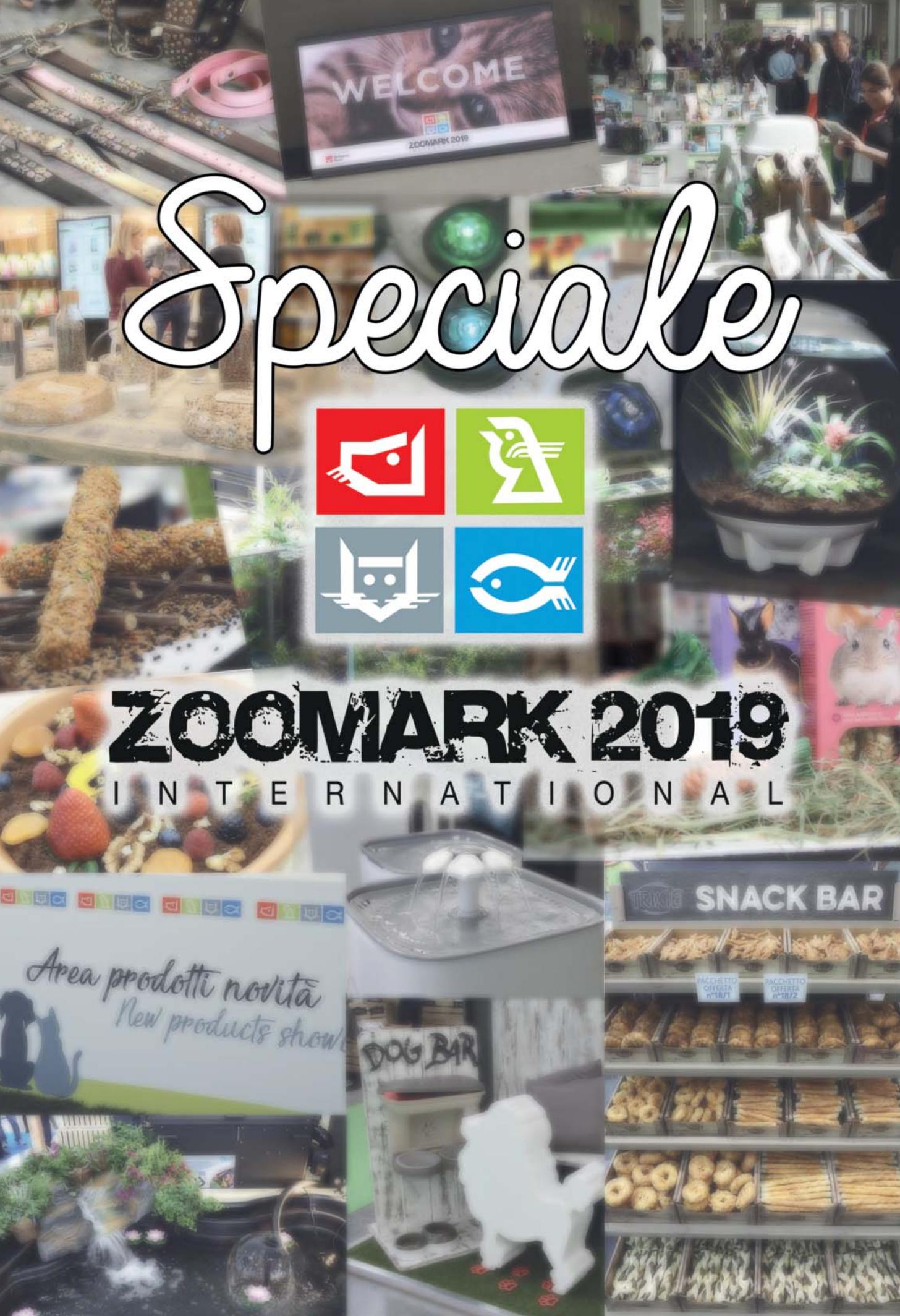
Yak Snack are made by Highland Dog Chews, a Scottish company with over 13 years of experience in researching and selling high-quality chews, treats and rewards for pets.

Speciale



ZOOMARK 2019

I N T E R N A T I O N A L



SEGNALI POSITIVI

SODDISFAZIONE DEGLI ORGANIZZATORI PER I NUMERI DI ZOOMARK INTERNATIONAL 2019, CHE HA VISTO IN AUMENTO ESPOSITORI E VISITATORI

757 espositori da 45 Paesi, 6 collettive nazionali, visitatori in aumento: con questo bilancio si è chiusa la 18a edizione di *Zoomark International 2019* organizzata da BolognaFiere con il patrocinio di Assalco (Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia) e di ANMVI (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani).

"Quello del pet è un mercato che si è evoluto negli anni", ha commentato Antonio Bruzzone, Direttore Generale di BolognaFiere. "La crescente attenzione che viene riservata alla cura e al benessere dei nostri animali da compagnia trova un riscontro puntuale nell'offerta delle imprese che hanno esposto quest'anno a Zoomark International, uno spettro molto ampio del meglio che internazionalmente l'industria del pet offre. Zoomark International si conferma l'evento più importante in Europa: una grande piattaforma espositiva che anche quest'anno ha accolto un numero considerevole di buyer, di cui oltre il 40% provenienti dall'estero, in crescita del 23% rispetto all'edizione 2017".

MERCATI PET A CONFRONTO

Novità di quest'anno, frutto della collaborazione con le differenti associazioni e con i coordinatori delle collettive estere, l'organizzazione di focus di approfondimento sui differenti mercati e sulle opportunità di business per USA, Canada, Russia, UK, Cina, India e Repubblica Ceca e oltre 20 convegni, workshop, incontri per le diverse categorie di addetti ai lavori che hanno potuto aggiornarsi professionalmente e avere una visione sintetica sulle principali novità, ricerche di mercato, modi per affrontare con successo l'import-export.

Giudicata molto positiva dall'organizzazione l'accoglienza da parte di espositori e visitatori del cambio di date - concentrate nei primi quattro giorni della settimana invece che nel week end - decisione che ha contribuito a un ulteriore incremento e qualificazione degli operatori esteri in visita.

Momento qualificante la presentazione del *Rapporto Assalco-Zoomark 2019* che, nella giornata di apertura, ha fornito i dati di mercato. Il più significativo è relativo ai prodotti



ZOOMARK INTERNATIONAL SPECIAL

POSITIVE SIGNS

Organizers were very pleased by the numbers achieved by Zoomark International 2019, increased for both visitors and exhibitors

757 exhibitors from 45 countries, 6 country collective stands, increased number of visitors: This is the final balance of this 18th edition of *Zoomark International 2019*, organized by BolognaFiere under the patronage of Assalco (Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia) and ANMVI (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani). "The pet market evolved during the years", commented Antonio Bruzzone, BolognaFiere General director. "The increased attention to the care and wellbeing of pets is reflected in the offer provided by exhibitors at this Zoomark International, a broad mirror of what best the international pet-market has to offer. Zoomark International is the most important pet-event in Europe: a great exhibiting platform that once again welcomed significant number of buyers, over 40% of whom came from abroad, about 23% more than the 2017 edition".

COMPARING PET MARKETS

The collaboration between various associations and the directors of foreign collective stands, led to a detailed study on different markets and business opportunities for the USA, Canada, Russia, UK, China, India and Czech Republic as well as 20 conferences, workshops and meetings for the various professional categories that were therefore able to keep up-to-date and gain a brief overview of the latest news, market research, and ways to tackle import-export successfully.

Organizers received a positive feedback by exhibitors and visitors about the change in the scheduled dates - the first four days of the week instead of during the weekend - a decision that led to a further increase and qualification of visiting foreign operators.

The presentation of the *Assalco-Zoomark 2019 Report* on the opening day was very edifying and provided market data. The most significant one concerns foods for dogs and cats, that created a business of 2.082 Euro millions, +1,5% when compared to the previous year.

"We found the 2019 edition of *Zoomark International* at top level both in terms of exhibiting offer and for the quality, professionalism and qualification of the attending operators", says Antonio Manfredi, ANMVI Director. "There were also many interesting initiatives for our sector, among which stood out the Convention on electronic veterinary prescription that received great interest and was attended by numerous professionals".

TECHNOLOGY FOR PETS

Zoomark International perfectly showcased the latest products by the exhibiting companies, over 400, that attracted a large audience. About 40% of these were food related, a sector where innovation is the key factor. On average they showed increased awareness towards organic products and raw ingredients, as well as sustainable manufacturing cycles and recyclable packaging. Technology is applied to product development to provide top comfort to pets and owners. The design becomes more sophisticated, shapes and materials are more refined and of higher quality. Homeopathic and ayurvedic approach are increasingly popular together with environment-friendly products. *Zoomark International* also promoted *Aqua Project*, a project created to emphasize the aquarium industry and involve the companies in this segment directly, with the aim to break the mold and show how versatile aquariums can be, equipped with the latest technology, with surprising, unusual yet simple solutions.



per l'alimentazione di cani e gatti che nel 2018 hanno sviluppato un giro d'affari di 2.082 milioni di euro, in crescita a valore del +1,5%, rispetto all'anno precedente.

"Consideriamo l'edizione 2019 di *Zoomark International* di altissimo livello sia in termini di proposta espositiva sia per la forte qualificazione professionale degli operatori presenti", commenta Antonio Manfredi, Direttore di ANMVI. "Molte anche le iniziative che si sono susseguite tra cui, per il nostro settore, il Convegno dedicato alla ricetta veterinaria elettronica che ha registrato una forte partecipazione di professionisti rispondendo alle necessità di aggiornamento".

LA TECNOLOGIA A SERVIZIO DEL PET

Zoomark International ha dato grande risalto ai prodotti novità delle aziende esponendone oltre 400, che hanno richiamato un pubblico numeroso.



Circa il 40% riguardava l'alimentazione, settore in cui l'innovazione è un fattore fondamentale. In generale si è notata una maggiore sensibilità verso prodotti e materie prime biologiche, cicli produttivi sostenibili, packaging riciclabili. La tecnologia applicata allo sviluppo dei prodotti si mette al servizio dell'animale e del suo proprietario per offrire il massimo comfort. Il design si fa più sofisticato, le forme e i materiali sono ricercati e di sempre maggiore qualità. Piacciono l'approccio omeopatico e ayurvedico e i prodotti rispettosi dell'ambiente. Iniziativa speciale di *Zoomark International* è stato *Aqua Project*, un progetto studiato per dare più rilievo all'industria del settore acquariofilo e coinvolgere direttamente le aziende del comparto. L'obiettivo: uscire dagli schemi e mostrare la grande versatilità dell'acquario, dotato delle più moderne tecnologie, per dare vita a versioni insolite e sorprendenti pur nella loro semplicità. (A.M.)

EVENTI IN FIERA

UN RICCO PROGRAMMA DI EVENTI COLLATERALI,
ORGANIZZATI ANCHE DALLE AZIENDE STESSE,
PER CONOSCERE E FARSI CONOSCERE

Nell'ambito di *Zoomark International 2019* sono stati organizzati oltre 20 convegni, workshop, incontri per le diverse categorie di addetti ai lavori che hanno potuto sfruttare l'occasione per aggiornarsi professionalmente, avere una visione dell'andamento del settore e focalizzare alcuni specifici argomenti.

A promuovere questi eventi, anche numerose aziende che hanno capito quanto sia importante non solo essere presenti in fiera con il proprio stand, ma anche creare momenti da dedicare ai clienti per curare i contatti personali, presentare nuovi prodotti, offrire iniziative di formazione.

La nostra redazione è stata invitata a partecipare ad alcuni di questi eventi. Eccoli.

TAGLIO DEL NASTRO CON IL CONSOLE USA

Cerimonia di apertura del Padiglione Americano a Zoomark International, lunedì 6 maggio, con taglio del nastro da parte del Console Generale degli Stati Uniti d'America a Firenze, Benjamin Wohlauer, di fronte a un folto gruppo di espositori americani e di operatori del settore. Erano presenti anche il Console Commerciale dell'Ambasciata Americana a Roma, Matthew Hilgendorf, l'Exhibition Director di BolognaFiere Domenico Lunghi e il suo management, l'Amministratore Delegato di Zoomark International Giuseppe Pierini e rappresentanti di altre istituzioni. Il taglio del nastro è ormai un appuntamento imperdibile per il Padiglione USA, che sancisce l'inizio di 4 giorni di manifestazione molto intensa e ricca di networking, con numerosi buyer italiani e stranieri in visita con risultati soddisfacenti per gli espositori. Il Padiglione Americano è stato organizzato da B-For International in collaborazione con l'Ufficio Commerciale del Consolato Americano di Milano. Tutti gli espositori statunitensi sono soci dell'APPA - American Pet Products Association.



DA RINALDO FRANCO L'INCONTRO BUYER PET DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

Con un ampio stand e un'area per esibizioni di tolettatura di groomer professionisti, Rinaldo Franco spa rappresenta un punto di incontro privilegiato non solo per toccare con mano le ultime novità, ma anche per scambiare opinioni, suggerimenti e consigli tecnici. Durante la rassegna fieristica - e presente fin dalla prima edizione del 1985 - l'azienda ha organizzato il terzo incontro *Buyer Pet della distribuzione moderna*, al quale hanno preso parte Luca Bussolati, direttore Amici di Casa Coop, Alberto Volpi, responsabile commerciale Viridea, Matteo Di Gregorio, senior buyer Gruppo Gabrielli e GianMarco Ferrari, direttore generale Effe Pet Food, coordinati in una tavola rotonda dai due giornalisti Armando Brescia, direttore di Distribuzione Moderna e Davide Bartesaghi, direttore di Pet B2B. Durante il convegno sono stati commentati gli ultimi dati del *Rapporto*



Assalco, che hanno segnalato anche nel 2018 un andamento positivo del comparto pet food cane e gatto in Italia con un incremento dell'1,5% del giro d'affari, arrivando a quota 2.082 milioni di euro. I principali canali sono costituiti dalla grande distribuzione (55% delle vendite), dai pet shop indipendenti (31%) e dalle catene specializzate (14%). Nel comparto accessori e alimenti per altri animali, al primo posto nel ranking delle vendite nella grande distribuzione si trovano i prodotti per la cura e l'igiene (31%), seguiti da antiparassitari (21%), masticativi (13%), giochi (8%) e altri prodotti (21%). Un dato interessante emerso è che tale comparto nel canale specialistico è, secondo alcune stime, 3 o 4 volte più importante che nella GDO.

CON POLYPRO LE MICRO-CONFERENZE PER SPINGERE LA VENDITA

Se farsi notare all'interno del punto vendita e attirare i clienti può sembrare una cosa difficile, entrare nella loro mente lo è ancor di più. Come spingere le vendite dei propri prodotti e sottomettere i concorrenti nei pet shop tradizionali? Come promuovere le vendite finali quando non si può in nessun modo intervenire su certe scelte o strategie di vendita? Come si possono aiutare concretamente i nego-

zianti a vendere di più e con efficacia i propri prodotti? Cosa spinge realmente il consumatore ad acquistare un prodotto? Ogni giorno Polypro ha organizzato presso il proprio stand, per tutta la durata di Zoomark International, tre micro-conferenze - due sessioni in lingua inglese e una in lingua italiana - per approfondire queste tematiche e rispondere a queste domande. Sono stati svelati alcuni "segreti" sul sistema per aumentare le vendite e allo stesso tempo ridurre i costi di distribuzione. Polypro ha inoltre presentato l'esclusiva guida rivolta ai negozianti su come vendere al meglio i propri prodotti.



disponibilità di pubblici esercizi e strutture ricettive, *Inodorina* ha investito in interventi per rendere l'intera località turistica pet friendly. Tra le facilitazioni messe in campo figurano i dispenser con sacchetti igienici dislocati sul lungomare e in centro, importanti interventi di sostegno al canile cittadino e il miglioramento delle aree di sgambamento presenti sul territorio. Per sostenere il progetto sono previsti un sito web e pagine social dedicati per restare aggiornati sulle iniziative e verranno distribuiti ai turisti materiali promozionali tra cui un kit di benvenuto per gli animali.

APERIMICIO CON FEDERICO SANTAITI E GIMBORN

Federico Santaiti è il più famoso cat influencer italiano, noto al grande pubblico come "il gattaro del web", che in poco tempo è riuscito a raggiungere migliaia di follower. Lunedì 6 maggio è stato ospite dello stand Gimborn Italia che ha organizzato l'evento "Aperimicio con Federico Santaiti". Intervistato da Davide Cavalieri di RadioBau, Federico Santaiti ha raccontato come è riuscito a coniugare con successo l'attività di videomaker con la sua vera natura di "gattaro" e la sua esperienza come ambasciatore dei brand *GimCat* e *Biokat's*. Durante l'evento è stato presentato il nuovo video - con protagonisti Thorin, il bellissimo micino nero di Federico, e le lettiere *Biokat's* - in cui racconta i 10 comandamenti dei gattari... ovvero tutto quello che succede e a cui ci si deve felicemente "rassegnare" se si ha un gatto in casa!



LO STATO DELL'INDUSTRIA E DEL MERCATO PET NEL RAPPORTO ASSALCO-ZOOMARK

Il convegno di apertura di Zoomark International 2019 ha visto, come è tradizione, la presentazione del *Rapporto Assalco-Zoomark* sull'Alimentazione e la Cura degli animali da compagnia, una radiografia dello stato dell'industria e del mercato. I lavori sono stati aperti da Gianpiero Calzolari, Presidente BolognaFiere, con il consueto saluto ai partecipanti. Sono poi intervenuti Gianmarco Ferrari, Presidente Assalco, che ha introdotto i dati salienti del *Rapporto Assalco-Zoomark* e Paolo Garro, Business Insights Director di IRI, che ha approfondito il tema del pet food nel 2018 soffermandosi sulle dinamiche dei diversi canali. Paolo Colombo, Research Unit Manager di DOXA, ha delineato un quadro degli italiani nel rapporto con gli animali da compagnia, mentre Antonio Manfredi, Direttore ANMVI, si



CERVA E MILANO MARITTIMA, AMICHE DEGLI ANIMALI GRAZIE A INODORINA

Da quest'anno Cervia, con Milano Marittima e tutto il territorio comunale, può dirsi ufficialmente Pet Friendly. Il Comune, *Inodorina* e Confesercenti hanno unito le forze per rendere la location sempre più accogliente per cittadini e turisti proprietari di animali. Per presentare l'iniziativa, Pet Village ha organizzato una conferenza nel proprio stand a Zoomark International. Negozi, bar e ristoranti, spiagge e hotel di Cervia e Milano Marittima saranno sempre più attrezzati per ospitare gli amici a quattro zampe, anche grazie al contributo di Confesercenti e Pet Village, azienda ravennate proprietaria del brand *Inodorina*. Se infatti l'associazione ha raccolto la



ADAPTIL E FELIWAY, IL PROGETTO ABC

Con il convegno "Comportamento animale: un'area strategica per il pet shop di successo" ha preso il via a Zoomark International 2019 il nuovo progetto ABC - Area del Business Comportamentale, promosso da *Adaptil* e *Feliway* (Ceva Vetem) per sensibilizzare i negozianti verso l'importanza crescente dell'area comportamentale. Che si tratti dell'arrivo di un cucciolo, della convivenza di più animali in casa o di altre tematiche, saper inquadrare l'argomento e indirizzare al meglio il proprietario pet significa offrire un servizio di valore e rappresenta un'opportunità di fidelizzazione e di crescita di business per il negozio. L'incontro ha riscosso grande interesse e ha rappresentato un punto di partenza di altre attività rivolte ai negozianti legate al progetto ABC.

è soffermato sull'identikit dei proprietari pet. A conclusione del Convegno è intervenuta l'On. Michela Vittoria Brambilla, Presidente Intergruppo parlamentare per i diritti degli animali e Presidente Lega Italiana per la difesa degli animali e dell'ambiente, che ha fatto il punto sulla situazione legislativa attuale e le modifiche in corso.



semplicità, di grande impatto scenografico se inserite in un contesto architettonico. Una grande area centrale è stata arredata con vasche di dimensioni eccezionali, un laghetto e acquari allestiti dagli espositori, per ricreare habitat ed ecosistemi diversi, mettendo in mostra le ultime innovazioni tecnologiche. Aqua Project ha contato numerosi visitatori fra cui anche architetti e professionisti che intendono inserire l'elemento acqua nei propri progetti.

ACQUARI E ARCHITETTURA

In collaborazione con la rivista *Abitare*, nell'ambito di Aqua Project è stato organizzato il convegno "Gli acquari nel contesto architettonico: problemi, soluzioni e best practices". L'incontro ha coinvolto l'interior design Massimo Donizzelli, l'architetto consulente feng shui Marzia Mazzi che ha illustrato il significato dell'acqua negli spazi abitativi, e un produttore di acquari, Federico Carraro - product manager e responsabile commerciale Sicce Italia - che ha approfondito il rapporto tra le aspettative del committente e l'effettiva realizzazione. Gli interventi hanno messo a fuoco opportunità e criticità legate all'inserimento dell'elemento acquario in un progetto di interni. Per gli architetti è stata un'occasione importante per scoprire quali siano criteri e parametri da considerare per non incorrere in problemi - magari facilmente risolvibili, se noti - che potrebbero compromettere il buon esito dell'operazione. Ha moderato l'incontro Chiara Maranzana, caporedattore della rivista *Abitare*.



SISTE, Anna Zaghini, Dipartimento di Scienze Mediche Veterinarie dell'Università di Bologna, Fabiana Bariselli del SISTE, Fabrizio Piva di CCPB. Sono state inoltre illustrate 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.

ALLEVAMENTO CINOFILO, TEMI E PROBLEMI

"Gli strumenti fondamentali per la corretta gestione dell'allevamento cinofilo" è il titolo dell'incontro organizzato da Zoomark International con Monge ed E.V. Molto interessanti le relazioni degli esperti qualificati che hanno offerto un approfondimento di alcuni particolari aspetti. Di leishmaniosi ha parlato Manuela Gizzarelli, mentre le principali parassitosi in allevamento sono state illustrate da Marco Genchi. Michela Beccaglia ha affrontato il tema della corretta gestione del parto e Stefano Marelli ha parlato di strumenti di selezione e biodiversità. La relazione conclusiva è stata affidata a Elena Pagani di Monge.



AQUA PROJECT, GRANDE VERSATILITÀ DELL'ACQUARIO

Iniziativa speciale di Zoomark International è stato Aqua Project, progetto giunto alla seconda edizione, studiato per dare risalto all'industria del settore acquariofilo e coinvolgere direttamente le aziende del comparto. Quest'anno l'obiettivo era "uscire dagli schemi" e mostrare la grande versatilità dell'acquario, dotato delle più moderne tecnologie, per dare vita a versioni insolite e sorprendenti nella loro



PIANTE E BENESSERE ANIMALE

Le piante e i loro derivati sono utilizzati con finalità di trattamento e cura delle malattie umane e animali dalla notte dei tempi e oggi studi scientifici confermano gli effetti benefici di tali preparati. Il workshop "L'uso di piante e preparati vegetali per il benessere animale" - organizzato in collaborazione con SISTE (Società Italiana di Scienze Applicate alle Piante Officinali e ai Prodotti per la Salute) - ha offerto l'occasione di aggiornarsi sulle possibili applicazioni delle piante in relazione alla salute animale e sulla ricerca in corso in questo settore. All'incontro hanno partecipato qualificati esperti nazionali e ricercatori di fama internazionale, che hanno analizzato alcuni degli aspetti più significativi della ricerca in campo veterinario: Franz Chlodwig, Professore emerito dell'università di Medicina Veterinaria di Vienna, Maddalena De Cillà, Medico veterinario del Gruppo di lavoro veterinaria





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 pappataci). 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 Pappatacio 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 Pappatacio 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



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



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

Novità a quattro zampe

LE NUOVE TENDENZE
PRESENTATE NELL'AREA
NOVITÀ: UN MIX
DI INVENZIONE,
CREATIVITÀ E
ORIGINALITÀ NEL VASTO
E VARIEGATO MONDO
DELL'INDUSTRIA
PER I NOSTRI PET

In una famiglia italiana su due è presente almeno un animale d'affezione. Il rapporto con i nostri pet si basa sempre più sulla voglia di garantire benessere al vivere insieme a loro, il che si traduce in una disposizione all'acquisto di prodotti di qualità per dedicare all'amico a quattro zampe tutte le attenzioni necessarie.

Per questo Zoomark International 2019 ha messo in mostra i principali trend orientati verso le fasce di prodotto a più alto valore di innovazione, con una spiccata tendenza a umanizzare sempre più l'animale.

Come per le scorse edizioni abbiamo rivolto la nostra attenzione all'Area Novità che quest'anno contava oltre 400 prodotti, tutti in bella mostra per farsi vedere, analizzare e toccare. Da qui abbiamo selezionato quelli che ci sono sembrati più innovativi, originali, curiosi, "pazzi" o che in qualche modo ci hanno colpito.

È comunque doveroso premettere che, nonostante la costante ricerca da parte delle aziende, è difficile oggi trovare delle vere e proprie novità, forse perché il settore è così tanto progredito in questi ultimi anni "inventando" praticamente di tutto, da rendere difficile riuscire a creare ancora qualcosa di veramente "nuovo". Più che altro abbiamo visto proseguire, evolversi e maturare alcuni trend che hanno caratterizzato quest'ultimo periodo.

COME L'ALIMENTAZIONE UMANA

Benessere e longevità dell'animale sono al primo posto nelle scelte nutrizionali dei produttori di pet food. Da qualche anno ormai prosegue il trend che vede l'industria sempre più attenta a soddisfare una clientela esigente che vuole essere informata e documentata, legge le etichette, cerca consigli su blog e forum, vuole offrire all'animale la stessa sicurezza alimentare riservata alla sua famiglia. In questo panorama già così avanzato, almeno per i mercati più evoluti, difficile dunque trovare vere innovazioni.



2



1

Possiamo dire che vanno per la maggiore prodotti biologici e miscele di erbe, ricette sfiziose e raffinate, alimenti funzionali, grain free e gluten free, olistici, nutraceutici, no OGM ma anche le diete BARF. E la praticità è sempre più richiesta. Ecco dunque Kippy di V.B.B. (foto 1), sfilaccetti in gelatina per gatti, in comode bustine monodose da 70 g ai gusti Tonno, Pollo, Tonno con Pollo, Pollo con Prosciutto, Tonno con Gamberetti. Altrettanto pratiche - e golosissime per ogni gatto - le Mitonné Soupe di La Normandise Pet Food (foto 2), ai filetti di pollo anche con pezzetti di pesce, in buste monodose.

Spingersi fino al massimo del gusto? Far provare al cane esperienze nuove? Ecco la linea Truffelicious di delizie al tartufo Fantoni (foto 3). Sì, avete capito bene! Questo prelibato tubero diventa uno spuntino gustoso, uno snack o anche un appetizzante in paté, una vera leccornia che sicuramente il quattrozampe saprà apprezzare!

Per chi preferisce invece restare sul tradizionale, Gimborn Italia (foto 4) propone la linea Expert: 6 paste premium che offrono un aiuto selettivo



3



4



5



6

per proteggere e favorire il benessere del gatto in una determinata circostanza per lui delicata come la crescita o la vecchiaia, l'ansia o lo stress potenziale, la digestione o la salute intestinale, il problema dei calcoli e delle infezioni del tratto urinario o la carenza di taurina. Tutto con una pasta appetibile da gustare anche direttamente dal tubetto. Un'integrazione alla salute e al benessere anche per i nostri amici animali arriva dalla cannabis con i prodotti Earth's Goodies (foto 5): CBD Drops, gocce che si sciolgono in bocca facilmente e hanno un'eccellente biodisponibilità e CBD Treats, una formula in due varianti per sostenere la mobilità e la vitalità.

Fra le nuove tendenze c'è quella di chi vuole preparare il cibo in casa usando gli stessi ingredienti utilizzati per sé, in piena sicurezza alimentare senza tralasciare di offrire tutte le sostanze nutritive necessarie. FanconFood (foto 6) ha realizzato la linea totalmente cruda di superfood liofilizzati o congelati I'm Different che propone alimenti completi liofilizzati a base di carne, con verdure e frutta fresca, snack liofilizzati di sola carne fresca, insaporiti o topper liofilizzati, alimenti completi congelati a base di carne e con frutta e verdure. Anche

Freskissimo si avvicina a questa tendenza del surgelato, ma il pasto praticamente è già pronto. Agricola Italiana Alimentare (foto 7) propone due varianti da conservare in frigorifero o nel congelatore, entrambe realizzate con carne fresca già cotta, porzionata in teneri bocconcini: pollo 85% con verdure, vitamine e sali minerali e tacchino 90% con vitamine e sali minerali.



7

Noi italiani, ammettiamolo, abbiamo la pasta nel cuore! Ed eccola anche come snack per i nostri cani: penne, fusilli, ruote, non importa il formato, sono tutte arricchite di ingredienti che favoriscono il benessere. Farm Company (foto 8) ha studiato per Pasta Snack una ricetta senza glutine e anche vegana a base di amido di piselli, fecola di patata dolce e tapioca, con cardo mariano, ortica, alghe marine, rosa canina e lievito di birra.



8

Ma come dimenticare gli uccellini? Per rendere più splendente e colorato il piumaggio dei volatili Pineta Zootecnici (foto 9) ha studiato una nuova linea di integratori: nero, bruno, arancione, giallo rilucente, rosso brillante... ce n'è per tutti! E con il packaging che riporta una banda con il colore da migliorare, è impossibile sbagliare.

E per ingolosire i pennuti in libertà e invogliarli a venire nei nostri giardini a prendere il cibo - così da poterli ammirare e farli ammirare ai bambini - Vitakraft Italia con Vita Garden Coconut (foto 10) ha pensato a un'alternativa alla solita retina, inserendo la miscela di mangime in una mezza noce di cocco.



9



10



11

NATURALE È MEGLIO

Un modo diverso di concepire l'alimentazione è quello di nutrire e supportare il bioritmo del cane, cosa resa possibile dalla linea ChronoBalance di HKP - Hamburger Konzeptprodukte (foto 11) in forma umida e snack, con un prodotto per il risveglio e uno per la sera, uno per l'estate e uno per l'inverno; e in più, olio di salmone, di cocco, di canapa, di semi di cumino e omega 3 e miscele di tè.

Un altro genere di integrazione proviene dall'Alaska e da Qingdao Sinoland Industries (foto 12) che utilizza solo salmone selvaggio per la linea di snack Salmon4Pets. E subito vengono in mente le immagini di una natura incontaminata dove gli animali vivono in libertà e le materie prime sono più naturali e genuine. Con questo salmone, di cui si utilizza ogni parte - pelle compresa - perché è tutto buono, vengono realizzate leccornie essiccate all'aria pura di una delle zone più fredde del globo.

Di tutt'altra parte del mondo è l'origine di speciali barrette a base di latte, ma non un latte qualsiasi, bensì quello di un bovino che vive ad alta quota nelle regioni di Nepal, Bhutan e Tibet. Si tratta delle barrette Yak Snack di Highland Dog Chews (foto 13) di latte di yak essiccato prodotte con il 100% di ingredienti naturali, biologici e adatti per l'utilizzo umano: un formaggio affumicato che non contiene aromi e conservanti artificiali, cereali e glutine.



13

Il prodotto ha anche una finalità solidale: una percentuale di ogni vendita è donata per aiutare i bambini del Nepal. E che dire di Muuskés, lo snack al latte per gatti di Landguth Heimtiernahrung (foto 14)? Prima di tutto il micio si diverte guardando la confezione a forma di topolino, poi si gusta il contenuto, un'ottima bevanda priva di lattosio e molto digeribile, ricca di calcio e vitamine, adatta per aumentare l'idratazione, disponibile in quattro gusti: Berry, Creamy, Cocos e Honey.

Il prodotto ha anche una finalità solidale: una percentuale di ogni vendita è donata per aiutare i bambini del Nepal. E che dire di Muuskés, lo snack al latte per gatti di Landguth Heimtiernahrung (foto 14)? Prima di tutto il micio si diverte guardando la confezione a forma di topolino, poi si gusta il contenuto, un'ottima bevanda priva di lattosio e molto digeribile, ricca di calcio e vitamine, adatta per aumentare l'idratazione, disponibile in quattro gusti: Berry, Creamy, Cocos e Honey.

Heimtiernahrung (foto 14)? Prima di tutto il micio si diverte guardando la confezione a forma di topolino, poi si gusta il contenuto, un'ottima bevanda priva di lattosio e molto digeribile, ricca di calcio e vitamine, adatta per aumentare l'idratazione, disponibile in quattro gusti: Berry, Creamy, Cocos e Honey.



12



14



15

Cat Pill e Dog Pill sembrano tavolette di cioccolato ma in realtà nascondono...

la pillola! Mugue (foto 15) ha infatti trovato il modo per far assumere senza fatica al cane e al gatto l'odiata medicina. Si tratta di quadratini (assolutamente non di cioccolato) facili da modellare, in modo da adattarsi a ogni tipo di compressa o capsula per nascondere all'occhio dell'animale. Ma anche all'olfatto e al gusto, poiché l'elevata appetibilità è in grado di coprire anche gli odori e i sapori più sgradevoli all'animale.

E dal cioccolato passiamo al gelato con Frozzy's (foto 16), o meglio allo yogurt gelato in quattro gusti tutti da leccare: è una ricompensa



16

che dura a lungo e rinfresca in una giornata calda. Ricco di calcio, minerali e vitamine, ha poche calorie, solo 44 per vasetto. Ovviamente è senza lattosio e zuccheri aggiunti, ma con tutti i benefici dei prebiotici e della frutta naturale.



17

Per gli allenatori - ma anche i comuni proprietari - che ricercano il massimo della performance ecco invece l'energy-bar naturale Winner Plus Pro-Turbo (foto 17), ideale per tutte le razze anche nelle situazioni più impegnative. Un alimento complementare dalla consistenza semi umida con 90% di pollo ad elevata biodisponibilità, ricco di L-carnitina e perfettamente bilanciato per garantire una scorta di energia extra subito disponibile al momento del bisogno.

Il nostro quattrozampe è un po' ansioso, agitato, irritabile? Diamogli una caramella! Ad esempio le gelatine gommose LactoRelax Jelly di Trebifarma (foto 18), facili da somministrare dal loro comodo blister, contengono triptofano ed estratti di valeriana e passiflora per favorire un fisiologico rilassamento.



18



19

AMBIENTE E SCELTA ETICA

È forse nel settore degli accessori che abbiamo trovato qualcosa di più innovativo - in linea con le tendenze al naturale, ecologico, tecnologico e sempre legato all'umanizzazione del nostro pet - in ogni caso segno di un settore sempre molto vitale.

Quanto piacciono gli accessori che ricordano la natura si deduce dalla cuccia Funky Dog (foto 19), un prodotto che i vegani ameranno sicuramente perché interamente fatta a mano da fibre di ananas, cotone e lino riciclati. Inoltre aiuta gli animali e le persone bisognose: parte del ricavato è infatti donato alle organizzazioni che aiutano gli animali nel paese in cui vengono

acquistati i prodotti. Anche Sabatini - Taku Gioielli (foto 20) predilige un materiale naturale come il legno per le poltrone che possono essere assemblate e smontate in un attimo, senza alcuna componente metallica.

Sono tanto pratiche da poterle portare anche in viaggio, per fare sentire sempre a casa il nostro pet. E il proprietario può scegliere la forma fra più di 80 razze di cani e gatti.

La riduzione degli sprechi è un must per I.G.C. - Leopet (foto 21) che con Project Blu ha l'obiettivo di ridurre i rifiuti di plastica e anche la povertà. La cuccia è infatti realizzata con materiale riciclato quindi aiuta a tenere pulito l'oceano e l'ambiente. E per ogni singola vendita è prevista una donazione alla "Plastic Bank", che potenzia e sostiene il riciclaggio negli ecosistemi di tutto il mondo e aiuta le persone che vivono in povertà a costruire un futuro migliore. Anche DWAM - Dog With A Mission (foto 22) ha uno scopo solidale con i suoi collari Phonix e Avalon fatti completamente a mano su un design originalissimo, poiché grazie alle vendite sostiene progetti nazionali e internazionali a favore degli animali.



20



21



22



TECNOLOGICO, MA DIVERTENTE

Praticità e funzionalità da una parte, eleganza, design e servizio dall'altra, sono sempre vincenti. Collar Company (foto 23) ha migliorato il gilet più leggero del mondo *AiryVest UNI*, ora adatto anche per cani con diverse circonferenze del torace e del collo. Sapete come? Si allunga del 20% in tutte le direzioni, così finalmente anche i cani con parametri corporei non standard potranno trovare il giubbotto adatto a loro.

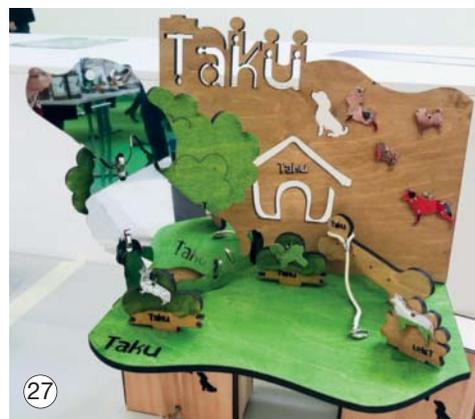


In spiaggia invece si va con *Lillimia* di Solutions (foto 24), il lettino parasole studiato appositamente per il quattrozampe. Alto 12 centimetri da terra, protegge dal calore del suolo (che con una temperatura dell'aria di 25 gradi può arrivare anche a 50 gradi!) e la cappottina ripara dai raggi solari con un tessuto ipertecnologico lavabile e resistente al carico. Tutto con una mano sola! E scusate se è poco con la vita frenetica di oggi, che ci vede girare sempre di fretta con un sacco di pacchi in mano. Il sistema *Clic* incorporato al guinzaglio tradizionale permette di legare il cane con una sola mano e un singolo movimento per avere le mani libere in un attimo. Non solo stile quindi ma anche praticità grazie a *High5dogs* - Fang Studio (foto 25). Il gatto adora nascondersi nelle scatole di cartone.



Il gatto adora nascondersi nelle scatole di cartone? Ma che brutto vederle in casa! L'idea di *Orange Pet Brands* (foto 26) è davvero simpatica. *District 70 Mixtape*, a forma della classica musicassetta di una volta, unisce il design all'istinto del felino. Il gatto può rintanarsi e graffiare bordi e pareti, realizzati in cartone ondulato: una valida alternativa al comune tiragraffi e una simpatica idea per la casa.

E per chi ama il dettaglio prezioso ecco i gioielli di *Sabatini - Taku Gioielli* (foto 27) creati dall'abilità di mani artigiane, in acciaio o in argento 925 rodato, materiali di qualità che durano nel tempo su cui sono riprodotte fedelmente più di 80 razze di cani e gatti. Un prodotto esclusivo di alto standard che si vede e si tocca con mano.



Un sistema per ritrovare il cane e il gatto che si sono persi arriva da *Holland Animal Care* (foto 28) e si chiama *Spotted!* Si tratta di una medaglietta su cui è inserito un QR-code che permette a chi rinviene l'animale di risalire al proprietario. Non servono batterie, non si paga canone mensile, l'app è gratuita e funziona sempre e facilmente. E nessuna preoccupazione di privacy, perché sarà il proprietario a decidere quali informazioni inserire e condividere.



Al gatto piace bere acqua fresca direttamente dal rubinetto? Facile con *Gurgle* di *United Pets* (foto 29), un simpatico beverino brevettato in silicone che mantiene delicato il flusso dell'acqua e offre un comodo invito a bere - e anche a giocare - con il movimento del codino generato dal flusso. Realizzato in un materiale durevole, resistente e anallergico, può essere installato su ogni modello di rubinetto.





30

boccone gustandolo fino in fondo. Basta frantumare il suo cibo preferito sulla superficie per creare un gioco simpatico, così il pasto dura più a lungo e aiuta a superare momenti di ansia e stress.



32

Ma se si vuole avere una sorta di fontana sempre funzionante in casa, *Dog H2O Cordless* di Mantovani Pet Diffusion (foto 30) è la soluzione ideale che mantiene l'acqua sempre fresca. E senza fili! Tutto questo grazie a una schiumarola per aerare l'acqua, a un filtro che ne addolcisce la durezza e a una pompa silenziosa e affidabile. Inoltre si può sciogliere nel liquido una barretta di *Dental Care* per prendersi cura facilmente della salute dentale del cane.

E come trasformare il pasto in un momento divertente? Semplice con *LickiMat*, il "rompicapo" ideato da Innovative Pet Products (foto 31) che induce l'animale a guadagnarsi ogni

Se poi il cagnolino scopre *Pop-Up* di Flamingo Pet Products (foto 32), sarà un vero divertimento anche per il padrone osservarlo mentre cerca di afferrare la crocchetta che salta fuori dalla ciotola: quando l'animale spinge con la zampetta il bordo del distributore, lo snack o i biscottini escono dall'apertura del coperchio. Un vero spasso per tutti!



31

ECOSOSTENIBILE È MEGLIO

In un mercato che richiede sempre più prodotti naturali, anche il settore delle lettiere ha fatto grandi passi in questa direzione, ad esempio Sinchem Silica Gel (foto 33) con la lettiera per gatti *Tofu* - anche nella versione al tè verde - realizzata con fibra di pisello e amido di mas al 100% naturali, che garantiscono un'uguale alta efficacia di assorbimento dei liquidi. E inoltre possono essere smaltiti senza difficoltà nella toilette. La lettiera per gatti di Galuku Group (foto 34) non è solo naturale al 100% ma anche economica, perché permette di usare fino all'ultimo granello. Questo è possibile grazie alla paletta *Sift-Magic Litter Scoop* che aiuta a selezionare i granelli organici rimasti puliti da quelli sporchi, in modo da poterli ricollocare nella vaschetta.



33



34



35

La parte da gettare è invece adatta per essere riciclata nelle piante. Ma se pulire la casetta del gatto è un compito troppo sgradevole, magari quando si è in viaggio, ecco la soluzione che permette di buttare via con un solo gesto sia la vaschetta che la lettiera. Si chiama *CatBioBox* di EcoPetBox (foto 35) ed è una vaschetta monouso, prodotta con carta riciclata al 100% nel pieno rispetto dell'ambiente. È infatti biodegradabile, ma anche a prova di liquidi e piace la sua estetica leggera e minimalista.



36

Non sarà forse l'alberello preferito che incontra in passeggiata... ma l'idea è quella, almeno simbolicamente! I tappetini Pee Pee Tree di M-Pets (foto 36) hanno infatti la sagoma di un albero al centro: uno stimolo in più per educarli, quando sono in casa, a sporcare sempre nello stesso posto.

Ma perché l'amico quattrozampe la fa sempre sul pavimento o sul muro di casa? Per proteggerli da pipì, sporco e altri liquidi sgraditi, la linea PP Hurrà di Mugue (foto 37) comprende anche una finitura trasparente, waterproof, che protegge pietra, cemento, muro, legno e altro ancora.



37



38



39

BENESSERE È BELLEZZA

Attenzione verso l'ambiente anche per i prodotti dedicati al benessere e alla bellezza, come fa Leolab Italia - PhiloPet (foto 38) con *Oto Pulviscolle* e *Detergente Naturale senza risciacquo* con vitamina E, olio di mandorle dolci e lecitina: sono completamente biodegradabili. Altri due prodotti professionali con formula vegetale, certificati, sicuri, ecocompatibili sono *O-Zone Pure* e *O-Zone Tonic* di Linea 101 (foto 39). Si tratta di uno shampoo e di un tonico condizionante, entrambi con olio di girasole ozonizzato ricavato da coltivazione biologica, estratto di melaleuca e olio di argan e oliva. La fitoterapia trova spazio anche nei prodotti per i pesci,

come *Carpagel* della linea *GreenVet* di Apa-Ct (foto 40), una preparazione dermo-funzionale in gel a base di oli essenziali ed estratti vegetali per proteggere la pelle delle carpe.

Al posto di spazzolino e dentifricio, una pratica soluzione per l'igiene dentale sono le salviettine *Dental Cleaners* di Chemi-Vit (foto 41), che si avvolgono sul dito e delicatamente si passano in bocca su denti e gengive. Il tessuto con fibre naturali, zenzero, estratto di camomilla e glicerina è fatto apposta per rimuovere la placca e residui di cibo senza lasciare pelucchi in bocca.

Tra i tanti masticativi presenti nell'Area Novità non si può non menzionare *BrucBool* di Maoripet (foto 42), un'alternativa tutta italiana ai prodotti tradizionali, ottenuta da una radice tipica del nostro Paese coltivata con metodi ecosostenibili che viene bollita, stagionata e poi lavorata. La sua caratteristica è quella di non scheggiarsi risultando sicura per il palato e il cavo orale, ha inoltre una lunga durata che può variare dai 3 ai 6 mesi.



40



41



42



43

La gamma comprende *Coco* adatto al bagnetto, *Milo* il sonaglino in corda e nylon, *Chico* il gioco distributore di snack, *Lola* il cercietto per farsi i denti.

I gatti che amano in particolare il movimento adoreranno la *Palla di Flamingo* Pet Products (foto 45) che rotola autonomamente con le sue piume e la luce led sarà una grande attrazione. Cosa faranno, la inseguiranno o pigramente si limiteranno a guardarla mentre continua a muoversi in direzioni diverse?



45

Ma il divertimento può anche essere fai-da-te con *Comfy Create & Play* di Aqual Sp. z.o.o. (foto 47) che permette al proprietario di scatenare la fantasia nel comporre da sé il tipo di gioco, personalizzato e diverso da tutti gli altri, su misura del suo amico quattrozampe. Si scelgono la corda e poi i diversi componenti in varie misure e colori e il divertimento raddoppia: per il cane e il padrone.



47

Ma sapete che si può anche avere un bonsai nell'acquario? Ecco le spettacolari ricostruzioni di *Amtra Oriental Wind* proposte da Croci (foto 48), fatte a mano per arredare il planctacquario e ricreare fantastici mondi sommersi: ogni pezzo è come un gioiello, unico e irripetibile.

Ma il settore denota anche grande attenzione verso eleganza e design per una clientela raffinata. Ecco quindi che salta all'occhio la preziosa boccetta di vetro dal taglio semplice e sofisticato, un packaging davvero speciale per *Essenza* di Ferribiella (foto 43), che racchiude fragranze senza tempo che prendono il nome da 5 tessuti, perché pensate come "abiti" su misura morbidi e caratteriali: *Cashmere* caldo e avvolgente, *Velluto* morbido e stimolante, *Tulle* dolce e impalpabile, *Seta* fresca e lucente, *Lino* leggero e sensuale.

CHE BELLO GIOCARE!

C'è il giocino per il neonato, il sonaglino per il bebè, sono giochi per cuccioli sì, ma non cuccioli d'uomo... ma di cane! Nella linea *Petit* (foto 44) di Europet Bernina International-EBI, la tendenza all'umanizzazione è quasi esasperata anche nella comunicazione, con i colori baby rosa e azzurro e nel packaging che fa leva sull'istintiva tenerezza che suscitano i neonati.



44

Come trasformare un qualsiasi palloncino in un gioco divertente e sicuro? Basta usare il copripalloncino *PetBloon* di BloonCo (foto 46). Colorato, leggero e impermeabile, svolazza dappertutto in casa e all'aperto e con qualsiasi clima. Ha una chiusura a velcro e tiene lontano il palloncino da denti e zampe. E il cane si diverte un mondo senza scoppi rumorosi che possono spaventarlo.



46



48

Trend e linee guida nel mondo dell'acquariofilia

Una fiera ricca di novità, incontri ed eventi, che hanno senza dubbio arricchito la professionalità dei convenuti in questa edizione 2019. Nel campo dell'acquariofilia il livello è stato elevato, anche se dal punto di vista banalmente numerico si è trattato probabilmente della manifestazione che ha registrato il minimo storico di aziende partecipanti. Il segmento sta soffrendo di un lungo periodo di contrazione che si evidenzia nella scarsa superficie esposta dedicata ai prodotti per acquario. D'altra parte un singolo incontro fortunato, un singolo contatto "significativo", può giustificare la partecipazione a una fiera e in questa edizione, lo possiamo assicurare, abbiamo goduto di contatti molto importanti che potranno fare la differenza in futuro, consentendo nuove partnership e maggiore partecipazione alla produzione. Anche per chi sia intervenuto solo perché interessato agli acquari, si sono certamente aperte interessanti opportunità e potremmo parafrasare un noto proverbio asserendo: *parva sed apta... fiera!*

Abbiamo infatti incontrato persone chiave e osservato prodotti estremamente interessanti. Tantissime le novità tecnologiche, per chi abbia saputo leggere tra le pagine del mercato, ma soprattutto ci è parsa interessante una novità di tipo strategico. Dopo anni di dura competizione, in cui ogni azienda specializzata in acquari ha provato a proporre linee complete di prodotti (dalla vasca al biocondizionatore, dal vivo ai materiali da arredamento, come ricorderete rileggendo i trend degli anni passati su queste stesse pagine) in questa edizione abbiamo registrato per la prima volta uno sforzo di cooperazione nella specializzazione. Varie aziende hanno deciso di produrre massa critica mettendo insieme sinergicamente le loro migliori energie, per produrre risultati concreti sul mercato, pur in un periodo di scarsità di risorse. Siamo certi che questa nuova strategia, che caratterizza le aziende più importanti e solide del nostro mercato specializzato, sarà alla base di progressi economici. Analizziamo allora alcune tra le linee più interessanti e cerchiamo di capire, pur senza pretese di completezza, quali prodotti potranno favorire il lavoro del negoziante specializzato, stimolando passioni e facilitando gli hobbisti, nel prossimo biennio.

LE NOVITÀ CHE CI HANNO COLPITO DI PIÙ E CHI LE PRODUCE

Procediamo in ordine sparso tra gli stand e registriamo subito una cospicua presenza di interessanti aziende straniere. Quelle cinesi, proseguendo un trend già evidente in precedenti edizioni, offrono oggi una produzione matura, non più risultato di emulazione, ma piuttosto di grande poliedrica creatività. La prima azienda che incontriamo è peculiare perché offre una produzione cinese distribuita dagli Stati Uniti. TopLine vanta una gamma molto interessante di acquari e accessori *Heto*, schiumatoi, reattori di elementi, aeratori, pompe, termoriscaldatori e schiumatoi automatici di *Artemia* caratterizzati da elevati standard qualitativi e prezzi contenuti. Il negoziante specializzato potrà ampliare la propria gamma acquistando direttamente (ordinando un quantitativo sufficiente per la spedizione dalla Cina) o proporsi come distributore in Italia, scrivendo una mail alla Sales Manager, la signora LeMon Lee (lemon@heto.cn) disponibile ai contatti internazionali in lingua inglese. Similmente, presso lo stand *Pet Tribe* erano esposte linee economiche e complete di filtri da acquario e laghetto, terrario, materiali da arredamento. Per informazioni e prezzi basterà contattare Daniele Visentin (d.visentin@pettribe.com). Nel campo degli acquari completi invece citiamo una rapida visita allo stand *Onf*, che esponeva belle vasche aperte arredate, con eleganti sistemi di illuminazione "flat" (sottili a led) e di diffusione di anidride carbonica mediante accessori in vetro. Per saperne di più o divenire distributori di zona basterà una mail alla responsabile Ada Wang (adawang@onf.com.tw). Le ditte cinesi o taiwanesi che offrivano vari prodotti eleganti e versatili erano tante, d'altra parte, e sarebbe impossibile citarle tutte. Molto più specializzata, l'europea *Dajana Pet* presentava linee complete di alimenti per acquario e laghetto, compreso il nuovo mangime morbido *Dajana Soft*. Altrettanto specializzate alcune ditte che si occupano della distribuzione di vivo tra le quali spiccava *Petra-Aqua*, che spedisce anche in Italia, direttamente al negoziante, proponendo piante da micropropagazione e pesci sani allevati presso la Repubblica Ceca. Per ottenerli basta inviare una mail alla responsabile prezzi, Barbora Drboutová: petra@aquacz.cz. D'altra parte il negoziante necessita anche di espositori di qualità e se desiderate rinnovare l'estetica del negozio non potrete fare a meno di *Tech Aquatic Life* (info@aquaticlife.net) che distribuisce espositori *Juwel* e sistemi di trattamento dell'acqua. Sarà sufficiente una mail al manager Gabriele Margoni.

Ci spostiamo ora allo stand *OceanLife*, che si distingue per eleganza e stile italiano. A parte le linee complete di biocondizionatori, sono particolarmente interessanti i micro-allestimenti erborati, a metà tra zen e aquascaping. In vasche da pochissimi litri (alcune di

UNA BELLA EDIZIONE
DI ZOOMARK
INTERNATIONAL
QUESTA.
MATURA, SERENA,
CONCRETA E RICCA
DI CONTENUTI.
LO DICIAMO SENZA
ENFASI E SENZA TEMA
DI SMENTITE.
SI È TRATTATO
DI UN EVENTO
PROFESSIONALE DI
LIVELLO EUROPEO CHE
NON TEME PARAGONI
CON ALTRE FIERE
DI SETTORE



sito www.tunze.com/it.html oppure contattare la manager Sandra Lorenz all'indirizzo sandra.lorenz@tunze.com.
 Giungiamo così allo stand Askoll Uno, con una produzione rinnovata e "rinvirgata", importante segno di ripresa per l'azienda di Sondrigo (VI). Probabilmente il segno più tangibile è la presenza di un General Manager davvero competente nel campo degli acquari, in grado di offrire giudizi esperti e indicare trend con sapienza e determinazione. Danilo Rezzolla (daniilo.rezzolla@askoll.com) ci ha accompagnati in un tour molto accattivante tra rinnovati e super-silenziosi filtri *Pratiko* (foto 2), sistemi di illuminazione a led di ultimissima generazione, nuovi bellissimi materiali da arredamento, biocondizionatori *Aquarium Systems*, nuovi schiumatoi, pompe di circolazione e mangimi di alta gamma. Tutto ciò è perfettamente in linea con il trend poco sopra ricordato: associare vari marchi di qualità per offrire un assortimento completo e specializzato. Il rappresentante di zona di riferimento vi potrà illustrare tutte le altre (tante) novità disponibili. Torniamo ora in Cina per riprendere fiato, dopo tanta eccellenza, osservando presso lo stand Zhongshan Songyi alcune interessanti novità nel campo dell'aerazione. Aeratori a batterie (ricaricabili tramite una normale presa usb) con interfaccia touch, per 24 ore di autonomia e grande potenza regolabile. Anche singoli negozianti potranno contattare la ditta, per acquisti o per proporsi come distributori di area, scrivendo una mail a info@gdsongyi.com.

forme assolutamente insolite, anche su due livelli) sono contenuti piccoli tesori subacquei, spesso disposti su supporti in legno o in materiali sintetici di grande pregio estetico (foto 1). Per richiedere informazioni e preventivi vi suggeriamo di contattare il responsabile a Bologna al numero 05119988348 oppure inviare una mail a info@oceanlife.it.

Rimaniamo in Europa con una visita alla Tunze, come sempre impegnata nello sviluppo di accessori all'avanguardia per tecnologia e robustezza. Tra le novità importanti registriamo il reattore di macroalghe, che permette di ridurre sensibilmente la quantità di nutrienti disciolti - sia nel marino che nel dolce - mediante un filtro ossidante utile, peraltro, per produrre alimenti vivi. Degni di nota anche gli illuminatori che fanno uso di potenti led singoli Kessil e lo skimmer ad alte performance. Per informazioni e acquisti potete collegarvi al



VELMA
GROUP s.r.l.

- ▶ ACQUARI
- ▶ FILTRI E POMPE
- ▶ TERMORISCALDATORI
- ▶ ILLUMINAZIONE
- ▶ PIANTE E DECORAZIONI
- ▶ GHIAIA DECORATIVA
- ▶ MANGIME PER PESCI
- ▶ PRODOTTI PER LA CURA DELL'ACQUA

VELMA GROUP COMMERCIALIZZA:
 MANGIMI, GABBIE, ACQUARI, RETTILARI e tanti accessori per i vostri ANIMALI DA COMPAGNIA

Via Munaron, 26 - 31050 - Veduggio (TV)
 Tel: +39 0423 715 319 - info@velmagroup.com
www.velmagroup.com

Ferplast quest'anno esponeva presso l'area *Aqua Project* la classica linea di acquari *Cayman* e *Dubai*, riccamente arredati e rinnovati con sistemi di illuminazione led. L'azienda promette grandi novità tecnologiche nel corso di quest'anno e può essere contattata attraverso il sito web <https://www.ferplast.com/it/acquari-in-vetro.html> per informazioni e acquisti.

Pro.d.ac. International, che da sempre persegue l'obiettivo di fornire al negoziante specializzato linee complete per ogni esigenza, presentava in questa edizione confezioni generose di alimenti per laghetto *PondSticks*, nuovi alimenti per acquari, anche per pesci alghivori (foto 3), e linee complete di accessori *Aquael*. Per informazioni e acquisti è possibile contattare Stefano Ara, responsabile vendite e marketing per l'Italia, al cellulare o scrivendo una mail (ara@prodac.it).

Aquatlantis si distingue come sempre per la grande attenzione all'estetica, anche mediante soluzioni ardite, sempre molto appariscenti, ma anche per le nuove linee di filtri. Molto interessante il filtro esterno dotato di prefiltro staccabile senza aprire il coperchio, munito peraltro di un'avveniristica app per il controllo del funzionamento. Per avvicinare tutte queste meraviglie è sufficiente contattare il Sales department dell'azienda portoghese tramite il responsabile, Manuel Ferrera, semplicemente scrivendo una mail per richiedere prezzi e informazioni a manuel.ferreira@aquatlantis.com.

Ma numerose altre aziende erano estremamente specializzate. È il caso di *Artemia Koral*, concentrata su cisti di *Artemia* e mangimi secchi a base di *Artemia*. Se vi interessano alimenti naturali di questo tipo non avete che da scrivere una mail alla responsabile Kristina Kuzmina: kristina.kuzmina@artemia-koral.com. Oppure aziende come *Aquanetta*, produttore molto interessante specializzato in particolari e innovative pietre porose. Trattasi di materiali ceramici che inglobano un substrato a base di carbone vegetale. Il risultato, brevettato, è un flusso di bolle molto sottili, costante nel tempo, emesse da eleganti e innovativi oggetti di arredamento. Vi suggeriamo di chiedere informazioni e ottenere questa novità contattando Lukasz Matoga all'indirizzo lukasz.matoga@aquanetta.pl. Scoprirete che potrebbero essere interessati a distribuire in Italia attraverso il vostro esercizio, garantendovi un interessante utile aggiuntivo.

Torniamo ora in Italia visitando lo stand *Family Pet*. Ricordate *Euraquarium*, poi divenuta *EuroLife*? Bene, l'assortimento è ancora notevole e potrete ritrovare i classici biocondizionatori, gli accessori per il marino, i mangimi *Eko* e tanti prodotti che hanno fatto la storia dell'acquariofilia in Italia. Basta contattare Francesco Guarnieri, un biologo che si occupa del management di prodotto, all'indirizzo di posta elettronica guarnieri.francesco@gmail.com.

Bellissime novità erano esposte presso lo stand *Oase Italia*: vasche piccole e grandi fatte di materiali innovativi, tecnologie molto solide, idee all'avanguardia. Ci ha colpito il filtro esterno con cartuccia estraibile (foto 4), il laghetto da salotto e la lista dei marchi trattati: *Equistone*, *GeoGlobal*, *Argand*, *Soll*, *Eden*, *biOrb*, *Atlantic*. Desiderate di più? Basta una mail a Marcello Bianchini (m.bianchini@oase-livingwater.com) per richiedere informazioni, prezzi e dati sui prodotti.

Senza spostarci di molto arriviamo ad *Aquaristica*, che come sempre esponeva tanti marchi, anticipando da anni i trend qui riportati. Difficile persino avvicinare la responsabile, sempre "assediata" da orde di negozianti con sete di notizie fresche.



5

Abbiamo però goduto di una accademica chiacchierata con il consulente, Dott. Giuseppe Mosconi (vedegheto@fastwebnet.it), che si occupa in particolare della bella linea di mangimi del *Dr. Bassleer* (foto 5). In realtà chiamarli mangimi è riduttivo, si tratta infatti di prodotti veterinari a base di estratti naturali (es. *Lapacho*) che possono davvero cambiare la salute dei pesci, rendendoli più robusti nei confronti delle malattie e addirittura curando i sintomi di vari parassiti. Per suggerirne solo alcuni non basterebbe questo articolo, per cui vi consigliamo davvero di contattare il consulente via mail per chiedere materiali illustrativi e, nel caso, prezzi. Si tratta davvero di un prodotto top che non dovrebbe mancare nel negozio specializzato.

Lo stand *Sicce Italia* conteneva innumerevoli novità di rilievo, che posizionano questa azienda all'avanguardia in molti segmenti del dolce e del marino. Estremamente interessanti le nuovissime pompe di circolazione *XStream* (foto 6), di potenza variabile sino a livelli molto elevati, dotate

persino di telecomando mediante app e in grado di rilevare alcuni parametri di base dell'acqua, utili anche per definire il corretto stato di funzionamento. L'azienda esponeva anche prodotti *Seachem* e sistemi di illuminazione *EasyLed* dotati di smart control bluetooth, nuovi schiumatoi e reattori di elementi innovativi nonché tanti accessori per il laghetto. Anche *Sicce*, dunque, ha intrapreso l'encomiabile strada della cooperazione industriale. Per informazioni e prezzi basta contattare, con una semplice mail, il rappresentante Giuseppe Giordano (g.giordano@sicce.com).

Rimaniamo in Italia con *Acquari d'Autore*, che quest'anno proponeva nuovi espositori per il negoziante, eleganti ed estremamente funzionali. Basti pensare al tecnologico sistema di mantenimento per le piante in coltura idroponica che potrebbe rappresentare davvero un salto di qualità nel vostro negozio. Per ottenerli contattate il general Manager Pasquale Iantosca (info@acquaridautore.it).



3



4



6



7

to della vista di tante novità presso lo stand Collar. Certamente conoscerete gli innovativi aeratori *aPump* perché ne abbiamo già parlato su queste pagine: sono piccoli come una moneta ma producono silenziosamente e costantemente aria come un vero aeratore. Quest'anno erano presenti tante novità, tra le quali ci ha colpito il piccolo illuminatore *AquaLighter NanoSoft* (foto 8). È pieghevole, si attacca al vetro con una calamita, funziona tramite alimentatore usb e può servire per un acquario da Caridina come per una boccia per pesci rossi. Comodo, elegante, economico, funzionale. Più performanti i sistemi di illuminazione *Aqualighter Full spectrum*, che montano eccellenti led Osram per produrre irradianza senza paragoni. Esponevano anche *Aqualighter slim*: un sistema a led molto performante, dello spessore di pochissimi millimetri. E poi vasche dai bordi fluorescenti, nuovi coperchi in vetro con led incorporati, speciali app per la gestione delle lampade. Dove finisce la fantasia di questi incredibili produttori di meraviglie? Per saperlo dovete inviare una mail in inglese a Igor Andriichenko (pubbliche relazioni) - public@collar.ua - e scoprirete che i loro prodotti non sono solo eleganti e pratici, ma anche molto convenienti.



8



9

Ora, se siete pronti, arriviamo alle novità da... pelle d'oca! Ci spostiamo allo stand GreenVet (Apa-Ct), ove incontriamo veterinari e tecnici di grande esperienza e profonda cultura. Abbiamo discusso di scienza degli acquari per un paio d'ore, ma avremmo potuto continuare per giorni! Esponevano mangimi arricchiti con VOC (composti aromatici) in grado di migliorare di fatto lo stato di salute dei pesci e anche un nuovo prodotto terapeutico naturale. Si chiama *Gill Fish* (foto 9) e opportunamente dosato può risolvere tutti i vostri problemi in campo di malattie batteriche, da protozoi e da metazoi. Impossibile? Provare per credere! Se davvero volete ricominciare a commercializzare Guppy, Platy e Molly senza infestare irrimediabilmente l'acquario del vostro cliente, usate per 4-5 giorni una piccola dose di questo rivoluzionario prodotto. Se vorrete provarlo prima di acquistare, basterà una mail al dott. Enea Tentoni, ittiopatologo (enea.tentoni@gmail.com), per rilassarvi e ricominciare a commercializzare pesci sani. I clienti vi ringrazieranno!

Ci spostiamo ora al... paese della cuccagna visitando lo stand Zolux. Difficile davvero riportare una lista delle novità presentate, praticamente tutto quello che era presente nello stand potrebbe fare la differenza tra un banale negozio di animali e una felice rivendita di acquari. Daniel Pastore (daniel.pastore@jbl.de) è giustamente fiero di mostrarci le linee complete di misuratori *JBL Easy*, uniche nel loro genere perché misurano con precisione 7 parametri in meno di un minuto, ma anche i misuratori singoli di vari elementi, tra i quali spicca quello per i fosfati, indispensabile per comprendere tempestivamente i malfunzionamenti dell'acquario marino e d'acqua dolce. Non più nuovissimi ma sempre rivoluzionari anche i misuratori *ProScan* basati su app (foto 10): basta fotografare lo stick multi-test con il cellulare per ottenere misure precisissime e suggerimenti tecnici per l'acquariofilo. Eccellenti anche le linee di alimenti *JBL*, i biocondizionatori, i sistemi di illuminazione *Led Solar*, i materiali da fondo e da arredamento e il nuovissimo *ProClean*: un attivatore batterico in confezioni monodose che potrà rivoluzionare i tempi di attivazione di un acquario. Tuttavia l'azienda tratta anche molti altri interessanti marchi (sarebbe impossibile ricordarli tutti, ma pensate ai magnifici acquari *Aquaya*, ai filtri esterni, ai materiali da arredamento, ai sistemi *Juwel*) per cui sarà opportuno contattare il responsabile per le vendite, Stefano Stoppazzola (stefano.stoppazzola@zolux.it) per ottenere informazioni su tantissimi prodotti innovativi in grado di stimolare la passione dei clienti.



10

CONCLUSIONI

I "soliti" insoddisfatti cronici vi racconteranno che non c'era nulla di interessante nel mondo degli acquari e che il settore è allo sbando. Ma le notizie che abbiamo qui riassunto dimostrano invece come il segmento sia vivo con fermenti di interessante ripresa e anche che basta veramente poco per migliorare la qualità del vostro commercio. Talvolta una sola mail può risultare "vitale"... vi invitiamo quindi a scrivere agli indirizzi che abbiamo riportato in questo articolo per prendere contatto con le realtà vive e produttive in grado di ridare smalto al vostro esercizio commerciale. Personalmente possiamo asserire di aver imparato tantissimo anche quest'anno, in quattro giorni di full immersion nel mondo degli acquari, grazie ai contributi di tanti imprenditori coraggiosi e seri, che continuano a produrre soddisfazioni in un mercato in rapida trasformazione.

BRITISH PAVILION: TUTTO OK

GRANDE INTERESSE DA PARTE DEI BUYER INTERNAZIONALI
PER GLI ESPOSITORI INGLESI E I LORO NUOVI PRODOTTI

Ventinue espositori con i loro prodotti più innovativi hanno partecipato con successo a Zoomark International 2019 nel British Pavilion organizzato da PetQuip. Alla chiusura si respirava aria di soddisfazione fra le aziende presenti in fiera, che hanno avuto modo di entrare in contatto non solo con il mercato italiano, ma anche con quello internazionale.

In generale l'evento ha determinato un ulteriore aumento nel numero e nella qualità dei visitatori esteri, con buyer provenienti anche dalla Cina e dalla Corea del Sud. Numerosi importatori e distributori italiani hanno visitato i 29 stand inglesi dopo aver ricevuto la preview sugli espositori UK stampata e spedita da PetQuip prima dello svolgimento del salone. Anche Zampotta ha partecipato alla promozione del British Pavillon grazie allo speciale approfondimento sui prodotti made in UK pubblicato sul numero di maggio.



ZOOMARK INTERNATIONAL SPECIAL

BRITISH PAVILION: EVERYTHING IS FINE

British exhibitors overwhelmed with interest from overseas buyers

29 exhibitors and their most innovative products successfully took part in Zoomark International 2019 within the PetQuip-managed British Pavilion. At the end of the exhibition companies reported that the show was a huge success for them. They could get in touch not only with the Italian market, but also with the international market as well.

Overall the event attracted a further increase in both the numbers and the quality profile of foreign visitors, with buyers coming from as far afield as China and South Korea. A large number of Italian importers/distributors also visited the 29 British stands after receiving a special UK exhibitor show preview, which was printed and mailed by PetQuip prior to the show. Promotion of the British exhibits was further bolstered by an in-depth preview of the UK products, published in the leading Italian pet trade magazine "Zampotta".

FEEDBACK FROM EXHIBITORS

Zoomark 2019 was the seventh occasion that the PetQuip export association had organised a British group at this expanding international pet trade event, and this year's UK exhibitors displayed new product innovations across most areas of the pet sector.

Seasoned exhibitors such as ChickenGuard received over 40 quality international sales leads and other firms that were exhibiting for the first time in Italy, including Meatiful, Frozy's, Mr Johnson's, Pet Remedy and Tribal Pet Foods, were overwhelmed by the interest shown by overseas buyers.

First-time exhibitor, JR Pet Products, experienced significant success at the show. Joint founder of the company, Rebecca Davies, contacted PetQuip after the show and said: "We have received and delivered orders to several independent Italian, German, Spanish and Hong Kong shops. A distributor in Belgium ordered *Top Dog* fresh food for dogs at the show and we are in serious talks with distributors in Italy, Canada, China, Spain, Germany, Canary Islands and several more. It was a hugely successful show for us".

ALL THE INFORMATION ON UK MARKET

In addition to product displays, the British Pavilion included a UK pet product industry information Stand that provided support for the UK exhibitors, as well as a free product sourcing service for overseas buyers. During the course of the four-day show, buyers from 23 different countries held meetings on the British information stand, and on the second evening of the show over 100 guests representing exhibitors, overseas buyers and show organisers attended a reception at the invitation of PetQuip.

Companies wishing to learn more about the comprehensive range of services offered by PetQuip to British manufacturers and exporters of petcare products can contact the association.



Dicono della loro esperienza a Zoomark...

Alan Gittins, di Mr Johnson's, afferma che pur essendo una nuova azienda sul mercato italiano, lo stand era davvero molto affollato. Per Jim Weston di Little BigPaw il salone è stata un'eccellente occasione per incontrare i propri clienti e stabilire nuovi contatti. Secondo Bethany Corbett di Simply2 Pet Products, i nuovi colori e le fantasie aziendali per il mercato europeo sono piaciuti ai buyer in visita. Secondo Rebecca e Jonathan Davies, fondatori di JR Pet Products, l'evento ha portato ottimi risultati. Frozzy's, alla prima esperienza internazionale, ha presentato con successo i benefici dello yogurt gelato per cani: secondo Michael Hunt, PetQuip ha offerto un supporto significativo per migliorare la partecipazione all'evento, aiutando a determinare il successo dell'azienda.

About Zoomark...

Alan Gittins of Mr Johnson's said that while the company was new to the Italian market, the company's stand had been very busy. Jim Weston of Little Big Paw said that the company had an excellent show, meeting existing customers and establishing positive new contacts. Bethany Corbett of Simply2 Pet Products said that the company's new colours and new paw patterns for the European market had attracted considerable response from visiting buyers.

Rebecca and Jonathan Davies, founders of JR Pet Products, had a hugely successful show. Displaying the benefits of frozen yoghurt for dogs, Michael Hunt of Frozzy's said that exhibiting at Zoomark was the company's first international experience and PetQuip had provided significant support to enhance the company's presence, which had resulted in commercial success for his company.



LE OPINIONI DEGLI ESPOSITORI

Con Zoomark International 2019, è la settima volta che l'associazione PetQuip organizza e porta un gruppo di aziende britanniche a un salone internazionale. Negli stand si sono visti molti nuovi prodotti in numerosi campi del settore.

Espositori di lunga data come ChickenGuard hanno ricevuto più di 40 potenziali clienti internazionali di qualità. Altre aziende come Meatiful, Frozzy's, Mr Johnson's, Pet Remedy e Tribal Pet Foods, che per la prima volta partecipavano come espositori in Italia, sono state prese d'assalto dai buyer stranieri. Così come JR Pet Products, nuovo espositore, che ha riscosso notevole successo. Rebecca Davies, co-fondatrice dell'azienda, ha così commentato dopo la fiera, ringraziando PetQuip per il suo supporto: "Abbiamo ricevuto e spedito

ordini a numerosi negozi indipendenti in Italia, Germania, Spagna e Hong Kong. Un distributore belga ha ordinato gli alimenti freschi per cani Top Dog durante il salone e siamo in trattativa con distributori in Italia, Canada, Cina, Spagna, Germania, Isole Canarie e altri ancora. È stato un evento di enorme successo".

TUTTE LE INFORMAZIONI SUL MERCATO UK

Oltre alla parte espositiva il British Pavilion ospitava uno stand informativo sull'industria pet britannica a supporto degli espositori, con un servizio di ricerca prodotti per i buyer stranieri. Durante i quattro giorni di Zoomark International, buyer di 23 diversi Paesi hanno organizzato incontri presso lo stand informativo britannico e nel corso della seconda serata oltre 100 ospiti in rappresentanza di espositori, buyer e organizzatori dell'evento hanno partecipato a un ricevimento organizzato da PetQuip.

PetQuip è a disposizione per chi desidera informazioni sull'ampia gamma di servizi offerti ai produttori ed espositori britannici. (A.S.)



ZAMPOTTA A ZOOMARK

IN UNO STAND SEMPRE AFFOLLATO, ZAMPOTTA HA INCONTRATO I LETTORI E PRESENTATO LE TANTE NOVITÀ E INIZIATIVE A SOSTEGNO DEI NEGOZIANTE PET



Grazie, grazie e ancora grazie! È doveroso partire con un ringraziamento per raccontare la partecipazione di Zampotta a Zoomark International. Grazie infatti alla presenza dei nostri lettori, così numerosa, affezionata e interessata, ogni giorno il nostro stand era costantemente affollato.

A Bologna non potevamo certo mancare... anche per noi il Salone rappresenta un'importante occasione di aggiornamento sulle nuove tendenze e i nuovi prodotti del mercato internazionale, a cui in questo numero sono dedicati due articoli.

Ma la partecipazione a una fiera è soprattutto un'opportunità per conoscere aziende nuove, rinsaldare il rapporto con i clienti e - ancora più importante - avere l'occasione di incontrare i lettori.

ATTESTATI, GADGET E NUOVI ABBONATI

È stato un grande piacere conoscere e salutare di persona gli abbonati che ogni mese ricevono la rivista o la leggono online, scambiare quattro chiacchiere, prendere un caffè e ascoltare pareri e consigli.

Per tutti c'era una sorpresa, un gadget speciale.

E per molti, per chi ne aveva fatto richiesta in anticipo, c'era anche l'attestato "Lettore Zampotta" da appendere in negozio (chi non ha potuto venire a Bologna, lo ha ricevuto via email).

Per altri, che ancora non erano abbonati, c'è stata l'occasione per sottoscrivere la richiesta, cosa che - in particolare - ci ha fatto molto pia-

cere: da un lato perché significa che la rivista desta interesse, dall'altro perché chi non riceve ancora Zampotta ha per lo più un'attività aperta da poco, dunque così tanti nuovi abbonamenti sono indice di un settore attivo, con operatori che hanno voglia di investire nel mondo pet.

IDEE PER MIGLIORARE

Sono tanti i suggerimenti che abbiamo ricevuto: molti riguardano i temi che più interessano chi riceve la rivista, tanti altri provengono dalle richieste che vengono fatte dalla clientela del negozio. Sono tutte idee che cercheremo di approfondire, magari in uno dei prossimi video di Zampotta TV (il nostro canale YouTube che, tra l'altro, è piaciuto tantissimo in fiera).

Molte anche le informazioni richieste sul servizio Trova Negozio - attivo sul sito web www.zampotta.it/trovanegozio - per entrare in contatto con tanti nuovi clienti. Significa che la novità di questo circuito crea curiosità e funziona.





ZOOMARK INTERNATIONAL SPECIAL

ZAMPOTTA AT ZOOMARK

The stand was always busy: Zampotta met readers and presented the news and initiatives to support pet retailers

Thank you, thank you, thank you! Thanks are the right beginning to start talking about Zampotta participation at Zoomark International. Thanks to our readers, who were so many, affectionate and interested, our stand was busy every day. We could not miss the Bologna show. It is an important occasion to find updates on new trends and products on the international market: two articles are dedicated to these topics. Taking part to an exhibition is also a chance to meet new companies, to strengthen the bond with customers and - more importantly - to meet the readers.

CERTIFICATES, NOVELTIES AND NEW SUBSCRIBERS

It has been a great pleasure to meet and greet our subscribers, who receive or read our magazine online every month, to talk with them, have a coffee and listen to their opinions and tips.

A special novelty or a surprise awaited everybody.

For those who asked in advance, there was also the "Zampotta Reader" certificate for the shop (those who could not to an exhibition received it per email).

Other visitors had the chance to subscribe to our magazine: on the one hand, it means that our magazine is interesting; on the other hand, most of Zampotta new subscribers opened a new business in recent times. So many new subscriptions mean that the sector is active and operators are willing to invest in the pet sector.

IDEAS TO IMPROVE

We received several tips. Most of them deal with the hottest topics according to our readers; others are requests from shop customers. We will try to develop all of them, maybe in one of the future videos of Zampotta TV (our YouTube channel was particularly appreciated at the show).

Several asked about the Find Shop service - active on our web site at www.zampotta.it/trovanegozio - to get in touch with plenty of new customers. It means that the service creates curiosity and works.

SHOP STORIES

Many retailers asked to be listed for the Shop of the Month section, one of the most appreciated sections. To apply for the section, it was enough to fill in a form and tell about the business, focus and differentiation in particular, in order to persuade the editorial staff in choosing a shop over another (we are still selecting shops: selected shops will soon be contacted).

Four readers already won an article to be published on Zampotta: they are the winner of the postcard competition at our stand. At the end of each day, a name was randomly selected out of the ballot box. Winners are: Velvet Pet Srl (Prato) by Max Capechi, Il Collarino (Torino) by Giorgia Caon, Andrea Pet Grooming (Viterbo) by Andrea Porciani and Naturalandia (Villafranca - VR) by Barbara Martinelli. On this issue you will find the first two articles on pages 92 and 94.

EVERYBODY LOVES OUR GUIDES

The third Zoomark Special Novelty Guide literally went like hot cakes. Even though the guide was enclosed with Zampotta May issue, and handed in advanced to subscribers, we received a lot of request for a copy at our stand. Other "Zampotta Special" guides published in the past months were also appreciated and received many compliments. This is the proof that it is a successful idea: it offers something retailers need, an in-depth monograph on specific topics.

THANKS FOR STOPPING BY!

Positive feedback for Zampotta participation at Zoomark International 2019.

It was a beautiful and satisfying show, full of meetings and activities thanks to our readers.

Follow us and keep in touch! We will go on with our magazine, our web site, our YouTube channel and Find Shop service. We will continue to provide updates on news and initiatives.

Thank you all for stopping by!



NEGOZI DA RACCONTARE

Una vera valanga di candidature anche per *Il Negozio del Mese*, una delle nostre rubriche più lette. Bastava compilare un modulo e raccontare la propria attività specificandone focalizzazione e differenziazione, elementi che possono "convincere" la redazione a scegliere un negozio piuttosto che un altro (si sta operando alla selezione, a breve i punti vendita selezionati verranno contattati).

Ma quattro lettori hanno già vinto la pubblicazione di un articolo sulle pagine di Zampotta: sono i vincitori del concorso che ha simpaticamente coinvolto i visitatori del nostro stand con la semplice compilazione di una cartolina. Alla fine di ogni giornata, dall'urna veniva infatti estratto un nome. I vincitori sono Velvet Pet Srl (Prato) di Max Capechi, Il Collarino (Torino) di Giorgia Caon, Andrea Pet Grooming (Viterbo) di Andrea Porciani e Naturalandia (Villafranca - VR) di Barbara Martinelli. Su questo numero a pagina 92 e 94 troverete i primi due articoli a loro dedicati.

QUANTO PIACCONO LE GUIDE

È andata letteralmente a ruba la terza edizione della Guida Speciale Novità di Zoomark.

Nonostante fosse allegata al numero di maggio di Zampotta e distribuita con abbondante anticipo agli abbonati, le richieste di averne una copia presso il nostro stand sono state davvero tantissime. Ma anche le altre Guide "Gli Speciali Zampotta", pubblicate in questi mesi, sono state molto apprezzate e hanno ricevuto tanti complimenti. È una conferma di quanto si tratti di un'iniziativa vincente perché va a proporre qualcosa di cui il negoziante sentiva il bisogno, una monografia su argomenti specifici e approfonditi da tenere e conservare.

Nonostante fosse allegata al numero di maggio di Zampotta e distribuita con abbondante anticipo agli abbonati, le richieste di averne una copia presso il nostro stand sono state davvero tantissime. Ma anche le altre Guide "Gli Speciali Zampotta", pubblicate in questi mesi, sono state molto apprezzate e hanno ricevuto tanti complimenti. È una conferma di quanto si tratti di un'iniziativa vincente perché va a proporre qualcosa di cui il negoziante sentiva il bisogno, una monografia su argomenti specifici e approfonditi da tenere e conservare.

GRAZIE A TUTTI PER ESSERE VENUTI A TROVARCI!

Segno positivo, quindi, per la partecipazione di Zampotta a Zoomark International 2019.

Una bella edizione con tante soddisfazioni, incontri e momenti ricchi di attività grazie soprattutto ai lettori che sono stati con noi.

Seguiteci e restate in contatto! Noi continueremo ad affiancare il vostro lavoro con la rivista, il sito, il canale YouTube e il circuito Trova Negozio e ad aggiornarvi sulle nostre novità e iniziative.

Grazie a tutti per essere venuti a trovarci!



il negozio del mese

Velvet Pet



VELVET PET srl
tel. 0574066722
www.velvetpet.com
max@velvetpet.com



UNA SCELTA ETICA

Alla scoperta di un negozio che ha deciso di scommettere su un nuovo modo di concepire la cura degli animali d'affezione e che punta a soddisfare con prodotti di nicchia una clientela un po' più esigente



Entrando da Velvet Pet non sembra proprio di trovarsi in un negozio che vende prodotti per animali: curato e spazioso, è organizzato con singole isole disposte attorno un grande tavolo centrale, con alle pareti elementi in cartongesso che creano eleganti nicchie, insomma... sembra di essere in una boutique glamour e moderna. Velvet Pet è infatti un'evoluzione del classico negozio per animali ma con una nuova filosofia, spiega il titolare Max Capecchi, che da settembre del 2014 sta scommettendo su un modo diverso di concepire la cura e l'alimentazione degli animali d'affezione.

UNA VISIONE "ESTEROFILA" DEL PROPRIETARIO PET

Dopo aver lavorato per diversi anni nel settore

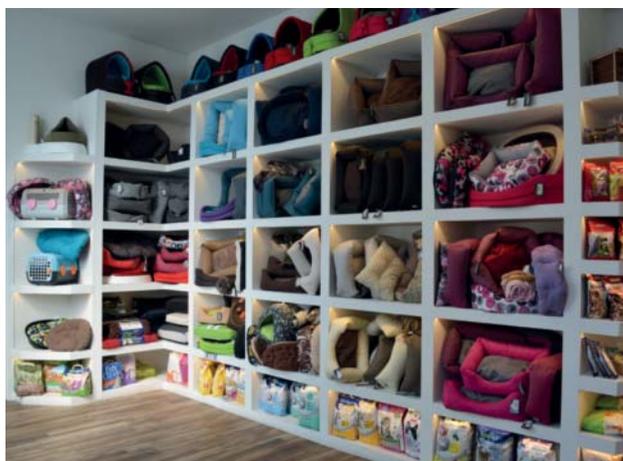
delle spedizioni internazionali, girando il mondo in lungo e in largo, Max ha cambiato vita per dedicarsi a una delle sue più grandi passioni, i gatti, e più in generale tutti gli animali.

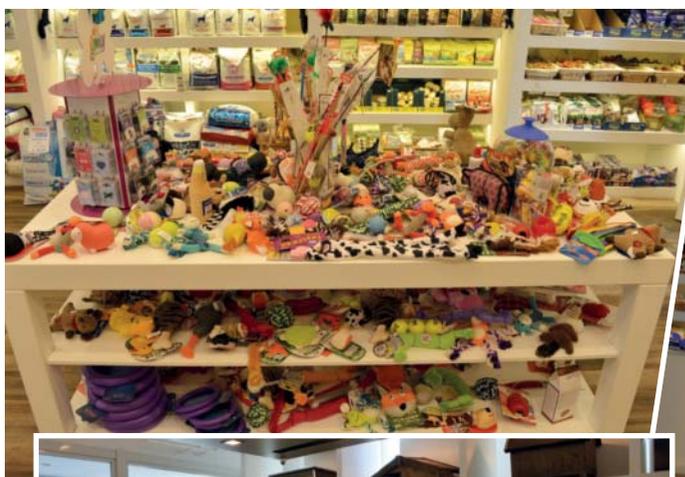
Ma non l'ha fatto a cuor leggero. Prima di prendere questa decisione, si è ritagliato un lungo periodo di tempo e di riflessione. L'esperienza dei viaggi all'estero in Paesi più evoluti nel nostro settore, come Stati Uniti e Canada, gli aveva permesso di acquisire una visione esterofila relativa al gradimento dei prodotti pet. A queste conoscenze Max ha affiancato uno studio approfondito per valutare la situazione italiana, con ricerche di mercato e analisi di marketing.

Decisiva è stata infine la visita all'Interzoo di Norimberga, l'incontro con aziende internazionali e la scoperta di brand e prodotti mai visti prima in Italia.

Da qui l'idea di aprire un pet shop, ma un pet shop diverso. E in effetti Velvet Pet ha qualcosa di unico che soddisfa quella clientela un po' più esigente, inserendosi nell'attuale tendenza di ricerca di prodotti più evoluti.

Ecco quindi che in questo negozio di Prato - dove, per evidenziarne la diversità, Max ha voluto curare personalmente ogni dettaglio a





partire dal disegno e dalla progettazione dell'arredamento su misura - troviamo brand anche di difficile reperibilità legati a una nuova filosofia del rapporto con il proprio animale.

PET FOOD DA MEZZO MONDO

In particolare nell'ambito del pet food sono disponibili prodotti provenienti da mezzo mondo, scelti uno a uno personalmente dal titolare - spesso, ove possibile, anche attraverso visite ai vari stabilimenti di produzione - con un'unica, precisa caratteristica: sono tutti cibi etici pur con caratteristiche differenti. Ci sono infatti alimenti senza glutine, grain free e poi vegetariani e vegani, cioè realizzati senza sopprimere alcun animale; tutti certificati per la qualità e la bontà degli ingredienti.

Dalla Norvegia all'America, passando per la Germania e anche per l'Italia, Velvet Pet propone dunque un altro modo di nutrire gli amici quattrozampe con una grande varietà di scelta e di spesa. Anche con le diete BARF, che oggi piacciono a una fascia medio-alta di clientela per la quale il "fare in casa" costituisce un valore aggiunto, ma nella salvaguardia dei valori nutrizionali. All'interno del negozio si trovano tre congelatori ma soprattutto un servizio di consulenza per comporre il menu.

L'obiettivo è consigliare al cliente come nutrire nel modo migliore il proprio pet, soprattutto se si tratta di cani e gatti con qualche problema di salute, che necessitano di conseguenza di regimi alimentari particolari.

CONTRO LA FILOSOFIA DEL SUPERMERCATO

La stessa scelta etica si ritrova anche nella selezione degli accessori. Dal tiragraffi di design alle cucce realizzate con materiali eco e all'insegna della praticità - fra cui una gamma di cuscineria "made in Prato" dove vige una speciale attenzione per la cultura del tessuto - i prodotti offerti hanno tutti un elemento in comune: un'evidente componente estetica dovuta alla loro originalità, unicità e valore come oggetti di arredamento.

Velvet Pet consiglia e affianca il cliente nella sua scelta ed è importante sottolineare che nell'arredamento del negozio non sono presenti scaffali "brandizzati" o insegne di questa o quella marca: i prodotti sono presentati uno accanto all'altro in modo che il proprietario pet possa scegliere - sempre consigliato - in base alle proprie esigenze e preferenze e non perché spinto da una promozione o da una pubblicità. Contro la filosofia del supermercato, in cui si scelgono da soli cose tutte uguali, Velvet Pet propone un modo di acquistare in cui si mettono al centro le esigenze dell'animale, si parla e si valuta insieme, fino ad arrivare a individuare il prodotto giusto.

I progetti futuri: la selleria e un nuovo negozio

A quasi cinque anni dall'apertura Velvet Pet è ormai una realtà radicata a Prato, con una clientela fidelizzata e un passaparola che permette di acquisire nuovi clienti.

Ma il titolare Max Capecchi non si ferma e punta in alto: al pet shop ha infatti affiancato una toelettatura, un grande spazio di 150 metri quadrati, e ora il suo progetto è di aprire a Prato - zona con molti maneggi - una selleria concepita come una sorta di piccolo atelier in cui affiancare alla vendita dei tradizionali prodotti per cavalli anche l'assortimento di abbigliamento per cavalieri e amazzoni.

E magari, in un futuro non troppo lontano, un secondo punto vendita in un'altra parte della città!

il negozio del mese

Andrea Pet Grooming



ANDREA PET GROOMING
tel. 0761306002
www.andreapetgrooming.com
andreaporciani@yahoo.it



DOVE IL CANE DIVENTA SPECIALE

L'aspetto dell'amico quattrozampe viene curato con attenzione e competenza ogni giorno, e con un pizzico di estro e creatività in più per le grandi occasioni

Come può l'amico peloso prepararsi al meglio nel giorno più importante per il suo amico umano? Con il servizio di Wedding Dog che lo fa diventare... l'invitato d'onore alle nozze!

È una delle tante idee originali e innovative che si possono richiedere da *Andrea Pet Grooming*, il salone di via Galvani a Viterbo, dove si respira un'aria di grande famiglia. Ci sono Andrea (il fondatore), Pamela (la moglie), Alessandro (il nipote), Guglielmo (il cognato) e Samuele (il figlio). E poi ci sono loro: i quattrozampe con i loro proprietari.



DAI PRIMI PASSI ALLA PROFESSIONE

Andrea Porciani è toelettatore professionista dal 1986 ma le prime esperienze di lavoro con gli animali le ha vissute quando era poco più che un bambino. Ancora minorenne, ha avuto infatti la fortuna di trasformare la sua grande passione in una vera e propria professione: ha mosso i primi passi nell'ambito di una clinica veterinaria, esperienza che gli è servita moltissimo in un momento in cui in Italia si era ancora a livello zero come nozioni di toelettatura. Ha acquisito una formazione di base sull'igiene del cane, i primi e

fondamentali consigli preziosi per prendersi cura della salute e del benessere degli animali. E intanto il suo sogno si realizzava, avere una toelettatura tutta sua. Per accrescere le proprie competenze, ha poi partecipato a corsi e stage anche all'estero, culminati nel 1996 a Chicago con un corso intensivo specializzato di sei mesi. Oggi Andrea Porciari si sta battendo insieme all'associazione F.N.T. - Federazione Nazionale Toelettatori per il riconoscimento della professione, in modo da garantire un percorso di qualità a chi svolge questo lavoro o vuole avvicinarsi a questo mondo.

ARMONIZZARE LE ESIGENZE DEI CLIENTI A DUE E QUATTRO ZAMPE

Da *Andrea Pet Grooming* al centro di ogni scelta e di ogni azione ci sono loro, gli animali. Il lavoro di toelettatura è svolto con serietà e rispetto, con la consapevolezza che sono sempre due i referenti finali: gli amici a quattro zampe con le loro necessità e il loro benessere e i proprietari con le loro richieste. E riuscire ad accordare armoniosamente le esigenze di entrambi è quello che lo staff cerca di fare ogni giorno.

Oltre alla toelettatura si eseguono bagni, tosature a forbice, stripping, trimming, spazzolatura e snodatura, pulizia occhi e orecchie e taglio unghie, il tutto con cosmetici di qualità, sicuri ed efficaci.

Una caratteristica subito evidente quando si entra nel salone è l'attenzione per l'igiene. L'ambiente è accuratamente controllato e pulito, un dato essenziale che può fare la differenza. Uno degli obiettivi di *Andrea Pet Grooming* è infatti quello di strappare un commento positivo ai clienti che hanno una buona impressione da questo spazio pulito, igienizzato e profumato.



WEDDING DOG, PER LE OCCASIONI SPECIALI

Un altro elemento su cui da sempre punta Andrea è il costante aggiornamento sia delle tecniche che delle attrezzature, nella convinzione che sia importante tenersi al passo con tutto ciò che consente di migliorare la gestione dei tempi e la resa del lavoro, con l'obiettivo finale di dare maggior comfort all'amico peloso, ma anche allo stesso toelettatore.

La tecnica è importante, ma è con il giusto estro creativo che ogni cane diventa unico.

Un servizio particolare è la preparazione dei cani per le esposizioni ma soprattutto per le occasioni speciali, con l'utilizzo di una vasta gamma di accessori e prodotti di bellezza glamour. Fra la clientela si è sparsa la voce - grazie anche a una bella serie di foto postate sui canali social - e molti proprietari chiedono di "sistemare" il loro amico peloso in occasione di matrimoni, battesimi, cene o eventi, con abiti e accessori a loro dedicati. Andrea studia e cura il look su misura insieme al proprietario, con tutti i trattamenti adatti a farlo diventare l'ospite d'onore, abbinando anche accessori fashion che fanno parte dell'assortimento per le grandi occasioni oppure cercandoli su richiesta del cliente.

TUTTI IN POSA!

L'attenzione per il cliente si traduce anche in un servizio aggiuntivo. Su prenotazione, cani e gatti vengono ritirati a domicilio, portati nel salone e trattati secondo le richieste del proprietario. E una volta terminato il lavoro vengono poi riconsegnati a casa, puliti e profumati.

Forse il segreto del successo di questo salone sta proprio qui: nell'ascoltare il cliente, nel rendere creativo insieme a lui il risultato finale e nel coinvolgerlo in diverse iniziative, come le giornate tematiche o i cartelloni pubblicitari, spiritosi e sempre diversi.

Andrea Pet Grooming ha avuto l'idea per Natale di trasformare un semplice carrellino in un set fotografico - come fosse una slitta - ed è diventato un must farsi una foto prima dell'uscita dal negozio!



LA TRADIZIONE CONTINUA

GRANDE APPREZZAMENTO PER IL NUOVO CATALOGO
E IL RINNOVO DEI COLORI E DELL'IMMAGINE, GRAZIE AL RILANCIO
DELLO STORICO BRAND DI PRODOTTI PER PICCOLI ANIMALI

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 54
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**



L'edizione 2019 di Zoomark International ha visto il debutto in grande stile del brand *My Fop Solution*, la nuova linea di prodotti 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 accessori.

"Siamo stati felicemente sorpresi del gradimento ottenuto dal refresh del marchio" - commenta Pierluigi Fortuna, direttore marketing di MPS 2 - "a conferma che nei confronti della gamma 'ex FOP' c'è ancora molta aspettativa sia per il mercato interno che per quello internazionale. Abbiamo stretto molteplici contatti soprattutto con operatori stranieri, segno che possiamo tornare a essere dei protagonisti nel mercato europeo del pet". Il rilancio dello storico marchio grazie a un'azienda come MPS 2, che vanta una grande esperienza sul mercato nel settore dei prodotti per piccoli animali e volatili, ha portato con sé da un lato la continuità qualitativa e di impianto base, dall'altra la garanzia di un ammodernamento della gamma colori e dei modelli nello sviluppo di nuovi prodotti.

NUOVO SLANCIO, NUOVE PROPOSTE COMMERCIALI

La linea *Natura* ha soddisfatto pienamente le attese riscontrando molto interesse in una nicchia di mercato come quella dei piccoli animali, che si è dimostrata in grado di indurre ancora soddisfazione.

Sono piaciuti i nuovi modelli in versione *Natura* della linea *Big Fun*: le gabbie *Pino* e *Trudy* sono caratterizzate da design e colori accattivanti, a sottolineare come le idee innovative FOP trovino continuità in *My Fop Solution* con i concetti di qualità, accuratezza nei dettagli e soluzioni di vendita intelligenti ed efficaci.

I visitatori di Zoomark International hanno molto apprezzato anche la linea *Baia* nei modelli *Baia 100* e *Baia 120* per cavie, e *Baia Hamster 80* e *100*: la giusta combinazione di componenti in legno, plastica e metallo creano perfetta armonia estetica e funzionale, offrendo al piccolo animale un ambiente confortevole e molto piacevole da inserire nel contesto abitativo. Con il suo tetto apribile *Baia* sembra una vecchia madia, mentre *Baia Hamster* diventa un perfetto soprammobile con le sue misure riconosciute come ottimali per la salute dell'animale. *My Fop Solution* punta quindi su un riposizionamento della gamma di prodotti sia in Italia che all'estero, in un'ottica di maggiore concentrazione sullo sviluppo tecnico, produttivo e commerciale dell'intera linea pet, per offrire un servizio sempre più di qualità ai propri clienti quale mission irrinunciabile. (G.P.)

PINO



TRUDY



BAIA HAMSTER



PET WORLD

THE TRADITION IS CARRIED ON...

Great appreciation for the new catalogue and the renovation of colours, graphics and look, thanks to the relaunch of famous brand for small animals

Zoomark International 2019 hosted the massive debut of *My Fop Solution* brand, the new line of pet products by MPS 2. At the end of 2018, the company signed the acquisition agreement of Happy Pet (former FOP) branch and took in the whole range of accessories.

"We were extremely pleased by the appreciation for the brand refresh" - says Pierluigi Fortuna, MPS 2 marketing director - "it proves that there are still great expectations for 'former FOP' range on the domestic and international market. We gained several contacts especially with foreign operators: we can be leader on the European pet market again".

The brand was relaunched thanks to MPS 2: the company has a broad experience in the market of small products and bird. The relaunch combined the quality of the original range with renovation of colours and models along with the development of new products.

NEW IMPULSE, NEW BUSINESS OFFER

Natura line fully met the expectations, generating interest in the niche market of small mammals.

New *Natura* models of *Big Fun* line were appreciated: *Pino* and *Trudy* cages feature captivating design and colours. FOP innovative ideas are carried on in *My Fop Solution* with quality concepts, careful details and effective and smart selling solutions.

Zoomark International visitors particularly liked *Baia* line models *Baia 100* and *120* for guinea pigs, as well as *Baia Hamster 80* and *100*. The right combination of wood, plastic and metal create the perfect functional and aesthetic harmony, providing pets with a comfortable environment that also fits in well in the house.

Baia looks like an old cupboard, with an extendible roof; *Baia Hamster* is the perfect ornament: its size is recognized as perfect for the health of the pet.

My Fop Solution focuses on repositioning the pet range, in order to ensure an increasingly higher quality service to its customers as core mission.

MY NATURAL LIVING

scopri la nuova linea *natura*



pet app

FILO DIRETTO CON IL VET DEGLI ESOTICI

Gli animali esotici hanno esigenze diverse dal cane e dal gatto e necessitano di cure specifiche. Ecco un'app dove trovare veterinari che si occupano esclusivamente di loro

La tartaruga è giù di corda? Il pappagallo è malato? Il camaleonte ha bisogno di un controllo? Il furetto è inappetente? Come gestire l'emergenza di questi animali esotici (o non convenzionali) che sono ormai una realtà molto diffusa?

Semplice! Bastano pochi click per trovare *ExovetApp - Veterinario Animali Esotici*, l'applicazione completamente dedicata alla salute di questi animali.

Al giorno d'oggi gli animali esotici sono sempre più presenti nelle nostre abitazioni; basti pensare che il coniglio è la terza specie più diffusa dopo il cane e il gatto. Pertanto si rende sempre più necessaria la figura di un medico veterinario che si occupi esclusivamente e in modo specialistico del loro stato sanitario. Infatti gli animali esotici (o nuovi animali da compagnia) hanno esigenze diverse dal cane e dal gatto e di conseguenza necessitano di cure specifiche.



TUTTO A PORTATA DI CLICK

ExovetApp è un'app ideata dal Centro Veterinario per Animali Esotici del Dr. Simone Rota per gestire i propri animali esotici in modo innovativo con un'applicazione che permette di essere sempre connesso con una clinica veterinaria di fiducia. Una delle principali funzionalità è avere il libretto sanitario elettronico dell'animale sempre aggiornato così da tenere a disposizione tutti i risultati delle analisi e le altre informazioni sanitarie. *ExovetApp* ha anche una sezione dedicata alle schede di gestione per i vari animali esotici, che serviranno al proprietario pet come guida per allevare in maniera ottimale il proprio beniamino. Inoltre l'app consente di prenotare gli appuntamenti dal veterinario direttamente dallo smartphone o dal tablet in modo facile e veloce.

I SERVIZI DELLA APP

ExovetApp è disponibile per tutti gli utenti iOS ed è possibile scaricarla gratuitamente tramite l'App Store di iPhone o iPad per poi iscriversi all'area riservata. Il funzionamento è intuitivo e la grafica è molto gradevole, in più è molto leggera, quindi non occupa troppa memoria nello smartphone.

L'app si compone di diverse sezioni:

- Servizi - consente di sapere quali servizi siano disponibili presso il centro;
- About me - un breve curriculum del Dr. Rota;
- Reperibilità - permette di sapere in quali cliniche operano gli specialisti del centro;
- Chiama - consente di chiamare il centro direttamente dall'app;
- Guidami - per venire guidati fino al centro tramite il navigatore dello smartphone;
- Prenota - permette di prenotare appuntamenti direttamente dall'applicazione.



IL SAPORE DI UN PRATO IN FIORE

PRESENTATE A ZOOMARK INTERNATIONAL NUOVE E GUSTOSE REFERENZE
PER PICCOLI MAMMIFERI E RODITORI

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 54
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

Immaginate di camminare in un prato di montagna, chiudete gli occhi e... respirate. Saranno i profumi a inebriarvi: il fieno dall'aroma inconfondibile e persistente, a cui si accompagnano il trifoglio, la dolcezza della camomilla, la freschezza della menta. Semplici e deliziosi. *Pinny Premium Line* ha racchiuso questo incanto della natura in golose referenze dedicate ai piccoli roditori e mammiferi e ha presentato le sue novità a Zoomark International lo scorso maggio, confermandosi tra le aziende più affidabili in questo settore pet.



I FIENI

Tra le caratteristiche più apprezzate, sicuramente il formato: 700 g invece dei comuni formati da mezzo chilo. Una scelta di maggior risparmio e comodità per i proprietari anche per il fatto che il fieno non è compresso, rendendo più facile estrarre il prodotto nella giusta quantità e creando meno sporco. Scopriamo ora le altre caratteristiche dei fieni di *Pinny Premium Line*:

- bigusto - ogni variante è arricchita con due differenti varietà vegetali;
 - made in Italy - il fieno è 100% italiano e raccolto nei prati e nei pascoli delle Alpi;
 - specifico - proviene da colture appositamente seminate con varietà gradite e idonee all'alimentazione dei piccoli mammiferi e roditori;
 - sicuro - viene lavorato con cura ed

PREMIUMHAY

SIMPLETASTYNATURAL



essiccato con procedure in grado di mantenere la fragranza e le caratteristiche organolettiche originarie.

LE REFERENZE

- *Pinny Pure Hay* - fieno naturale, composto da un'ampia varietà di erbe prative e officinali;
- *Pinny Detox Hay* - fieno con echinacea e tarassaco, dalle proprietà immunostimolanti e gradito al palato dei piccoli mammiferi;
- *Pinny Wellnes Hay* - fieno con calendula e menta, dalle spiccate proprietà antinfiammatorie, fresco e appetibile;
- *Pinny Relax Hay* - fieno con trifoglio e camomilla, favorisce il contrasto ai radicali liberi e ha un effetto calmante.

LA LINEA

Pinny Premium Line è la linea principale del marchio Pinny Pet, dedicato a piccoli mammiferi e uccelli, che da sempre si distingue per serietà e responsabilità. Il suo impegno è quello di offrire un'alimentazione sana e specifica per i piccoli amici di casa grazie a prodotti di grande appetibilità e alti standard

qualitativi con l'intento di sostenere il rivenditore nel raggiungimento di ottimi volumi di vendita e conseguentemente interessanti profitti. Il consumatore, d'altro canto, può contare su alimenti formulati con ingredienti particolari, attentamente selezionati e rigorosamente No OGM per garantire il massimo benessere al proprio animale. (A.S.)



SMALL RODENTS

THE FLAVOUR OF BLOOMING MEADOWS

New and delicious varieties for small mammals and rodents launched at Zoomark International

Imagine to be strolling in a mountain meadow, close your eyes and...breathe. The unmistakable aroma of hay, with clover, sweet chamomile, and fresh peppermint. Simple and delicious.

Pinny Premium Line was able to gather all of this in yummy varieties for small rodents and mammals, launched last May at Zoomark International, confirming once again to be one of the most reliable brands in this pet sector.

HAY

The size of the packaging is one of the most welcome features: 700 g instead of the usual half kg packs, more cost effective as well as more convenient to carry home. Besides, hay isn't compressed, and it's therefore easier to get out in the right amount, keeping things tidy.

Following are the other features of *Pinny Premium Line*:

- two-flavoured - each variety has two kinds of vegetables;
- made in Italy - hay is 100% Italian and picked in meadows and pastures on the Alps;
- specific - from specifically sown cultivations, with favoured varieties suitable to the diet of small mammals and rodents;
- safe - carefully processed and dried through procedures able to preserve freshness and original organoleptic characteristics.

THE VARIETIES

- *Pinny Pure Hay* - natural hay, with a broad variety of grass and herbs;
- *Pinny Detox Hay* - hay with Echinacea and dandelion, with its immunostimulant properties and most appreciated by small rodents;
- *Pinny Wellnes Hay* - hay with marigold and peppermint, with anti-inflammatory properties, fresh and appealing;
- *Pinny Relax Hay* - hay with clover and chamomile, helps counteract free radicals and has a calming effect.

THE LINE

Pinny Premium Line is the main line of Pinny Pet brand for small mammals and birds, renowned for its reliability and awareness. Committed to providing a healthy specific nutrition to your small friends thanks to quality appealing products, aiming at supporting retailers in their sales: and therefore profits. Consumers can count on foods made with unusual recipes and carefully selected ingredients and No GMO, to support pets wellbeing.

Il coniglio all'aperto

IL CONIGLIO DA COMPAGNIA PUÒ TRASCORRERE DEL TEMPO ALL'APERTO? LA RISPOSTA È SÌ, MA VEDIAMO INSIEME QUALI CONSIGLI DARE AL PROPRIETARIO CHE ABBA QUESTA POSSIBILITÀ O DESIDERIO

Abbiamo già parlato di una casa "a prova di coniglio", o meglio di quelle accortezze da rispettare per mantenere in sicurezza il nostro piccolo amico all'interno delle quattro mura, ma abbiamo dato anche qualche suggerimento per rendere la sua giornata più entusiasmante al chiuso. Oggi parleremo invece della possibilità di fargli trascorrere qualche ora all'aperto, soluzione praticabile da chi possiede un giardino o vive in campagna. Perché questo argomento dovrebbe interessare il negoziante specializzato? Semplice, perché potrebbe essere l'occasione per proporre qualche accessorio in più ma soprattutto perché un buon consiglio pratico sarà sicuramente apprezzato dal cliente.

IL CONIGLIO PUÒ STARE ALL'APERTO?

Rispondiamo a questo quesito con un'altra domanda: "e perché non dovrebbe?". Come tutti gli altri animali diurni, anche il coniglio dovrebbe beneficiare del sole, dell'aria fresca e del contatto con il terreno. Pertanto, per chi ne abbia la possibilità, consentire al proprio pet di trascorrere almeno qualche ora all'aperto, per lo meno nella bella stagione, non è male.

LE PRINCIPALI ACCORTEZZE

È necessario che il coniglio sia messo prima di tutto in sicurezza. Cosa significa? Che dovremo impedirgli di fuggire, farsi male, essere esposto alla luce solare troppo forte, al colpo di calore o di sole, al freddo, al vento, alla pioggia, a potenziali predatori e ad alimenti dannosi. Detto così, sembra una missione impossibile! In realtà bastano poche e semplici accortezze da suggerire e il gioco è fatto. Ma andiamo per gradi.

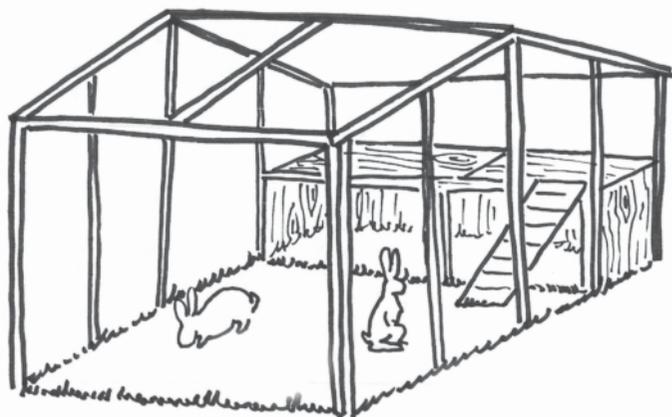
PROTEGGERLO DAL CLIMA E DALLE INTEMPERIE

Per un coniglio che normalmente vive in casa è consigliabile lo spostamento in giardino a partire dalla primavera fino a tutto l'autunno, estate compresa, ma è meglio farlo nei momenti del giorno in cui la temperatura è più mite, ovvero dalla tarda mattinata fino alla metà del pomeriggio nelle stagioni intermedie e, al contrario, nelle prime ore del mattino e verso sera in estate. È importantissimo che la giornata sia comunque favorevole, meglio evitare quelle in cui tira vento o piove oppure quando il caldo si fa opprimente. Il coniglio non andrebbe mai esposto al sole a picco, per questo quando la temperatura sale e la radiazione luminosa diventa pericolosa, meglio farlo rientrare. Comunque l'animale avrà bisogno sempre di un rifugio, possibilmente posizionato all'ombra di una pianta o sotto una tettoia, dove ripararsi in caso di bisogno e non andrà mai perso di vista per lungo tempo. Il colpo di calore e quello di sole sono due situazioni che possono condurre rapidamente a morte il coniglio, quindi bastano anche solo pochi minuti di disattenzione per causare un guaio irreparabile. Ma anche gli sbalzi di temperatura, la pioggia e il vento possono minare in maniera seria la salute del pet.

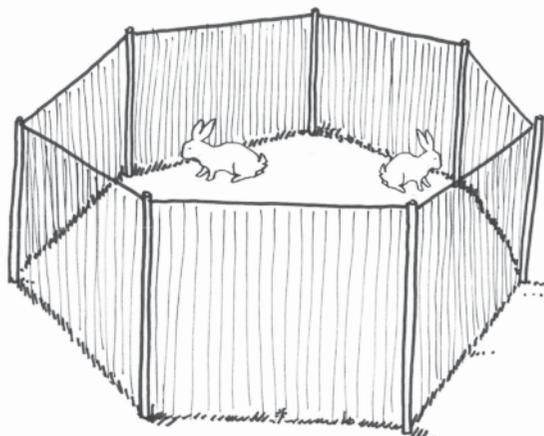
PROTEGGERLO DAI PREDATORI E... DA SÉ STESSO!

Quando si concede al coniglio un po' di tempo all'aria aperta bisogna assicurarsi che non ci siano in giro oggetti pericolosi (attrezzi da giardino, vasi che possono cadere, ecc.) ed evitare che l'animale possa fuggire, con tutte le conseguenze del caso. In campagna, ma

FACSIMILE DI GABBIA-RECINTO PER ESTERNI



FACSIMILE DI RECINTO MOBILE PER ESTERNI



anche all'interno di un giardino in città, non è impossibile che un potenziale predatore cerchi di avvicinare il coniglio, che per lui rappresenta nient'altro che un delizioso spuntino. Cani e gatti randagi, mustelidi, volpi o addirittura corvidi devono essere tenuti lontani, altrimenti meglio evitare di correre rischi. Per fare ciò è sempre consigliabile disporre di una buona recinzione, adeguatamente interrata e dotata di un'estremità aggettante verso l'esterno (il cosiddetto "ricciolo anti-volpe") oppure sormontata da un filo elettrificato.

PIANTE TOSSICHE

In giardino o in campagna un rischio da non sottovalutare sono le erbe e le piante potenzialmente pericolose (moltissime di quelle ornamentali, ad esempio, sono tossiche) e sono davvero tante, troppe per elencarle tutte. Ricordiamo comunque tutte le specie di romice (*Rumex spp.*), l'aconito (*Aconitum napellus*), l'oleandro (*Nerium oleander*), la ferula (*Ferula comunis*), l'agave (*Agave spp.*), la belladonna (*Atropa belladonna*), lo stramonio (*Datura stramonium*), l'agrifoglio (*Ilex aquifolium*), l'asparagina (*Asparagus acutifolius*), la bella di notte (*Mirabilis jalapa*), il ciclamino (*Cyclamen persicum*), il tasso (*Taxus baccata*), la cicuta (*Selinum spp.*), l'edera (*Hedera helix*), il ranuncolo (*Ranunculus acer*), ma la lista è davvero molto lunga.

ALCUNE SOLUZIONI

Ribadiamo prima di tutto il concetto che il coniglio non dovrebbe mai essere lasciato senza controllo, a meno che non si abbia la sicurezza al 100% che non vi sia alcun tipo di rischio. Se si possiede un piccolo giardino confinato e ben recintato, antifuga, privo di oggetti pericolosi, senza piante o erbe pericolose, nel quale non possano entrare predatori, con dei ripari sufficienti contro il sole e il calore, allora il coniglio potrà essere lasciato libero. Ma considerando che, avendo a disposizione tempo a sufficienza, questo pet potrebbe scavare delle gallerie con tane sotterranee e rendersi difficilmente recuperabile, è sempre meglio buttare un occhio ogni tanto. Il giardino potrebbe essere reso più interessante e divertente posizionando dei tubi in pvc, delle scatole in cartone, dei cesti in vimini naturale, dei tronchetti in legno, insomma, qualunque cosa con la quale possa giocare. E non dimentichiamo che, in presenza di erba, buona parte del tempo potrà essere spesa in piacevoli e salutari spuntini. Attenzione però al prato seminato a trifoglio, in quanto alimento molto appetibile, proteico, energetico e fermentescibile che andrebbe assunto con moderazione, o all'utilizzo di insetticidi, erbicidi, lumachicidi o concimi chimici, tutti estremamente tossici... sempre meglio un prato naturale e non trattato. Il recinto mobile e componibile è una soluzione economica da montare e smontare all'occorrenza e da spostare quando il prato è esaurito e vi si sono accumulate troppe deiezioni: in commercio se ne trovano di diversi tipi e fatture, anche dotati di copertura in rete contro le fughe o incursioni da parte di volatili. Trattandosi di una soluzione a diretto contatto con il terreno e senza pavimento, anche in questo caso il coniglio potrebbe scavare e fuggire, per cui occhi sempre aperti e ricordate che i predatori sono sempre in agguato, quindi mai lasciare il coniglio da solo senza supervisione. Ulteriore possibilità è la gabbia mobile o le gabbie da esterno, strutture chiuse e protette, di dimensioni contenute ma sufficientemente ampie da consentire gioco e movimento, che permettono all'animale di avere un contatto con il suolo e brucare ma forniscono qualche garanzia in più riguardo alle fughe o all'intervento di predatori. Ultima raccomandazione: mai far mancare una ciotola o un beverino, soprattutto nella stagione calda.



UNA PRATICA GABBIA MOBILE ARTIGIANALE



COME TUTTI GLI ALTRI ANIMALI DIURNI, ANCHE IL CONIGLIO DOVREBBE BENEFICIARE DEL SOLE, DELL'ARIA FRESCA E DEL CONTATTO CON IL TERRENO

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.

QUANDO SMETTI DI CERCARE AMMIRAZIONE IL MARKETING È UNA COSA SEMPLICE



Oggi non ti parlerò di cani ma ti racconterò un po' di fatti miei. Negli ultimi cinque anni la mia vita è cambiata in maniera impensabile. Prima della nascita delle mie due figlie gemelle la maggior parte delle mie entrate erano dovute a consulenze di pubblicità e marketing in giro per l'Italia o spot pubblicitari e documentari girati in trasferta da qualche parte del mondo. Questo mi procurava nuovi clienti che a loro volta mi portavano a viaggiare come un matto. Quando la mia ex compagna è rimasta incinta ho dovuto rivedere totalmente tutto quanto. Ho voluto seguire bene la sua gravidanza, che come molte gravidanze gemellari non è stata facile e ha richiesto un numero maggiore di attenzioni, analisi e visite rispetto alla norma. Allo stesso modo una volta nate le mie bambine ho dato loro priorità assoluta e, non volendo affidarle a baby sitter o simili, mi sono occupato di loro personalmente quasi a tempo pieno per due interi anni, fino a novembre 2015, quando sono andate all'asilo nido.

Improvvisamente mi è nata l'esigenza di procurarmi clienti e risorse economiche in una maniera diversa, perché il tipo di lavoro che svolgevo prima, come lo svolgevo prima e di conseguenza il sistema che funzionava prima per generare nuovi clienti, non poteva più funzionare.

HO TRASCORSO GLI ULTIMI ANNI DELLA MIA NUOVA VITA A INVENTARMI NUOVI BUSINESS E A FARE MARKETING PER PORTARLI IN ATTIVO

- Ho progettato e fatto sviluppare un'applicazione per smartphone che in brevissimo tempo si è ripagata totalmente e ha iniziato a generare automaticamente abbastanza soldi da pagare l'affitto della nostra casa di 150 mq nel centro di Bologna oltre a una lista di 3.500 contatti fedeli tuttora in crescita, ai quali continuare a vendere altri prodotti collegati.
- Ho avviato un blog per l'attività professionale di un mio socio collegato a un sistema di eMail Marketing che fino a quando non l'ho ceduto totalmente per concentrare il mio tempo su altro ha messo insieme una lista di 700 persone in tre mesi di cui più della metà regolarmente paganti.
- Ho intrapreso l'attività di fotografo di moda (di medio livello, ma partendo da zero e procurandomi, grazie al marketing, un numero soddisfacente di clienti dopo soli tre mesi in una città inflazionata di ottimi fotografi a basso prezzo come Bologna).
- Grazie all'attività di PR svolta sul mio profilo LinkedIn sono stato contattato da una grande agenzia pubblicitaria israeliana con sede a NYC che mi ha affidato il marketing diretto dei propri clienti in Italia e Francia.
- Infine, nel 2017, ho fondato una nuova agenzia pubblicitaria a Bologna che attualmente assorbe tutto il mio impegno.

Tutto questo non per dire quanto io sia bravo ma per ribadire che, non potendo più contare sul passaparola da parte di vecchi clienti ma dovendo partire da zero con attività totalmente nuove e con l'urgenza di portarle in attivo il più velocemente possibile, per sopravvivere ho dovuto sviluppare in fretta una consapevolezza estrema di come fare a risultare interessante per potenziali clienti che mi contattavano senza conoscermi, lettori del blog e follower dei vari profili social.

Non essere capace di coinvolgere le persone, portarle a seguirmi, accettare le mie proposte e darmi dei soldi in cambio avrebbe significato qualcosa di molto brutto, o comunque che non avrei potuto permettermi di dedicare il tempo voluto alla mia nuova famiglia. L' "arte" di influenzare le persone con un' idea di business, convincerle a credere in te e renderle disponibili a scambiare i loro soldi con la tua magia secondo me è una delle materie più affascinanti in assoluto.

Non c'è Scuola di Magia migliore per imparare a renderti interessante agli occhi altrui da un punto di vista commerciale, che essere completamente responsabile dei risultati che riesci a raggiungere con la tua attività.

E chiunque, come me, non ha modo più efficace di imparare che provare, sbagliare, capire la lezione e andare avanti.

Però...

Se c'è una cosa che ho capito su come attrarre le persone e farle interessare a quello che fai, è quella riassunta in questa citazione:

"Capi ciò che desiderava, ciò che aveva sempre desiderato e che sempre avrebbe desiderato: non l'essere ammirato, come aveva temuto, non l'essere amato, come si era spinto a credere, ma l'essere necessario alla gente, l'essere indispensabile." (F. Scott Fitzgerald, *Di Qua Dal Paradiso*)

Non è quanto sembri figo che influenza le persone, le convince e le attrae a te.

IL TUO VERO VALORE NON È DATO DA QUANTA AMMIRAZIONE SUSCITI MA DA QUANTO PUOI DAVVERO ESSERE UTILE

Certo che una buona presentazione è importante, nessuno nega che avere un'immagine originale e fulminante aiuti molto più che apparire grigi e dismessi, ma non riuscirai a procurarti clienti fedeli e veri e propri fan pronti a seguirti se non proporrai loro qualcosa che possa veramente migliorare le loro vite e risolvere un problema.

Vedo spessissimo commettere questo errore nei siti di molti dei miei nuovi clienti, ad esempio, specialmente quelli che lavorano come liberi professionisti, come architetti e sviluppatori e quindi spingono molto sull'immagine di loro stessi.

Siti progettati con grande stile, con immense gallery dei loro lavori migliori, e una pagina - *Chi Sono* - che li racconta con quanta più personalità, carisma e fascino possibile.

Ci sono scritte cose tipo "adoro camminare sulla spiaggia a piedi nudi"



PELLETTATI SEMIMORBIDI
SENZA SPRECHI

fiory

approved by

Gianni Ravazzi

micropills

VETERINARY LINE

dallo **SVEZZAMENTO** AL **MANTENIMENTO**
ricchi di FRUTTOSIO
PER UN CORRETTO APPORTO DI CARBOIDRATI



FIORETTA RAQ. GIANNI di PAOLO FIORETTA & C. S.N.C.

Via Provinciale, 89 - 23811 - Ballabio (LC) Tel. +39 0341 530138 - Fax +39 0341 530392 www.fiory.com info@fiory.com

la mattina presto prima di iniziare a lavorare", "cerco di portare nei miei scatti il dinamismo che ho conservato dentro dopo il mio apprendistato con [nome di grande fotografo] a New York City"; ecco un video della nostra bellissima e moderna fabbrica di ceramiche; ecco tutti i miei prestigiosi attestati professionali; ecco la mia foto in abito Armani accanto alla mia Maserati; mi piace fare questo; io sono fatto così; io ho vinto questo; voglio fare quest'altro.

Questo scrivono sui loro siti e in qualunque altro tipo di presentazione.

Ogni volta faccio notare che tutto questo va benissimo come presentazione, ma non li aiuterà a trovare nuovi clienti senza una parte che dica "pane e salame" come possono essere più utili rispetto alla concorrenza a un target specifico di potenziali clienti.

Non li aiuterà nemmeno a procurarsi visibilità gratuita casomai la redazione di qualche testata decidesse di consultare il loro sito per raccogliere materiale interessante da pubblicare.

Dovrebbe essere proprio una cosa tipo: *Guarda, io posso fare questo per te, perché è proprio questo che ti serve e può far star meglio il tuo cane, farlo apparire più bello, proteggerlo come desideri, etc...*

NON PUOI LEGARE LE PERSONE A TE CERCANDO SOLO DI SUSCITARE AMMIRAZIONE, PERCHÉ ALLA LUNGA NON DURA

Le persone sono fondamentalmente egoiste. Lo siamo anche io e te. Quello che davvero ci attira negli altri è il vantaggio che possiamo riceverne restando nella loro cerchia.

Non deve per forza essere un guadagno materiale, funziona anche se ci fanno sentire incoraggiati a raggiungere i nostri progetti, ispirati ad allargare i nostri orizzonti, rassicurati sulle nostre paure...

Sono queste le persone che siamo disposti a seguire e ricompensare con la nostra attenzione e fedeltà (e poi eventualmente con i nostri soldi).

Non qualcuno da ammirare solo per i suoi successi, ma una persona che rappresenti una soluzione a un problema che ci assilla, che non ci dà pace, che se risolto potrebbe renderci più sani, più tranquilli, più ammirati a nostra volta agli occhi degli amici.

Nessuno è interessato a seguirti a lungo se non ne riceve qualcosa di prezioso in cambio. Qualcosa che ritiene possa ricevere solo da te.



ANCHE SE SIAMO SEMPRE TUTTI A CACCIA DI AMMIRAZIONE, NON È DI QUESTO CHE ABBIAMO BISOGNO IN REALTÀ

Certo che esiste anche chi si fa impressionare e convincere dall'apparenza e dall'immagine ma i risultati veri, quelli che veramente fanno schizzare alle stelle il tuo fatturato e la tua soddisfazione, legando le persone a te per anni, arrivano solo quando smetti di fare leva sull'ammirazione e riesci a far apparire chiaro quanto puoi essere utile, necessario e indispensabile.

Ieri sera, riordinando le idee per scrivere questo articolo, ho realizzato chiaramente che tutti gli errori che ho commesso nel mio lavoro sono da imputarsi a un tentativo di impressionare e suscitare ammirazione nel maggior numero di persone possibile, invece di cercare di essere utile soltanto a una parte ben precisa e mirata di loro.

Ho scoperto anche, tuttavia, che ho ottenuto le più grandi vittorie e gioie quando sono riuscito a migliorare direttamente la vita di qualcuno. E non mi riferisco solo alla vita professionale...

Questo mi ha condotto direttamente a rendermi conto di quale sia un'altra fantastica cosa che accade agendo in questa maniera.

QUANDO NON CERCHI PIÙ AMMIRAZIONE DA TUTTI MA PUNTI A ESSERE VERAMENTE UTILE A QUALCUNO DI BEN DEFINITO, SEI FORZATO IMMEDIATAMENTE A CAPIRE ESATTAMENTE CHI È CHE PUOI AIUTARE

È chiaro che devi decidere il problema di QUALI persone puoi offrirti di risolvere, non puoi rivolgerti a tutti, devi per forza di cose restringere il campo, e questo alla fine ti porta a essere molto più consapevole e focalizzato sui veri destinatari della tua offerta, qualunque essa sia.

Questo aumenta subito la tua efficacia e di conseguenza il valore che assumi agli occhi altrui, che siano clienti o altro tipo di persone alle quali sei interessato.

Personalmente applico questo pensiero quando penso a cosa scrivere in questi articoli, alla maniera in cui parlo con i nuovi potenziali clienti, ai servizi che scelgo di offrire come consulente per la mia agenzia e al modo di presentarmi in genere.

Quando puoi fare appello e lavorare sugli interessi personali delle persone che ti seguono, dimostrare che sei in grado di risolvere i loro problemi e andare incontro ai loro bisogni invece che agitarti come un matto per suscitare la loro ammirazione, hai sicuramente già vinto e puoi creare la tua strategia di marketing anche senza nessun'altra competenza in materia.



**NON ALZARE
LE SPALLE**

**ALZA
LA VOCE**

**STAI CON IL
PIANETA**

**Il tuo 5x1000 a Greenpeace
Codice Fiscale 97046630584**

GREENPEACE
5x1000.greenpeace.it

Socializzare con i cacatua

Il cacatua è un compagno che si ingegna per comunicare con te in mille modi ma rappresenta anche un impegno quotidiano, perché come ogni essere vivente ha necessità fisiche, ma soprattutto psicologiche: dargli cibo e bevande, pulirgli alloggio e accessori richiede circa 10 minuti al giorno ma essere suo amico, giocare con lui e mantenere vivo il rapporto di associazione richiede invece molta più disponibilità, poiché più tempo si trascorre con l'animale, più profondo è il legame affettivo che si crea.

Un soggetto giovane, appena svezzato, impara a conoscerci e socializza più velocemente. Socializzare con un soggetto adulto richiede invece più tempo ma può dare comunque ottimi risultati che si possono ottenere anche con cacatua allevati in voliera in coppia, in modo che quando non hanno la compagnia umana possano comunque socializzare tra loro. In questo caso è sempre bene partire con soggetti giovani appena svezzati.

Naturalmente il processo di socializzazione deve essere graduale: bisogna fare in modo che il pappagallo, curioso e socievole per natura, decida di coinvolgerci nelle sue attività e nei suoi giochi quotidiani. Conquistata la sua fiducia, non ci saranno limiti a quello che potremo ottenere da lui e che, con lui, potremo fare.

L'approccio iniziale deve partire dall'offerta di cibo. Quando il pappagallo impara a prendere il cibo dalla nostra mano sarà facile insegnargli a salirci sopra: basterà porre una mano aperta sotto il suo petto e con l'altra offrirgli il cibo allontanandolo quanto basta perché per prenderlo debba salire sulla mano aperta. Una volta rotto il ghiaccio ci "userà" come posatoio e si diventerà ad arrampicarsi sulle



TUTTI IN POSA... CON IL MASCHIO CHE GONFIA IL PETTO E SOLLEVA IL CIUFFO

nostre spalle, sulla testa e... attenzione ai lobi delle orecchie, soprattutto se adornati da orecchini luccicanti, il suo becco può colpire quando meno ce lo aspettiamo.

A questo punto potremo iniziare a insegnare al nostro giovane ed entusiasta amico piccole "prove di abilità" seguendo regole tanto semplici, quanto inderogabili. Ogni esercizio va ripetuto con calma e pazienza anche se l'animale non riesce a soddisfarci con la rapidità sperata; ogni volta che l'uccello fa ciò che gli chiediamo va premiato o con una coccola (di solito i grattini nei punti dove lui non arriva con il becco sono molto ben accetti) oppure con un premio alimentare: un pinolo, un pezzetto di frutta o qualsiasi cosa gli piaccia. Ogni soggetto ha gusti diversi. L'insegnamento però non deve sostituire il gioco: nel gioco, infatti, è il pappagallo che ci chiede di fare qualcosa per lui, cioè esattamente il contrario di quanto avviene durante la fase dell'istruzione.

Parliamo con lui usando un tono fermo ma dolce quando tutto procede bene, in modo che capisca che quando abbiamo la voce alterata gli stiamo indicando che qualcosa non va.

Il grado di socializzazione e confidenza tra uomo e

pappagallo non segue tempi prestabiliti né ha limiti invalicabili, tutto varia in base ai due soggetti in campo: entrambi infatti hanno il proprio carattere e a volte questi caratteri proprio non si trovano, altre volte si trovano in un batter... d'ala!

I soggetti allevati singolarmente sono spinti a socializzare con l'uomo sia dalla naturale curiosità sia dal fatto di non avere nessun altro animale con cui familiarizzare. Allevare un cacatua in questo modo implica però la necessità di dedicargli ogni giorno, e possibilmente più volte al giorno, le nostre cure, le nostre attenzioni e il nostro affetto. La solitudine è infatti una nemica terribile per l'animale, che può deprimersi al punto di autodeplumarsi, sottoalimentarsi o diventare apatico e aggressivo.

L'alloggio di un cacatua che vive molte ore al giorno da solo sarà rallegrato da giochi, campanelli, corde, rami di legno dolce da roschiare... insomma da tutta una serie di oggetti che servono a distrarlo in attesa del ritorno a casa del suo compagno umano. Arrivo che per l'animale rappresenta sempre una gioia e un'aspettativa che non va tradita: bisognerà far uscire l'animale dall'alloggio, concedendogli un breve volo per casa, poi giocare un po' con lui, dandogli coccole e offrendogli qualche piccola golosità, come qualche pinolo di cui tutti i cacatua sono ghiotti.

UN CACATUA
SOCIALIZZATO NON È UN
SEMPLICE ANIMALE
DA COMPAGNIA;
È UN AMICO, È QUEL
QUALCUNO CHE SE SEI
TRISTE SE NE ACCORGE
E VIENE A FARE
IL SIMPATICO
O IL COCCOLONE
PER TIRARTI SU...

COMPORAMENTO

- piumaggio arruffato, ciuffo non eretto e pulitura delle penne con il becco
- piumaggio aderente al corpo, collo teso verso l'alto e ciuffo eretto
- piumaggio arruffato e testa sotto l'ala
- flessione del capo e gorgoglii
- piumaggio gonfio e becco proteso in avanti
- piumaggio gonfio, ali allargate, penne del ciuffo erette e vibranti ed emissione di gorgoglii
- saltelli sul posatoio e movimenti del capo avanti e indietro, con ciuffo eretto "al vento"
- tentativo di rigurgitare il cibo
- colpetti delle ali sui fianchi e saltelli sul posatoio
- zampa protesa in avanti e testa che ruota emettendo gorgoglii
- piumaggio liscio, testa leggermente insaccata e occhi chiusi
- sbadiglio e scrollatina del piumaggio
- allungamento di una zampa con apertura dell'ala corrispondente e poi dell'altra coppia zampa/ala, con ripetizione alternata dei due movimenti
- improvviso irrigidimento, con piumaggio molto aderente al corpo
- zampa in avanti con collo proteso in avanti, becco aperto e ali allargate
- collo che rotea, ciuffo che si solleva e si abbassa e forti schiamazzi

SIGNIFICATO

"Sono sereno e tranquillo, mi do una sistemata poi sono a tua disposizione per giocare"

"Sono attento e in allerta, vieni da me"

"Non sto per niente bene..."

"Fammi una coccola, dammi una grattatina"

"Mi stai facendo arrabbiare, se non la smetti è peggio per te"

"Guarda come sono grande e forte..."

"Sono proprio contento di vederti"

"Ti voglio tanto bene"

"Ho voglia di volare, devo sgranchirmi le ali"

"Vieni vicino che voglio salire sul tuo braccio"

"Mi faccio un sonnellino, ma se c'è da giocare sono subito pronto"

"Che noia, ci vorrebbe un'idea per distrarsi un po'..."

"Sono un po' irrigidito, mi do una sgranchitina e torno subito come nuovo"

"Accidentaccio che paura, mi sono proprio preso uno spavento!"

"Sono arrabbiato e potrei anche beccare..."

"Dov'è la festa, ho voglia di fare il matto!"



QUESTO CACATUA A PETTO ROSA GIOCA CON LA MANO MA SENZA FARE MALE

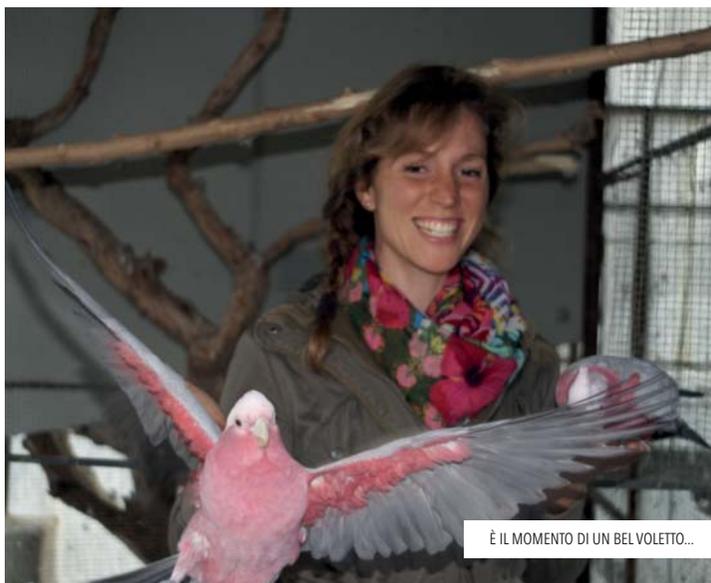
cie più gregarie e sociali durante la stagione riproduttiva si isolano, per tornare poi in gruppo a riproduzione avvenuta.

I cacatua non sono dei grandi parlatori e il loro modo di comunicare è il linguaggio del corpo. Ci sono movimenti e posizioni con significati precisi, che chi vuole aver a che fare con un cacatua deve imparare a conoscere. Nel box in questa pagina, ecco le più comuni "frasi" che il cacatua esprime con il corpo quando si rapporta con l'uomo.

Tutti i cacatua hanno dei comportamenti tipici che sono identici in tutti i soggetti della stessa specie, ma ognuno ha anche una serie di comportamenti individuali che non possono essere canonizzati e che ogni allevatore deve imparare a riconoscere nei suoi animali.

Non dimentichiamo poi che esistono forme di comunicazione tipiche di un certo animale verso una certa persona, che non si ripetono con altre: una sorta di lessico familiare, che si crea con il tempo, la confidenza e la convivenza, e che va crescendo costantemente con il passare del tempo.

Una coppia di cacatua in voliera, in terrazza o in casa è una follia? Non del tutto, infatti la cosa è complicata ma non impossibile, basta avere lo spazio necessario a collocare una voliera adeguata ai cacatua da ospitare e formare la coppia con due soggetti giovani, con i quali continuare a mantenere vivo il rapporto uomo-animale anche se i pappagalli, gradatamente, si mostrano sempre più affiatati tra loro. Giocando con ognuno si dovrà tenere conto dell'interazione dell'altro; con un po' di pazienza si può imparare anche a giocare in tre. Di norma, quanto più i due animali sono affiatati tra loro, tanto più si avvicina la maturità sessuale, tanto maggiori dovranno essere gli sforzi dell'allevatore per mantenere un forte legame. Fino a quando sono giovani o anche da adulti, ma fuori dal periodo riproduttivo, il grado di socialità dei cacatua con l'uomo è sempre molto elevato. Quando invece gli animali si accoppiano e si riproducono, è bene evitare di disturbarli nel nido, o mentre si scambiano le tenerezze tipiche della coppia. Del resto in natura, anche le coppie delle spe-



È IL MOMENTO DI UN BEL VOLETTO...

Tropicali... ma non troppo

Non solo koi e pesci rossi: questa frase rappresenta quasi un mantra per gli appassionati del laghetto, da sempre alla ricerca di alternative alle due specie in assoluto più diffuse negli specchi d'acqua pubblici e privati che ornano i giardini di tutto il mondo. Cominciamo con il ribadire ancora una volta che l'enorme successo raggiunto nei secoli dal carassio dorato e dalla carpa giapponese non sono certamente frutto del caso: se milioni di persone nei secoli hanno preferito queste due specie è perché si tratta di pesci meravigliosi, per l'aspetto e per l'adattabilità alla vita in uno stagno. Le numerose varietà di colore garantiscono inoltre un "insieme" che può rivaleggiare con qualsiasi acquario. Va tuttavia aggiunto che una regola antica del commercio vuole che il cliente abbia sempre ragione. Se dunque si cerca anche altro, il bravo negoziante dovrà necessariamente tentare di soddisfare la richiesta.

Già in altre occasioni abbiamo avuto modo di parlare delle specie nostrane d'acqua temperata adatte a vivere nel laghetto. Allarghiamo ora lo sguardo dando un'occhiata al listino dei pesci "tropicali", sì proprio quelli tra i quali scegliamo le specie da acquario: anche tra queste ce ne sono infatti diverse che al titolo di "tropicale" hanno diritto sino a un certo punto e che, a volte con qualche cautela, possono essere allevate nel laghetto.

DALL'ASIA

L'esempio classico, quello che dovrebbe venire subito in mente a tutti, è *Macropodus opercularis* (taglia massima intorno agli 8 cm o poco più, coda compresa), uno dei pilastri dell'acquariofilia. È stato tra i primissimi pesci esotici a essere importato in Europa, dal sud-est asiatico, ma è oggi meno richiesto rispetto al passato nonostante l'avvincente colorazione

QUALCHE ALTERNATIVA
A PESCI ROSSI E KOI
PER L'ALLEVAMENTO
NEL LAGHETTO È A
DISPOSIZIONE PERSINO
NEL LISTINO DELLE SPECIE
"ESOTICHE" NORMALMENTE
IN VENDITA PER GLI
ACQUARI: BASTA SAPER
SCEGLIERE I PESCI GIUSTI
E SAPERLI PROPORRE AI
CLIENTI APPASSIONATI
CULTORI DELLO STAGNO
IN GIARDINO



MACROPODUS OPERCULARIS, UNO DEI PILASTRI DELL'ACQUARIOFILIA



UN ALTRO NOTISSIMO PESCE "FALSO TROPICALE" È TANICHTHYS ALBONUBES

Clima temperato e tropicale

Un po' di glossario, per capirci meglio. Quello temperato è un clima che presenta temperature medie annue moderate, con stagioni ben definite, ed è proprio delle fasce terrestri comprese tra i tropici e i circoli polari. Il clima tropicale ha invece temperature costanti nel corso dell'anno (media intorno ai 25 °C e di norma mai sotto i 18 °C) con escursione termica giorno-notte spesso maggiore di quella stagionale.

Un altro notissimo pesce, diciamo così, "falso tropicale" è *Tanichthys albonubes*, il cui nome scientifico evoca l'areale di origine: vive soltanto in una piccola zona della Cina meridionale nota come montagna della nuvola bianca. Un territorio tutt'altro che caldo: anche se sui manuali di acquariofilia, sia cartacei che on line, si parla di temperature ottimali tra i 18 e i 22 °C (livelli comunque nient'affatto tropicali) i *Tanichthys* sono stati trovati in natura in acque decisamente più fredde, sino a 5 °C. Si tratta dunque di una specie ottimale per qualsiasi laghetto italiano, con una sola controindicazione: la taglia minima (non oltre i 4 cm) li rende apprezzabili solo in invasi non troppo grandi. Si tratta tuttavia di un pesce di branco e un gruppetto numeroso di mini-pesci che nuota insieme fa comunque la sua bella figura... L'aspettativa di vita è di 8-12 anni.

DAL NORD AMERICA

Anche il Nuovo Mondo offre specie inserite nei listini dei pesci d'acquario ma che non sono affatto da considerare tropicali. Pure in questo caso c'è un esempio classico: *Enneacanthus chaetodon*, noto come "pesce sole dalle bande nere". In anni passati era assai più frequente nelle vasche dei grossisti rispetto ad oggi, ma procurarsene una fornitura non è impossibile. La descrizione è contenuta nel nome comune. Appartiene alla famiglia Centrarchidae (denominazione comune "sunfish" nei paesi anglofoni, "pesci sole" da noi) ed è dunque un parente del persico sole *Lepomis gibbosus*, anche lui un ospite che a rigore sarebbe da considerare "esotico" anche se ormai è naturalizzato in Italia da molti anni. Il pesce sole dalle bande nere vive tra i 5 e gli 8 anni, raggiunge una taglia massima di una decina di centimetri e prospera con temperature tra i 4 e i 22 °C: è dunque perfetto per i nostri giardini, ma il fatto che predilige il fondo e non la superficie rende anche lui consigliabile soprattutto per gli invasi medio-piccoli. In un maxi-laghetto da parecchie migliaia di litri sarebbe difficile osservarlo e apprezzarne la complessa dinamica riproduttiva, che prevede lo scavo di un nido sulla sabbia del fondo e la difesa delle uova e, per qualche giorno, anche della prole. Uno spettacolo da non perdere! Hanno taglia e abitudini

analoghe *Enneacanthus gloriosus* (pesce sole dalle macchie blu) ed *Enneacanthus obesus* (pesce sole diamante), che pare presentino qualche difficoltà in più per il fatto di non accettare appena inseriti in vasca altro cibo che quello vivo. L'autore non sa dirvi nulla sulla veridicità di questa affermazione per mancanza di esperienze dirette con queste due specie, molto più rare da trovare in commercio. Ci sarebbero altre specie possibili ma per ora chiudiamo il discorso con *Pimephales promelas*, un ciprinide diffuso in buona parte del Nord America, dal Canada al Messico, e che risulta introdotto (a dimostrazione della sua conciliabilità con climi temperati e freddi) anche

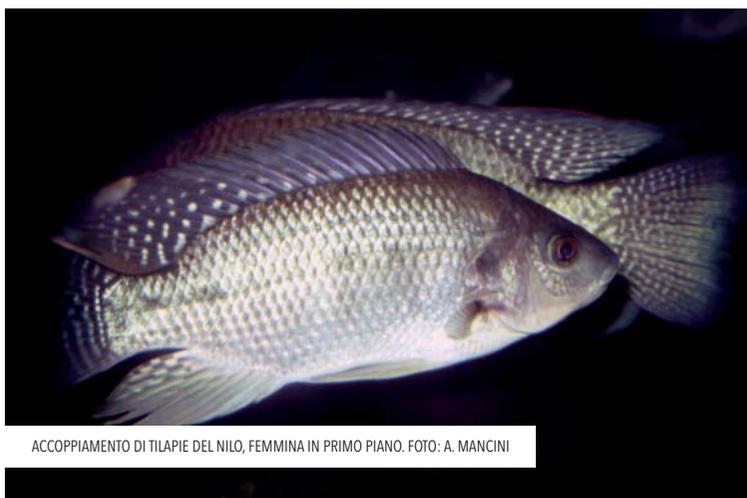
in Inghilterra, Germania, Belgio e Francia. L'aspetto è analogo a quello della nostrana sanguinerola ma il "fathead minnow" (questo il nome comune negli USA) ha anche una ricercata variante di colore giallo-dorata, nota come Rosy Red Minnow. È un vero e proprio pesce d'acqua temperata, con un'aspettativa di vita di 3-5 anni e una dimensione massima che non raggiunge i 10 cm (di solito intorno ai 5 cm i maschi e ancor meno le femmine; eccezionalmente 8-7 cm), robustissimo e prolifico: mettere un gruppetto nel laghetto può garantirci, generazione dopo generazione, una presenza costante della specie. Una curiosità, per concludere: *Pimephales promelas* pratica cure parentali: i maschi proteggono e ventilano le uova e si prendono cura degli avannotti nei primissimi giorni di vita. Una ragione in più per allevarlo.



Tilapie, dai Vangeli all'acquario

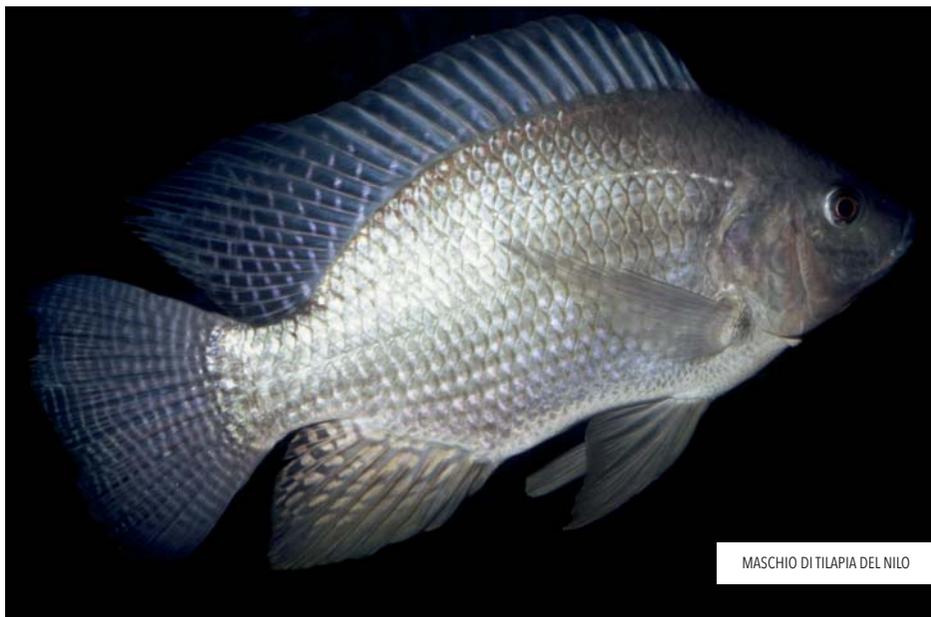
RIPRODUZIONE E DIETA LE DISTINGUONO

Con il termine "tilapia" (derivato dal nome con il quale i boscimani chiamano questi pesci) si indicano attualmente circa 115 specie appartenenti a 5



ACCOPPIAMENTO DI TILAPIE DEL NILO, FEMMINA IN PRIMO PIANO. FOTO: A. MANCINI

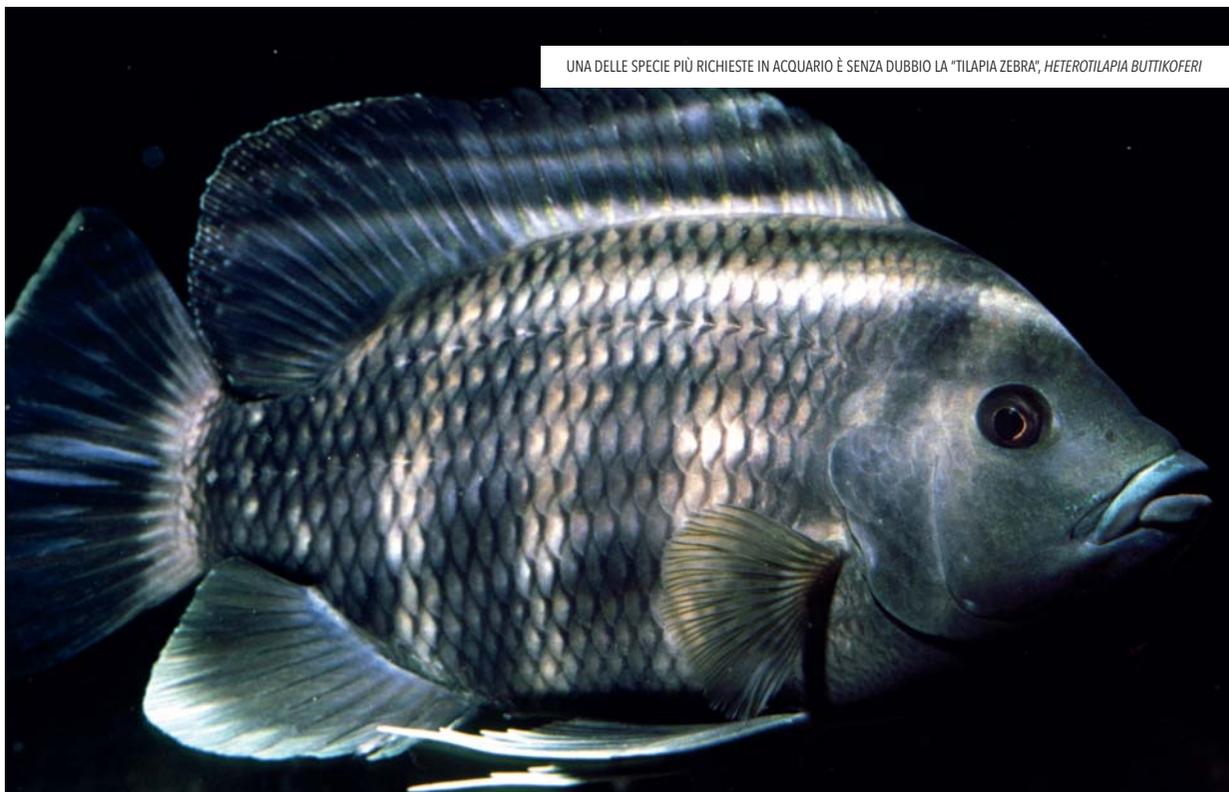
- le specie dei generi *Tilapia* e *Heterotilapia* edificano il proprio nido sul fondo dei laghi in cui vivono, difendendo sia le uova che gli avannotti; sono generalmente erbivore e macrofitofaghe e per questo provviste di una sviluppata dentatura;
- le specie comprese nei generi *Oreochromis* e *Alcolapia* sono incubatrici orali esclusivamente di tipo materno (uova e larve incubate dalla femmina), mentre dal punto di vista alimentare sono microfaghe od onnivore (come evidenziato dai loro piccoli e sottili denti);
- le specie di *Sarotherodon* sono incubatrici orali di tipo biparentale (entrambi i genitori praticano l'incubazione), perlopiù onnivore da giovani e vegetariane in età adulta. Nelle specie incubatrici orali, i maschi scavano il nido nella sabbia dove sono deposte fino a un migliaio di uova, fecondate sul posto e successivamente prese in bocca dalla femmina (*Oreochromis*,



MASCHIO DI TILAPIA DEL NILO

RAFFIGURAZIONI DI TILAPIE DEL NILO SONO STATE RITROVATE ALL'INTERNO DI TOMBE EGIZIE DEL 2000 A.C., A DIMOSTRAZIONE DI QUANTO SIA REMOTA LA PRATICA DI SFRUTTARLE COME FONTE DI CIBO. DEL RESTO, È PIÙ CHE PROBABILE CHE I PROTAGONISTI DELLA PESCA MIRACOLOSA DI PIETRO E DELLA MOLTIPLICAZIONE DEI PANI E DEI PESCI DI EVANGELICA MEMORIA SIANO STATI PROPRIO QUESTI CICLIDI, APPREZZATI SULLE TAVOLE DELL'ANTICA PALESTINA COME OGGI LO SONO NEI NOSTRI ACQUARI

diversi generi della famiglia *Cichlidae*, diffuse originariamente nelle acque dolci e salmastre di tutta l'Africa e dell'Asia occidentale. Tale distinzione si basa tra l'altro anche sulle differenti modalità riproduttive e alimentari osservabili in questi pesci:



Alcolapia), oppure dal maschio o da entrambi i genitori (*Sarotherodon*). Temperature inferiori ai 22 °C nella maggior parte delle specie generano cicli riproduttivi di tipo stagionale, al contrario quelle costantemente superiori inducono i pesci all'ovodeposizione per l'intero corso dell'anno. Interessante è notare come nelle femmine di *Oreochromis* sia la dimensione della bocca a determinare il numero di piccoli di una covata. Nella maggioranza delle specie le covate sono di 100-200 avannotti, alcune delle più grandi riescono a incubare fino a un migliaio di uova. Di solito l'incubazione dura 2-3 settimane (tempo che include la schiusa e il riassorbimento del sacco vitellino), al termine delle quali gli avannotti vengono rilasciati e, salvo poche eccezioni (come *O.*

tanganicae), non più ripresi. Nelle specie nidificatrici (genere *Tilapia*), la riproduzione prevede invece intense cure parentali da parte di entrambi i componenti della coppia (il dimorfismo sessuale è poco evidente, svolgendo entrambi i riproduttori grosso modo gli stessi compiti), che curano e sorvegliano le uova deposte all'aperto su rocce e sassi preventivamente ripuliti, occupandosi solitamente anche degli avannotti fino alla loro completa emancipazione.

FACILE TIRAR SU GLI AVANNOTTI

La grandezza delle larve di tilapia al riassorbimento del sacco vitellino permette la somministrazione di cibo vivo di facile reperibilità, come i naupli di artemia arricchiti e i microworms, alternato con quello in scaglie finemente tritato. Un allontanamento prematuro di uova o avannotti dalla madre o dalla coppia incrementa la frequenza delle deposizioni. I maschi delle tilapie combattono fra loro utilizzando la bocca, ma con modalità che variano a seconda del tipo di cure parentali riservate ai propri piccoli. Mentre nelle specie di *Tilapia* che depongono le uova su di un substrato (in genere delle rocce piatte), limitandosi a difenderle, i maschi si afferrano piuttosto rudemente per le mascelle, in quelle che praticano l'incubazione orale (nelle quali evidentemente la cavità boccale è diventata più delicata e sensibile) il combattimento avviene in modo ritualizzato, attraverso la semplice contrapposizione "labbra contro labbra" dei due esemplari in competizione.

Le tilapie sono tra i Ciclidi di maggiori dimensioni, per questo sfruttate intensivamente in acquacoltura in virtù della semplicità del loro allevamento e della loro notevole prolificità. L'importanza alimentare di questi pesci ha fatto sì che anche nel nostro Paese siano stati avviati dei progetti di acquacoltura che li vedono protagonisti, coronati però da scarso successo anche a causa delle basse temperature invernali che non ne consentono l'allevamento all'aperto tutto l'anno.

CLASSICO PESCE DA ACQUARIO - MA SFRUTTATO ANCHE A FINI ALIMENTARI E PER LA RICERCA SCIENTIFICA - È LA TILAPIA DEL MOZAMBICO, *OREOCHROMIS MOSSAMBICUS*, UNO DEI CICLIDI PIÙ ALLEVATI AL MONDO (CON VARI IBRIDI E VARIETÀ CROMATICHE, COME LA DORATA E L'ALBINA, NELLA FOTO)



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

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, tel. 0444240653

Canicepassione, azienda produttrice del rivoluzionario brand Apericane **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.relazioni.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

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

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.

Info: inviare cv a info@nicane.com o a germitalpet@gmail.com

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

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 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

Nasonero, azienda produttrice di cuscineria per cani e gatti, **ricerca nuovi agenti plurimandatari** per le regioni: Sardegna, Basilicata, Liguria e Marche e per le città di: Asti/Cuneo/Alessandria - Perugia - Grosseto/Livorno.

Info: info@nasoneropets.com

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

Importatore unico per l'Italia degli alimenti secchi per cani e gatti della linea Bacterfield Probiotic Live, **ricerca concessionari** (con esclusiva di zona) o **agenti** per le zone libere del territorio nazionale. Info: bacterfield.italia@virgilio.it

AnimalApp, prima piattaforma online che mette in contatto i professionisti del settore con tutti coloro che possiedono un animale, la cui missione è quella di aiutare associazioni, allevatori, piccoli amatori, privati e pet shop a mettersi in contatto con ipotetici acquirenti, **cerca agenti** su tutto il territorio nazionale. Si richiede esperienza di almeno 2 anni nella vendita nel settore pet e forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi. Offresi livelli provvigionali di sicuro interesse. Info: inviare CV completo di foto a info@animalapp.it

ATTIVITÀ & ATTREZZATURE / offerta

Cedes, 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

Cedes attività di toelettatura e vendita accessori per animali in Bonate Sopra (BG). Prezzo richiesto euro 40.000. Astenersi per tempo 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, scioglinodi e 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

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. Disponibili anche due motori nuovi (uno per tipo) di scorta, che vengono regalati insieme ai soffiatori. Info: cell. 3519771107

Cedes 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 su richiesta. Info: annarosa.carlini@gmail.com

Affittasi oppure **vendesi attività di toelettatura** in San Benedetto del Tronto (AP), causa trasferimento. Attività comprensiva di attrezzatura, prezzo modico, impianto a norma e buon pacchetto clienti. Possibilità di affiancamento gratuito. Info: cell. 3478850075

Vendesi, causa chiusura negozio, otto strutture di 1 metro ciascuna, complete di luce LED e filtri e altre vasche comprensive di mobile supporto. Per l'intera struttura si chiedono euro 3.500; per le restanti vasche, aventi diverse misure, si danno informazioni al telefono. Info: info-elisabettaenrica.cadei@hotmail.it, cell.3477724262

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



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 to confirm
your mailing address.

Thanks for your support!

The editorial team

appuntamento

not to be missed

PET EXPO

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

30 LUGLIO-2 AGOSTO 2019 - 5TH PET PRODUCTS SUPPLIES EXHIBITION

Milad tower, Tehran, Iran
Info: www.hamigostar.com/en

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

24-25 AGOSTO 2019 - INDIA INTERNATIONAL PET TRADE FAIR

Pragati Maidan, New Delhi, India
Info: www.iiprf.com

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

6-7 OTTOBRE 2019 - DIBEVO - VAKBEURS

Broodfabriek Rijswijk, The Netherlands
Info: www.dibevo.vakbeurs.nl/en, vakbeurs@dibevo.nl

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 2019

Istanbul Expo Center (İFM), Yeşilköy, Istanbul, Turchia
Info: www.petfuari.com

1-3 NOVEMBRE 2019 - PETEX INDIA

Hitex, Hyderabad, India
Info: www.petex.in, contact@petex.in

9-11 NOVEMBRE 2019 - SEVC

Seville, Spain
Info: tel. +34/932/53522, www.sevc.info, secre@sevc.info

20-23 NOVEMBRE 2019 - CIPS 2019

Shanghai National Exhibition and Convention Center, Cina
Info: www.en.cipscom.com

EXPO CANI / dog shows

7 LUGLIO 2019 - ESP INT.LE CANINA Torino - Info: ENCI
tel. +39/0270020346, fax +39/0270020323, www.enci.it, expo@enci.it

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 Mondovì (CN) - Info: ENCI

20 LUGLIO 2019 - ESP INT.LE CANINA L'Aquila - Info: ENCI

21 LUGLIO 2019 - ESP INT.LE CANINA Mondovì (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

1 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Prato - Info: ENCI

7-8 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Ivrea (TO) - Info: ENCI

14-15 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Roma - Info: ENCI

21 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Arezzo - Info: ENCI

22 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Caltanissetta - Info: ENCI

28-29 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Monza Brianza - Info: ENCI

5-6 OTTOBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Bastia Umbra (PG) - Info: ENCI

12-13 OTTOBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Pescara - Info: ENCI

19-20 OTTOBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Viterbo - Info: ENCI

26-27 OTTOBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Reggio Calabria - Info: ENCI

31 OTTOBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Busto Arsizio (VA) - Info: ENCI

1-3 NOVEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Busto Arsizio (VA) - Info: ENCI

10 NOVEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Foggia - Info: ENCI

16-17 NOVEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Genova - Info: ENCI

23-24 NOVEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Roma - 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 Povolara 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. Ugozzolo, 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. Ugozzolo, 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.iemmiermannocquari.com
iemmi.ermannoc@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
Ill 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 Scalenger (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&F Italia S.r.l. ● Via del Pascolo, 8 24046 Osio Sotto (BG) www.bfitalia.net - bfitalia@bfitalia.net	035808109	Cosmetica Veneta S.r.l. ●●● tel. e fax 044719637 Via Vicenza, 52 36043 Camisano Vicentino (VI) www.cosmeticaveneta.it - info@cosmeticaveneta.it		Flexi-Bogdahn Int. GmbH & Co. KG ●●● +49/4532/40440 Carl Benz Weg, 13 22941 Bargteheide (Germania) fax +49/4532/404442 www.flexi.de - info@flexi.de
Baldecchi S.n.c. ●●● 0559705281 Zona PIP Frazione Penna fax 0559705352 52028 Terranova Bracciolini (AR) www.baldecchi.it - baldecchisnc@baldecchi.it		Croci S.p.a. ●●● 0332870860 Via S. Alessandro, 8 fax 0332462439 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net		Formevet S.r.l. ●●● 024345891 Via Savona, 97 fax 0243458922 20144 Milano www.formevet.com - vetline@formevet.it
Ballatore Pietro ●●● tel. e fax 067236701 Via Gasperina, 96 00118 Roma www.ballatoreroma.com - info@ballatoreroma.com		Dalla Grana Mangimi ●●● 0444830501 Via Zara, 74 fax 0444835211 36045 Lonigo (VI) www.officialis.com - nicola@officialis.net		Forza10/SANYPet S.p.a. ●●● 0429785401 Via Austria, 3 fax 0429767006 35023 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com
Bama S.p.a. ●●● 0583286353 Via Pertini, 2 fax 0583287754 55011 Altopascio (LU) www.bamagroup.com - info@bamagroup.com		Disegna Group ●●● 0424471424 Via Marsan, 28/30 fax 0424476392 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it		Gheda Mangimi S.r.l. ●●● 038632677 Via Comuna Santuario, 1 fax 038632664 46035 Ostiglia (MN) www.gheda.it - gheda@gheda.it
Bau Floc Madigest S.r.l. ●●● 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		Diusa Pet S.r.l. ●●● 0382947500 S.P. per Lardirago, 8 fax 0382947488 27010 Marzano (PV) www.diusapet.it - info@diusapet.it		Gimborn Italia S.r.l. ●●●●● 05225452 Via Giorgio De Chirico, 3 fax 0522945365 42124 Reggio Emilia www.gimborn.it - www.butcherspetcare.com marketing@gimborn.it
Bayer S.p.a. ●●● 0239781 V.le Certosa, 130 fax 0239784660 20156 Milano www.vetclub.it - www.petclub.it		Dog Line S.n.c. ●●● 0444240653 Via Della Tecnica, 28 fax 0444532511 36043 Camisano Vicentino (VI) www.dogline.it - dogline@dogline.it		Giolo Giorgio ●●● 042659305 Via Marconi, 76/78 fax 042659306 30010 Pegolotte di Cona (VE) www.giologiolo.it - info@giologiolo.it
B. Braun Milano S.p.a. ●●● 02662181 Via V. da Seregno, 14 fax 0266218290 20161 Milano www.bbraun.com - servizio.clienti@braun.com		Dog Performance ●●● 0321923244 strada dei Boschi, sn fax 0321923211 28040 Marano Ticino (NO) www.dogperformance.it - info@dogperformance.com		GR-TECH S.r.l. ●●● 0423605478 Via Cal Trevisana, 6 fax 0423604511 31044 Montebelluna(TV) www.pratiko-pet.com - info@pratiko-pet.com
Bianco Line Natural Food ●●● 0171300592 Via Caduti Sul Don, 58 12020 Villar San Costanzo (CN) www.biancolinenaturalfood.it - info@biancolinenaturalfood.it		Dorado S.r.l. ●●● 042659140 Via Roma, 10 fax 0426308158 30010 Monsole di Cona (VE) www.baubon.it - infoservice@baubon.it		Hami Form Italia ●●● 3247966021 Le Closeau 56800 Ploermeil (Francia) www.hamiform.it - hamiformitalia@gmail.com
Boehringer Ingelheim Animal Health Italia S.p.a. ●●● Via Giovanni Lorenzini, 8 02535581 20139 Milano fax 025355822 www.merial.com - merial.italia@merial.com		DRN S.r.l. ●●● 0373938345 Via Bellisario, 23/25 fax 0373982427 26020 Palazzo Pignano (CR) www.drnpet.info - marketing@drnsrl.it		Happypet S.r.l. ●●● 0444436470 Via E. Majorana, 10 fax 0444436509 36045 Lonigo (VI) www.fop.it - info@happypetsrl.it
Bolton Alimentare S.p.a. ●●● 031779111 Via L. Einaudi, 18/22 fax 031779302 22072 Cermenate (CO) www.boltonalimentati.it		Due Erre & C. S.n.c. ●●● 0516466149 Via Pradazzo, 1/D fax 0516467654 40012 Calderara di Reno (BO) www.snackforpet.it - info@snackforpet.it		Heiniger AG ●●● +41/62/9569200 Industrieweg 8 fax +41/62/9569281 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland) www.heiniger.com - kontakt@heiniger.com
Camon S.p.a. ●●●●● 0456608511 Via Lucio Cosentino, 1 fax 0456608512 37041 Albaredo d'Adige (VR) www.camon.it - camon@camon.it		Eagle S.r.l. ●●●●● tel. e fax 050803275 Via Pavoncella, 8 56010 Migliarino Pisano (PI) www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it		Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l. ●●● 06545491 Via A.G. Eiffel, 15 fax 0654549560 00148 Roma www.hillspet.it
Candioli S.p.a. ●●● 0113490232 Via Manzoni, 2 fax 0113490526 10092 Beinasco (TO) www.candioli.it - info@candioli.it		Enac S.p.a. ●●● 0382483059 Strada Paola, 16 fax 0382483056 27010 Cura Carpignano (PV) www.enac.it - info@enac.it		Hunter International GmbH ●●● +49/5202/91060 Grester Strasse, 4 fax +49/5202/15333 33818 Leopoldshoehe www.hunter.de - info@hunter.de
Canicom S.r.l. ●●● 0583462363 Via di Sottopoggio, 32 fax 0583462411 55060 Guamo (LU) www.canicomitalia.com - info@canicomitalia.com		Euroitalia Pet S.r.l. ●●● 069032657 Via Italia, 2 00060 Capena (RM) www.euroitaliapet.it - info@euroitaliapet.it		I.G.C. S.r.l. ●●● 05731942826 Via Giacomo Matteotti, 879 fax 05731942827 51036 Larciano (PT) www.leopet.it - info@leopet.it
Carbone Pet Products S.r.l. ●●● 0573837868 Via Antonio Gramsci, 1537 fax 0573859163 51036 Larciano (PT) www.petproductscarbone.it - info@petproductscarbone.it		Fanconfood S.r.l.s. ●●● Via Duprè, 1 35239 Padova www.fanconfood.com - www.imdifferent.eu fanconfood@gmail.com - info@imdifferent.eu		Imac S.r.l. ●●● 0444482301 Via Ghisa, 24 fax 0444482500 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it
Cargill S.r.l. ●●● 02890441 Via Ripamonti, 89 fax 0289044820 20141 Milano www.cargill.com		Farm Company S.r.l. ●●●●● 015511310 Via Amendola, 532 - Regione Spolina fax 0158129259 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it		Innovet Italia ●●● 0498015583 Via Einaudi, 13 fax 0498015737 35030 Saccolongo (PD) www.innovet.it - innovet@innovet.it
Cerberus S.r.l. a.s.u. ●●● Via Sant'Alessandro, 8 21040 Castronno (VA) www.cerberus-pet.com - info@cerberus-pet.com		Farmina Pet Foods Italia ●●● 0818236000 Via Nazionale delle Puglie fax 0815122135 80035 Nola (NA) www.farmina.com - info@farmina.it		Interpet S.r.l. ●●●●● 058394480 Via San Pieretto, 42 fax 0583403381 55060 Badia Contignano (LU) www.interpetmarket.com - interpet@libero.it
Cerere S.p.a. ●●● 017367271 Via del Molino, 42 fax 017367180 12057 Neive (CN) www.cerere.com - cerere@cerere.com		Fashion Dog S.r.l. ●●● 0596232450 Via Lago di Carezza, 11 fax 059687984 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it		Italsystem S.a.s. ●●● 0541731428 Via Corciano, 14 fax 0541731328 47924 Rimini www.1allsystems.com - info@1allsystems.com
Cesarano S.a.s. ●●● 0818507330 Via Nolana fax 0818507467 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - loredana@cesarano.it		Fashionglobetrotter ●●● 3383528728 / 3483474521 Via di Barbiano, 2/4 40136 Bologna www.doganddolls.com - info@doganddolls.com		It.Design S.r.l. ●●● 0119378016 Via Caduti del Lavoro, 6 10094 Gaviengo (TO) www.cucciolotta.com - info@cucciolotta.com
Ceva Salute Animale S.p.a. ●●● 03965591 Via Colleoni, 15 fax 0396559244 20041 Agrate Brianza (MI) www.ceva.com - marketing.italy@ceva.com		Faza S.r.l. ●●● 069476129 Via Casilina Km 22.600 fax 069476033 00040 Lughetto Di Montecompatri (RM) www.areapet.it - info@areapet.it		Iv San Bernard S.r.l. ●●●●● 0571509106 Via Limitese, 112 fax 0571509618 50053 Spicchio Vinci (FI) www.ivanbernard.it - info@ivanbernard.it
Chemi-Vit S.r.l. ●●●●● 0522887959 Via Don Milani, 5/C fax 0522888200 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com		Ferplast S.p.a. ●●● 0445429111 Via 1° Maggio, 5 - Z.I. fax 0445429115 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com		Kronos S.r.l. ●●● 0515947498 Via Traversetolo, 186 fax 199707040517 43123 Parma www.kronossrl.it - info@kronossrl.it
Ciam S.r.l. ●●●●● 0736250484 Via Piemonte, 4 fax 0736257854 63100 Ascoli Piceno (AP) www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it		Ferriella S.p.a. ●●● 0152558103 Strada Trossi, 33 fax 0152558083 13871 Verrone (BI) www.ferriella.it - info@ferriella.it		Landini Giuntini S.p.a. ●●● 075851781 Via Rosa Luxemburg, 30 fax 0758517804 06012 Città di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it
Cinotecnica S.r.l. ●●● 0583469673 Via Nottolini, 440 fax 0583466778 55100 Lucca www.pacdogitalia.com - info@pacdogitalia.com		Fides Petfood N.V. ●●● +32/059242790 Industriezone Plessendale 2 fax +32/059242799 Solvaylaan 12 B8400 Oostende (Belgio) www.arionhealthcare.com/en, www.arionpetfood.com info@arionpetfood.be		Laviosa Chimica Mineraria S.p.a. ●●● 0586434000 Via L. Da Vinci, 21 fax 0586434210 57123 Livorno www.laviosa.it - lcm@laviosa.it
Coltelleria Polla ●●● tel. e fax 0131264774 Via Vochieri, 69 15100 Alessandria www.polladino.com - lipolla@libero.it		Contatti per l'Italia 3287932535 - 3287934875 commercialearion@gmail.com		Lazzari Luigi S.r.l. ●●● 035640118 Via Borgo Antico, 9 fax 035644927 24031 Almenno San Salvatore (BG) www.lazzarigabbie.it - info@lazzarigabbie.it
Coltellerie Milanesi S.a.s. ●●● tel. e fax 024224695 via Solari, 56 20144 Milano www.coltelleriemilanesi.it - info@coltelleriemilanesi.it		F.I.E.M. S.n.c. ●●● 031976672 Via G. Galliei, 3 fax 031899163 22070 Guanzate (CO) www.fiem.it - info@fiem.it		

Life Petcare S.r.l. ● tel. e fax 0575411013 Via di Basserone, 57 52041 Badia al Pino (AR) www.lifepecare.it - info@lifepecare.it	N.P. Industries S.r.l. ● ● 0432699322 Via Valcellina, 37 33097 Spilimbergo (PN) www.professionalpets.it - info@professionalpets.it	Royal Canin Italia S.r.l. ● 023347611 Via Anton Checov, 50/2 20151 Milano www.royalcanin.it - info@royal-canin.it
Lory Progetti Veterinari S.r.l. ● 3929091598 Via Buozzi, 3/A 42025 Cavriago (RE) www.loryprogettiveterinari.it	Nuova Cuoiio ● 0817744833 Via Lufrano, 69 80040 Volla (NA) www.eurocuoiio.it - info@eurocuoiio.it	Sepioli S.a. ● 0233610725 Ufficio Italia Via General Govone, 56 20155 Milano www.sepiolsa.com - info@sepiolsa.com
Ma-Fra S.p.a. ● 023569981 Via Aquileia, 44/46 I 20021 Baranzate (MI) www.mafrapet.com - www.mafrat.it	Nuova Fattoria S.r.l. ● 0390932308 Via Industriale, 70 25016 Ghedi (BS) www.nuovafattoria.com - info@nuovafattoria.com	Slow Global ● 0161219438 Cascina Malcotta 13010 Stroppiana (VC) www.slowglobal.com - slowglobal@gmail.com
Mantovani Pet Diffusion S.r.l. ● ● 051969413 Via Giulio Pastore, 31 40056 Crespellano (BO) www.mantovanipetdiffusion.com mantovani@mantovanipetdiffusion.com	Nutrigene S.r.l. ● ● 3498403900 Via Pozzuolo, 337 33100 Udine www.nutrigenefood.com - info@nutrigenefood.com	Stefanplast S.p.a. ● ● 0444639011 Via Piazza, 47 36020 Castegnero (VI) www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it comm.estero@stefanplast.it
Marchioro S.p.a. ● 0444901700 Via Croce, 60 36030 Castelnuovo (VI) www.marchioro.it - info@marchioro.it	Nutrix Più S.r.l. ● 0737641171 Via Potenza, 92 62022 Castelraimondo (MC) www.nutrixpiu.com - nutrix1@nutrixpiu.com	Ticinese Petfood S.r.l. ● ● 0382573789 Via Vigentina, 102 27100 Pavia www.laticinese.it - info@laticinese.it
Marpet S.r.l. ● 0456600134 Via Don Sasselli d'Era, 13 37041 Albaredo d'Adige (PD) www.marpet.it - info@marpet.it	Olistika S.r.l. ● 0549906690 Via XXV Marzo, 19/B 47895 Domagnano (RSM) www.olistikavetline.eu - info@vet-line.sm	Trixie Italia S.p.a. ● ● ● 0444835329 Via E. Fermi, 6 36045 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it
Mars Italia S.p.a. ● 025776111 V.le Milano/Fiori Str. 2 Pal C3 20090 Assago (MI) www.pedigree.it	On Site S.r.l.u. ● 0342200070 Via Nazionale, 5 23012 Castione Andevenno (SO) www.onsite.pet - info@onsite.pet	Unipro S.r.l. ● 0758085198 Via Barrocciai, 19 06081 Santa Maria degli Angeli (PG) www.unipronline.it - info@unipronline.it
Mennuti Group S.r.l. ● 0571581661 Via Ponte Cerretano, 10-12-14 50050 Carreto Guidi (FI) www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it	Original Legno Italia S.a.s. ● 0924514511 di Maltese & C. ● fax 0924515292 ZI C.da Fegotto 91013 Calatafimi Segesta (TP) www.original-legno.it - info@original-legno.it	United Pets S.r.l. ● 023927041 V.le Certosa, 46 20155 Milano www.unitedpets.it - info@unitedpets.it
Merini Maurizio ● tel. e fax 0661560728 Via Baveno, 7/A 00166 Roma www.merinioverline.it - maurizio.merini@libero.it	Pappadrin S.r.l. ● 0444371521 Via Verona, 66/B 36077 Altavilla - Tavernelle (VI) www.pappadrin.it - pappadrin@pappadrin.it	Valpet S.r.l. ● ● ● 051760349 Via Marconi, 4/2 40057 Granarolo E. (BO) www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it
Mister Pet S.p.a. ● 0521340323 Via Pedemontana, 35 43029 Mamiano di Traversetolo (PR) www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com	Pet360 S.r.l. ● tel. e fax 022043764 P.le Bacone, 2 20129 Milano www.pet360.it - info@pet360.it	V.B.B. S.r.l. ● tel. e fax 075985151 Via della Fattoria, 39 06084 Bettona (PG) www.vbbpetfood.eu - info@vbbpetfood.eu
Monge & C. S.p.a. ● ● 0172747111 Via Savigliano, 31 12030 Monasterolo di Savigliano (CN) www.monge.it - info@monge.it	Petitally ● 0245712959 Via Palermo, 9 20090 Assago (MI) www.petitally.it - info@petitally.it	Velma Group S.r.l. ● ● 0423715319 Via Munaron, 26/A 31050 Veduggio (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
Morando S.p.a. ● 0119433311 Via Chieri, 61 10020 Andezeno (TO) www.morando.it - morando@morando.it	Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r.l. ● 019222641 Via San Maurizio 184/15 10073 Cirié (TO) www.petitamis.it - info@petitamis.it	Vema Petfood&Care S.r.l. ● 0249474139 Via Lura, 236 21042 Caronno Pusterla (VA) www.vemapetfood.it, info@vemapetfood.it
Mp Bergamo S.r.l. ● 0358361301 Via Passerera, 2/C 24060 Chiusduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	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	Venturi Giuseppe ● 0543945316 Via Partisani, 10/12 47016 S. Savino di Predappio (FC) www.venturionline.it - info@venturionline.it
MPS 2 S.r.l. ● 0444572190 Via Zambon, 17 36051 Creazzo (VI) www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it	Pet's Creation di Valentino Sante ● 0804735719 Via F.lli Rosselli, 36 70042 Mola di Bari (BA) www.pets-creation.com - info@pets-creation.com	Virbac S.r.l. ● 024092471 Via Ettore Bugatti, 15 20142 Milano www.virbac.it - virbac@virbac.it
MSD Animal Health Italia ● 02516861 Via Fratelli Cervi, snc 0251686685 Centro direzionale MilanoDue - Palazzo Borromini 20090 Segrate (MI) www.exspot.it - www.scalbor.it	Pets Fitness ● ● tel. e fax 0712868013 Via Soderini, 8 60027 Osimo (AN) www.petsfitness.com - info@petsfitness.com	Visan Italia ● 0694800700 Via Sistina, 149 00187 Roma www.visanpet.it - info@visanpet.it
MSM Pet Food S.r.l. ● 0309361245 Via dell'Agricoltura, 5 25028 Verolanuova (BS) www.msmpetfood.com amministrazione@msmpetfood.com	Pet Village S.r.l. ● ● ● 054464418 - 0544471768 Via Stradello, 35 48124 Madonna dell'Albero (RA) www.petvillagesrl.it - info@petvillage.it	Vitakraft Italia S.p.a. ● ● ● 075965601 Via Piana, 4 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
My Factory S.r.l. ● 0119401249 Via Olivetti, 7/9 10020 Riva Presso Chieri (TO) www.my-factory.it - info@my-factory.it	Pet & Hug International S.p.a. ● 0424383101 Corso Magenta, 85 20123 Milano www.flairpet.com - info@flairpet.com	Wahl Italia S.r.l. ● 051374253 Via Piero Gobetti, 52 40129 Bologna www.wahl-animal.com - info@wahlitalia.com
My Family S.r.l. ● 0131950063 Strada Solero, 1/A 15048 Valenza (AL) www.myfamily.it - info@myfamily.it	Pineta Zootecnici ● ● tel. e fax 0522553616 Via A. Cugini, 30 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	WINNER Pet Food Solution S.r.l. ● 0690375587 Via Italia, 4 00060 Capena (RM) www.winnerplus.eu - info@winnerplus.eu
Natar Holistic Nutrition ● 0587706782 Via Prov.le Francesca nord, 157 56020 Santa Maria a Monte (PI) www.natar.it - info@natar.it	Porrini Pet S.r.l. ● ● 0302791814 Via Einaudi, 1 25086 Rezzato (BS) www.porrinipet.it - info@porrinipet.it	Wonderfood S.p.a. ● ● ● 0549943311 Strada dei Censiti, 2 47891 Repubblica di San Marino www.wonderfood.com - info@wonderfood.com
Natural Line S.r.l. ● 0187413799 Via Repubblica, 82 54011 Frazione Albiano Magra Aulla (MS) www.natural-line.eu - info@natural-line.eu	Q.Vet S.r.l. ● 0110160050 C.so Nizza, 54 12100 Cuneo www.qvet.it - info@qvet.it	Zolux Italia ● ● ● 051754816 - 051759896 Via Caduti di Amola, 17 40132 Bologna www.zolux.com - info@zolux.it
Naturina S.a.s. ● 0109415459 Via Bobbio, 1/3 rosso 16137 Genova www.naturina.it - info@naturina.it	Rebo S.r.l. ● 0331502700 Via Mestre, 31 21050 Cairate (VA) www.happydog.it - www.happydog.it - info@happydog.it	Zodiaco ● ● ● 0425474645 V.le della Cooperazione, 16 45100 Borsea (RO) www.zodiaco.com - www.prolife-pet.it zodiaco@zodiaco.com
Nestlé Purina Petcare S.p.a. ● ● 0281811 Via del Mulino, 6 20090 Assago (MI) www.purina.it	Rinaldo Franco S.p.a. ● ● ● 0248376157 Via Fratelli Cervi, 2 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	Zoo Planet S.r.l. ● ● ● 0499350400 Via Malcantoni, 6 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 Reggio 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

Zodiaco ● ● ● ● ● 0425474645
V.le della Cooperazione, 16
45100 Rovigo
www.zodiaco.com - zodiaco@zodiaco.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 Malcanton, 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 Reggio 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

Zodiaco ● ● ● ● ● 0425474645
V.le della Cooperazione, 16
45100 Rovigo
www.zodiaco.com - zodiaco@zodiaco.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 Reggio 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

luglio/agosto 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, Oscar Giacometto, Matteo Novati, Paolo Grisendi, Lorena Quarta, Cristiano Papeschi, Linda Sartini, Filippo Giunti, Giovanni Ravazzi, Luciano Di Tizio, Alessandro Mancini, Valerio Zupo

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@writeme.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, toleatori, 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
40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com
mantovani@mantovanipetdiffusion.com

051969413
fax 051969348

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.zoomaniarettilli.com - info@zoomaniarettilli.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 Piemarinini 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 RINALDO FRANCO

MISTER PET p. 19, 37

cover 2 VITAKRAFT ITALIA

MONGE p. 4

cover 3 RINALDO FRANCO

MPS 2 p. 97

cover 4 DISEGNA GROUP

MY FACTORY p. 41

MYFAMILY p. 2-3

OLISTIKA p. 33

5TH PET PRODUCTS SUPPLIER EXHIBITION p. 21

PORRINI p. 31

ADRAGNA PETFOOD p. 7

REBO p. 25

BOEHRINGER INGELHEIM

RINALDO FRANCO p.15

ANIMAL HEALTH ITALIA p.1, 75

SALVAGENTE p. 64-65

ENPA p. 24

TROVA NEGOZIO p. 54-55

FARM COMPANY p. 29

VALPET p. 9

FIORETTA p. 103

VELMA p. 85

GHEDA MANGIMI p. 23

ZAMPOTTA p. 60, 114

GREEN PEACE p. 105

ZOODIACO p. 43



HOME DESIGN



pet beds and cushions

Scopri tutti i prodotti di design, scarica il catalogo o richiedilo al tuo agente di zona.



SENSITIVE SKIN & COAT SPECIFICO PER IL BENESSERE DI CUTE & PELO



AGNELLO & PESCE

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



www.petschoice.it - info@disegnagroup.it - Tel. 0424 471424

