

Zampotta

PET BUSINESS

DICEMBRE/GENNAIO 2023 - N° 10

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

**OGNI SPAZIO
DEL TUO NEGOZIO
HA UN OBIETTIVO**

**di vendite, di redditività,
di comunicazione...**

**A LEZIONE
DAI MIGLIORI
PROFILER DELL'FBI**
per aumentare le tue vendite

**ESPANDI
IL TUO BUSINESS**
ottimizzando il tuo eCommerce

**COMUNICARE...
PER VENDERE**

L'Editoriale di Cristina Mandaglio



- Snack 100% vegetariani per cani e gatti sempre più green



Ricevere uno snack

NOVITA'!

Stick naturali
senza additivi

**ESCLUSIVA
PET SHOP**

Stick igiene
dentale

GREEN

Stick
vegetariani
e vegani

**ESCLUSIVA
PET SHOP**

Mini Snack



Dagli storici Beef Stick e Cat Stick, ai deliziosi Treaties e Cat Yums, dagli snack dentali a quelli liquidi, fino ad arrivare agli snack vegetariani Vita Veggies e ai nuovi snack naturali senza additivi. Non c'è che l'imbarazzo della scelta per spezzare la fame o ricompensare cani e gatti con qualcosa di sano e gustoso.

Ricevere un premio goloso con Vitakraft per i tuoi cani, gatti e anche i loro padroni. Vitakraft è la scelta migliore per la tua produzione. Made in Germany con la massima qualità e l'aggiunta di zuccheri ed esaltanti. Una ricompensa irresistibile in ogni momento. Vitakraft, ogni giorno un

Vitakraft

...rende felici!



NOVITA'!
100 Snack
ideali per l'agility

Soffici bocconcini
ripieni cotti
a fuoco lento

NOVITA'!
Snack
liquidi naturali

NOVITA'!
Stick naturali
senza additivi

Snack
in gelatina

GREEN
Snack liquidi
vegetariani
e vegani



...ome coccola o per aver fatto una buona azione rende felici
...oni, specialmente se si tratta di snack Vitakraft.
...y, ingredienti di alta qualità, tanta carne e vitamine, senza
...tori di sapidità.
...n tante varianti!
...momento di felicità.

Vitakraft®



Scopri di più!



WWW.VITAKRAFT.IT



MADE IN ITALY

Ricette di Campagna



ALTA DIGERIBILITÀ - ALTA ENERGIA - ALTA APPETIBILITÀ

La linea **Ricette di Campagna** è particolarmente adatta per:

- ALLEVATORI
- ATTIVITÀ SPORTIVE
- PROFESSIONISTI DEL SETTORE

DISPONIBILI IN 3 RICETTE:

PUPPY

MAINTENANCE

ENERGY

per soddisfare le diverse esigenze dei cani in base alla loro età ed attività fisica.



MISTERPET www.misterpetsrl.com

Strada Pedemontana, 35 - 43029 Loc. Mamiano (PR) - Italy - Tel. +39 0521 340323 Fax. +39 0521 340321 - info@misterpetsrl.com

CAT&RINA

BeNatural

LETTIERA AL TOFU

ECO FRIENDLY

TOFU CLASSICA

ANCHE 10L

CARBONE ATTIVO

TÈ VERDE



PESCA E MIELE



ORIGINE VEGETALE

SUPER AGGLOMERANTE

NEUTRALIZZA GLI ODORI

DURATA EXTRA

FACILE DA SMALTIRE NEL WC

RECORD
Qualità per piccoli animali



Prodotto in Italia da **MyFamily S.r.l.**
Valenza (AL) Italy | 0131 950063 | info@myfamily.it | www.myfamily.it

myfamily

MERRY CHRISTMAS

With love



Style Collection



Monza Collection
Genuine Italian Leather

COPERTINA

"in evidenza"

**Vitakraft,
un partner
di successo**

(Vitakraft Italia)

8



DICEMBRE / GENNAIO 2023 - N° 10

L'EDITORIALE
di Cristina Mandaglio

7

**Comunicare...
per vendere**



CANI & GATTI

- 52 Acana: il meglio delle proteine animali**
(Wonderfood)
- 54 Per una bellezza tutta naturale**
(Pets Fitness)
- 56 Proponi una gamma completa**
(Affinity Petcare)
- 58 Selezionati per te**
(FunHobby Italia)
- 60 Un mosaico di opportunità**
(Dietapars)

- 64 Solo il meglio per il tuo cliente**
(Mister Pet)
- 66 Per chi vuole solo il meglio**
(Linea 101)
- 68 Ricette funzionali e complete**
(Diusa Pet Italia)
- 72 Snack innovativi e funzionali**
(Monge)
- 77 Dedicarsi al cliente**
(Hundog)

- 78 Differenziati con l'approccio olistico**
(Winner Plus Pet Food)
- 80 A supporto del sistema urinario**
(Dorado)
- 89 Testolina problematica?**
(L. Sartini)
- 92 È vero che...**
(L. Quarta)

ACQUARI & CO.

- 62 Alimentazione completa**
(Pro.D.Ac International)
- 98 Le nuove leggi sugli esotici**
(A. Mancini)
- 104 Guadagnare con il vivo: le moltiplicazioni delle piante in negozio - Il Parte**
(A. Mancini)
- 101 Le diatomee: ecologia chimica in una goccia d'acqua**
(V. Zupo)

PICCOLI MAMMIFERI

- 70 Il meglio della natura**
(Pineta Zootecnici)
- 95 Quando il porcellino d'india non sta bene...**
(L. Sartini)

RUBRICHE

- 42 Dal commercialista**
- 83 Notizie brevi**
- 84 La voce di...**
- 86 Negozio del mese**
- 88 Pet app**
- 106 Bacheca**
- 108 Contatti**
- 112 Inserzionisti**

BUSINESS

- 18 Visual Merchandising**
- 24 Tecniche di Vendita**
- 28 Strategia Aziendale**
- 34 Pet shop On line**
- 44 Social Media Marketing**
- 48 Emozioni & Business**





LA LINEA COMPLETA PER OGNI ETÀ ED ESIGENZA DEL GATTO



- **70% minimo di ingredienti animali**
- **Primo ingrediente carne fresca**
- **Tanti gusti per i palati più esigenti**

APPROVATO
DAI VETERINARI



Due Nuove ricette,
Per il suo benessere.
Per cani più sensibili



NOVITÀ!
2 Nuovi gusti.

MADE IN ITALY
Primordial
by Mister Pet

GRAIN FREE

- Cinghiale Agnello
- Sardina Tacchino
- Ricco di vitamine e minerali
Gruppo B - B2 - B3 - B6 e B12,
Ferro e Zinco
- Elevata appetibilità e digeribilità



 MISTER PET

Strada Pedemontana, 35 - 43029 Loc. Mamiano (PR) - Italy -

Tel. +39 0521 340323 Fax. +39 0521 340321 - info@misterpetsrl.com

www.misterpetsrl.com

l'Editoriale di
CRISTINA MANDAGLIO

COMUNICARE... PER VENDERE

La sera, al mio ritorno a casa, è sempre lì puntuale ad aspettarmi. Sto parlando di Ragù, il mio bassottino, che appena mi vede scodinzola felice. È il momento delle coccole e delle chiacchiere... gli racconto la mia giornata, gli parlo di ciò che mi sta a cuore... Penso sia un'esperienza comune a tutti i tuoi clienti e a tutte le persone che come noi amano gli animali, siano cani, gatti, pappagallini, criceti o pesci rossi.

Sappiamo bene che quando intavoliamo una discussione con il nostro amico pet lui non comprende esattamente le nostre parole, ma lo facciamo comunque. E alzi la mano chi, condividendo la propria vita con un animale, almeno una volta non gli ha parlato, non si è confidato con lui magari sfogandosi, non gli ha rivolto domande o fatto dei veri e propri discorsi, anche senza avere in cambio alcuna risposta.

A chi non ha mai convissuto con un pet questi atteggiamenti possono sembrare "stramberie", sintomo di qualcosa che non va... Ma ora sappiamo che per la scienza tutto ciò è sintomo di intelligenza. Secondo uno studio realizzato in America da Gary D. Sherman e Jonathan Haidt, della prestigiosa Università di Harvard, le persone che amano gli animali e che parlano con loro presentano un'intelligenza superiore. Questa ricerca si basa sul fatto che fin da bambini si tende ad attribuire a giochi, bambole e peluche una personalità umana o antropomorfa ed è proprio questa capacità di rendere "umane" le cose che ci rende intelligenti, poiché assegnare emozioni ad animali o oggetti richiede dei processi mentali molto complessi tipici di un'intelligenza ben sviluppata.

Solo chi ha una grande immaginazione infatti può attribuire una personalità a un cane, parlare con lui e "immaginare" le sue risposte. La nostra tendenza ad antropomorfizzare si deve proprio all'alto grado di comprensione ed empatia. Del resto, anche gli animali ci "rispondono" con gli occhi e le espressioni, richiamando così la nostra attenzione.

Quindi rassicurate il vostro cliente se racconta la propria giornata al pet di casa e gli chiede come è stato in sua assenza. Perché parlare con cani e gatti fa bene.

E ricorda che parlare fa molto bene anche al tuo business! Perché significa mantenere un dialogo, una connessione con i clienti, un canale di comunicazione aperto. Dunque, se vuoi trasformare un tuo prodotto o servizio in un successo, questo dipende anche dalle storie che riesci a costruire attorno a quel prodotto o servizio. Il marketing rappresenta per te un mezzo per soddisfare i bisogni dei tuoi clienti, chi acquista non vuole più "solo" un prodotto, vuole sapere quello che il prodotto può fare per lui.

È proprio quello che ti suggeriamo di fare ogni mese con le rubriche di *Zampotta Pet Business*. I nostri esperti ti spiegano come la comunicazione possa essere tenuta aperta utilizzando diversi canali e diverse modalità.

Un suggerimento? "Sentiti" cliente... immedesimati in lui e avrai ben chiari i suoi bisogni, le sue necessità, le sue richieste e le sue perplessità.

Se tu fossi cliente, cosa vorresti che il negoziante ti rispondesse, in cosa vorresti ti aiutasse?

Prova a rispondere a questa domanda e avrai fatto un grande passo avanti nel tuo marketing.

Concludo augurando a tutti buone feste da parte della redazione di *Zampotta Pet Business* e dei collaboratori che ogni mese ci affiancano.





Vitakraft, un partner di successo

Un unico brand... per una gamma completa di prodotti per tutti gli animali

Vitakraft, storica multinazionale del settore pet, con l'omonimo brand rappresenta da sempre per i propri clienti valori come qualità e sicurezza, grazie alla grande competenza e a un vasto assortimento di prodotti per la nutrizione e la cura quotidiana di tutti gli animali domestici: cani, gatti, uccellini, roditori, pesci e rettili.

L'azienda, ogni giorno e in tutto il mondo, si occupa del benessere degli animali da compagnia con responsabilità, passione e competenza. Con 9 siti produttivi di proprietà, 20 filiali e una distribuzione in oltre 50 Paesi nel mondo, Vitakraft è uno dei marchi leader di settore a livello mondiale, al top nell'ambito del mercato dei roditori e degli uccelli e nel segmento snack per cani e gatti.

Con più di 180 anni di esperienza, il marchio Vitakraft garantisce una gamma di prodotti specie-specifici sempre attenti al benessere dell'animale.



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



“Siamo un partner affidabile e sicuro” - spiega l'AD di Vitakraft Italia, Claudio Sciorpa - “che garantisce a tutti i rivenditori un assortimento di prodotti ad alta rotazione ampio e completo: petfood e snack con un'appetibilità straordinaria e accessori di qualità per tutti i pet sotto un unico brand”.

“Tra le oltre 1.000 referenze” - prosegue Sciorpa - “spiccano gli stick di carne per cani e gatti *Beef-stick* e *Cat-stick*, inventati proprio da noi, amatissimi e presenti ormai in tutti i migliori pet shop; la linea di alimenti completi super premium per gatti *Poésie*, i *cracker* extraduri da appendere alle gabbie e la linea di alimenti principali *Menù*, che a loro volta si svi-



Da sinistra: Thomas Sciorpa Resp. E-Commerce e Digital Marketing, Claudio Sciorpa Amministratore delegato e Michela Sciorpa Resp. Relazioni esterne e istituzionali Vitakraft Italia
From left: Thomas Sciorpa E-Commerce and Digital Marketing Manager, Claudio Sciorpa CEO and Michela Sciorpa External Relations and Institutional Affairs Manager Vitakraft Italia



luppano in tante sotto-linee sia per uccelli che per roditori. Prodotti che da anni si impongono sul mercato con grande successo”.

Azienda e prodotti sempre più green

Per stare al passo con le aspettative di crescita dei prossimi anni, l'azienda tedesca ha ampliato recentemente la propria struttura con il nuovo magazzino verticale *Vita Cube* da 44.000 posti pallet. Una struttura di 38 metri di altezza, per un investimento di oltre 25 milioni di euro, sostenibile dal punto di vista energetico e completamente automatizzata.

Alla base di tutte le scelte aziendali emerge la piena adesione alle tematiche della sostenibilità, fulcro della filosofia Vitakraft. Da diversi anni infatti il Gruppo ha lanciato *VitaPlanet*, il progetto per uno sviluppo sostenibile con cui Vitakraft dà il proprio contributo ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU. Vanno in questa direzione la scelta di ridurre i pack in plastica, di passare a materiali 100% riciclabili entro il 2025 e di effettuare approvvigionamenti di ingredienti sostenibili, specialmente per pesce (solo da pesca certificata MSC), soia e olio di palma.

Numerosi sono poi i provvedimenti intrapresi anche dal punto di vista sociale e ambientale, come la partnership esclusivamente con fornitori controllati dal punto di vista etico e certificati BSCI e una serie di iniziative per gli animali, la natura e il clima. In qualità di partner di *Plant-for-the-Planet*, ad esempio, Vitakraft sostiene l'obiettivo di piantare 1.000 miliardi di alberi a livello mondiale.

Benessere, natura e sostenibilità sono i perni su cui si basa l'intera mission aziendale anche per quanto riguarda l'innovazione di prodotto, come nel caso dei nuovi snack per cani e gatti con superfood, degli stick *Vita Naturals* completamente privi di additivi, del rilancio di tutti i pack riciclabili per la linea di snack con



VITAKRAFT, A SUCCESSFUL PARTNER

One brand...for a complete range of products dedicated to pets

Vitakraft, famous multinational pet corporation, embodies values such as quality and safety for its customers. This is the result of elevated expertise and a broad range of products for the daily nutrition and care of all pets: cats, dogs, birds, rodents, fish and reptiles.

The company deals with pet well-being with responsibility, passion and experience every day all over the world. With 9 plants, 20 branches and a distribution to over 50 countries all over the world, Vitakraft is one of the world leading brands, the top in the market of products for rodents and birds, as well as in the treat segment for cats and dogs.

With over 180 years of experience, Vitakraft brand ensures a range of specific products attentive to the pet's well-being.

"We are a reliable and safe partner" explains Vitakraft Italia MD Claudio Scirpa - "capable to provide retailers with a broad and complete offer: pet food and treats with extraordinary palatability and quality pet accessories all in one brand".

"Among our over 1,000 products" - goes on Scirpa - "some of them stand out: *Beef-stick* and *Cat-stick* are popular and present in the best shops; the complete line of super premium cat food *Poésie*, extra-hard *kracker* that can be hanged to cages and the line of main food *Menu*, which is divided into several sub categories for birds and rodents. These products have been successful on the market for years".

COMPANY AND PRODUCTS INCREASINGLY GREEN

In order to keep up with the growing expectations of the next years, the German company recently broadened its structure with the new vertical storehouse *Vita Cube*: its storage capacity amounts to 44,000 more pallet places. The 38mt storehouse required an investment of over 25 million Euros: it is energetically sustainable and completely automated. All the choices of the company comply with sustainability, which is the focus of Vitakraft philosophy.

That is why Vitakraft Group launched *VitaPlanet*, the strategy for a sustainable future: the company supports the 17 UN Sustainability Goals. The company chose to reduce plastic packages, aims at using 100% recyclable materials by 2025 and select only sustainable ingredients, especially in case of fish (only from MSC-certified fishing), soy and palm oil.



pura carne e del lancio di un'intera linea di prodotti vegetariani sia per cani che per gatti, trendy e a basso impatto ambientale.

Un marchio protagonista in TV

Gli investimenti pubblicitari di Vitakraft, come il fatturato dell'azienda, crescono tutti gli anni a due cifre. Anche nel 2022 la campagna pubblicitaria è stata ricca di iniziative toccando numerosi canali: dalle fiere agli eventi, dalla pubblicità stampa ai social, dalle sponsorizzazioni alle iniziative di sampling con oltre 1 milione di campioni gratis distribuiti.

Ma è stata la pubblicità in TV, quest'anno, a rivelarsi particolarmente importante. In primavera i top snack Vitakraft per cani sono andati in onda, sotto forma di product placement, nella fiction in prima serata su Canale 5 "Fosca Innocenti" con Vanessa Incontrada e Francesco Arca. E visto il successo della serie è già stato siglato l'accordo per la seconda stagione. Da settembre fino a Natale prosegue poi la campagna di spot TV su Canale 5 in abbinamento a "L'Arca di Noè", la trasmissione rivolta proprio agli amanti degli animali in onda tutte le domeniche dopo il TG5. Nel mese di novembre, invece, in occasione di "Caduta libera", il programma top del palinsesto preserale di Canale 5 con oltre 3 milioni di telespettatori, l'amatissimo conduttore Gerry Scotti ha pubblicizzato per 7 puntate consecutive i prodotti top di gamma Vitakraft come gli snack per cani, quelli per gatti e la linea di alimenti super premium per gatti *Poésie*.

Moreover, Vitakraft also reached several social and environmental goals: partnership with ethical suppliers featuring BSCI certification and initiatives focusing on animals, nature and climate. As *Plant-for-the-Planet* partners Vitakraft supports their goal of planting 1000 billion trees worldwide.

Well-being, nature and sustainability are the principles inspiring the whole company mission also in terms of product innovation, just like the new treats for cats and dogs with superfood, *Vita Naturals* sticks free from additives, the relaunch of recyclable packages for the line of pure meat treats and the launch of a whole line of vegetarian products for cats and dogs, trendy and with low impact on the environment.

THE BRAND STAR ON TV

Vitakraft advertising investment, just like the company turnover, registers a two-digit growth every year. The 2022 advertising campaign has been rich of initiatives and covered several channels: from exhibitions to events, from press advertising to social media, from sponsorships to sampling activities with over 1 million free samples.

The TV advertising was particularly relevant. In spring Vitakraft products for dogs were advertised on an Italian TV channel (Channel 5) as product placement within the TV series "Fosca Innocenti", starring actors Vanessa Incontrada and Francesco Arca. Given the success of the series, the second season has already been planned. The commercials, aired since September on the same TV channel, will go on until December during "L'Arca di Noè", a broadcast dedicated to pet lovers aired on Sunday after the news. In November, during the top broadcast of Channel 5 early evening show schedule ("Caduta libera", 3 million audience), popular host Gerry Scotti advertised Vitakraft top range products for 7 consecutive days such as dog treats, cat treats and the super premium food range *Poésie*.

Vitakraft TV advertising alone will reach over 80 million views by the end of the year, for a stronger brand identity.

La sola comunicazione televisiva di Vitakraft raggiungerà per fine anno oltre 80 milioni di visualizzazioni, per una brand identity sempre più forte. (T.P.)

GLI SNACK IDEALI PER L'AGILITY

Piccoli bocconcini dal grande gusto, i *Boony Bits* sono deliziosi mini bocconcini con tanta carne. Non si sbriciolano, non ungono, sono gustosi e al tempo stesso straordinariamente leggeri, ideali quindi per offrire una ricompensa ripetuta. Eccezionali per i cani che fanno agility, per l'addestramento o anche solo per un gustoso fuoripasto.

La confezione aprì & chiudi salvafreschezza è disponibile in versione "S" con circa 200 premietti per cani di taglia piccola e nella nuova variante "M" con 100 bocconcini per cani di media taglia.



PERFECT TREATS FOR AGILITY

Small bites with great flavour: *Boony Bits* are delicious mini bites with plenty of meat. They do not crumble or oil. Moreover, they are tasty and light: the perfect repeated reward. They are the perfect treat for agility dogs, during training or for a tasty cuddle. The freshness-preserving re-sealable pouch comes in S size (200 treats) for small dogs and new M size (100 treats) for medium dogs.

IL PIACERE DI OFFRIRE UNO SNACK DALLE MANI

Liquid Snack è il fuoripasto innovativo per gatti dai gusti difficili e per chi vuole provare il piacere di coccolare il proprio micio alimentandolo direttamente dalla mano. È così che Vitakraft da alcuni anni ha rivoluzionato il concetto di snack per gatti, lanciando un prodotto estremamente appetibile che grazie alla sua particolare confezione si può far leccare direttamente spremendo la bustina. Non si tratta solo di una semplice leccornia: *Liquid Snack* è anche un appetizzante per prodotti secchi e, data la sua consistenza e la sua appetibilità, è perfetto anche per far assumere medicinali all'animale. Ricco di proteine, povero di grassi, con l'aggiunta di additivi funzionali, ipocalorico, senza coloranti e conservanti, *Liquid Snack* è confezionato in pratici astucci da 6 tubetti ed è disponibile in 4 varianti: *Salmone e Omega 3* per la salute della pelle e del pelo; *Pollo e Taurina* per la funzionalità cardiaca e la vista; *Anatra e Beta glucani* per migliorare le difese immunitarie; *Manzo e Inulina* per favorire la funzionalità della flora intestinale. *Liquid Snack* spicca sullo scaffale del negozio grazie alla grafica recentemente rinnovata. I popolari *Liquid Snack* per gatti sono ora disponibili in un nuovo multipack "Big Pack" misto da 16 confezioni, con la varietà più richiesta *Pollo + Taurina* e la varietà con la maggior crescita di vendite *Manzo + Erba gatta*.



THE PLEASURE OF HAND-FEEDING TREATS

Liquid Snack is the innovative treat for demanding cats and for owners who want to cuddle their pets by hand-feeding them. That is how Vitakraft innovated the concept of cat treats: an extremely palatable product that pets can lick directly by squeezing the pouch. Not just a treat: *Liquid Snack* is also an appetite stimulant for dry food, as well as for drugs. The recipe is rich in proteins and low on fats; moreover, it includes functional additives and it is low-calorie and free from preserving and colouring agents. *Liquid Snack* comes in handy pouches with 6 sticks and 4 recipes: *Salmon and Omega 3* for the health of skin and fur; *Chicken and Taurine* for heart functionality and sight; *Duck and Beta-glucans* to improve the immune defences; *Beef and Inulin* to support the functionality of intestinal flora. Thanks to the recently renewed pouch layout, *Liquid Snack* stands out on shelf. Popular *Liquid Snack* for cats are now available in new "Big Pack" mixed multipack with 16 pouches. It includes the most popular recipe *Chicken + Taurine* and the recipe with the highest sales growth, *Beef + Catnip*.

NUOVI SNACK 100% NATURALI

I nuovi snack per cani e gatti *Vita Naturals*, spuntino appetitoso e al tempo stesso naturale, sono prodotti made in Germany e hanno una formulazione super naturale.

Due i formati disponibili: bastoncini alla carne e snack cremosi. I *Vita Naturals Stick*, completamente privi di additivi e disponibili sia per cani che per gatti, sono un premio gustoso con oltre il 95% di carne, deliziosamente affumicati su legno di faggio, praticamente irresistibili. I *Vita Naturals Liquid* per gatti sono invece una delizia cremosa con naturali pezzetti di carne/pesce. Grazie alla confezione a tubetto sono perfetti per coccolare il micio alimentandolo direttamente dalla mano. I *Vita Naturals* sono disponibili nei gusti *Pollo*, *Manzo* e *Salmone* certificato MSC da pesca sostenibile. La ricetta è semplice: pochi ingredienti di alta qualità, nient'altro. Una bontà tutta naturale senza aggiunta di zucchero, cereali, esaltatori di sapidità, coloranti e conservanti. La linea raggiunge così un nuovo gruppo target, giovane e attento alla qualità dei prodotti.



NEW TREATS 100% NATURAL

New treats for cats and dogs *Vita Naturals*, tasty and natural, are made in Germany: their formula is super natural. They come in two sizes: meat sticks or creamy treats. *Vita Naturals Stick* are meat sticks, free from additives, for cats and for dogs: a tasty reward with over 95% delicious beechwood-smoked meat. *Vita Naturals Liquid* for cats are a creamy delicacy with natural bites of meat or fish. Thanks to the little tube, they are perfect to hand-feed and cuddle pets. *Vita Naturals* are available with *Chicken*, *Beef* and MSC-certified *Salmon* from sustainable fish. The recipe is easy: only few high-quality ingredients, without added sugar, cereals, flavouring agents, colouring or preserving agents. The line reach a new target group, young and attentive to quality products.

POÉSIE: GUSTO E QUALITÀ IN TANTE SFIZIOSE RICETTE

Poésie è la linea Vitakraft di alimenti umidi super premium perfettamente calibrata per le esigenze nutrizionali di tutti i gatti. Una gamma che propone oltre 30 pasti completi prodotti con ingredienti di alta qualità, disponibili in tante ricette appetitose, originali e sfiziose che permettono di variare l'alimentazione secondo il gusto del momento: *Sauce* in abbondante e delicata salsa, *Gelée* in gustosa gelatina e le spumose *Mousse*. I raffinati menu sono prodotti con materie prime selezionate e un'elevata percentuale di carne.

Un alimento naturale senza coloranti e, ad esclusione delle *Mousse*, anche senza conservanti. Tutte le ricette sono senza zucchero e senza cereali (escluso il gusto Merluzzo nero con Pasta e Pomodoro). La produzione è interamente made in Germany, per un'appetibilità straordinaria comprovata dai consumer test del portale tedesco *FutterTester.de* e dal riconoscimento "HIT" della rivista tedesca specializzata in alimenti "Lebensmittel".



- *Création*: il piacere nell'esclusiva vaschetta a cuore

Poésie Création, nell'inconfondibile ed esclusiva vaschetta a forma di cuore, è il menu simbolo della linea, che convince gatti e proprietari per l'alta qualità del prodotto, il gusto irresistibile e gli ingredienti sfiziosi. Confezionato in vaschette di alluminio da 85 g, è disponibile in 4 varianti *Sauce* (Pollo e verdure dell'orto, Tacchino in salsa di formaggio, Manzo e Carote, Merluzzo nero con pasta e pomodoro), 2 varianti *Gelée* (Selvaggina in gelatina di Mirtilli rossi, Salmone e Spinaci) e 2 multipack con mix speciali: *Tender Selection* e *Finest Selection*. Nei gusti con pesce la materia prima proviene da pesca sostenibile certificata MSC.

- *Mousse*: una prelibatezza spumosa

Poésie Mousse è una prelibatezza apprezzata da tutti i gatti grazie al gusto unico, al contenuto elevato di carne e alla consistenza leggera e spumosa. Tutte le ricette sono formulate senza zuccheri aggiunti e senza coloranti artificiali. Nelle varianti con pesce la materia prima proviene da pesca sostenibile certificata MSC. I paté della linea *Mousse* sono disponibili in lattina da 85 g in 4 classici e amatissimi gusti: Pollo, Manzo, Anatra, Salmone MSC.



- *Délice*: gusto in formato pouch

Deliziose ricette con pezzetti naturali di carne o pesce in abbondante e delicata salsa o in gustosa gelatina, per una qualità al top e un gusto irresistibile. La sottolinea *Délice* è un vero e proprio best seller anche grazie al confezionamento in

bustina pouch bag richiudibile da 85 g, facile da aprire e dal minimo ingombro dopo l'uso. Disponibili 8 gusti in salsa delicata (con Tacchino, con Pollo, con Manzo, con Cuore, con Merluzzo, con Merluzzo nero, Junior con Filetto di Pollo, Junior con Petto di Tacchino); 2 gusti *Gelée* (con Tacchino, con Pollo) e 6 multipack con selezioni speciali al pesce e alla carne.



- **Petit: i nuovi minipasti**

Deliziosi menu in piccole confezioni pouch bag da 50 g per offrire più pasti al giorno: ecco *Poésie Petit*. Ogni porzione viene servita fresca, con gustosi pezzetti naturali di carne. Le ricette sono senza zuccheri, cereali (senza frumento nella varietà *Cat Grass Selection*), coloranti artificiali e conservanti. Disponibili in 2 varianti: *Heart Selection* arricchite con pezzetti di cuore (3 ricette al manzo e 3 al pollame) e *Cat Grass Selection* con irresistibile erba per gatti (3 ricette al pollo e 3 al tacchino). I minipasti sono confezionati in multipack da 6 pouch bag, un formato piccolo che crea nuove occasioni di vendita per il negozio.

- **Classique: i gusti più amati in multipack**

Nel segmento degli alimenti umidi per gatti la gran parte del fatturato delle confezioni pouch viene realizzato con i multipack, che creano nuove occasioni di consumo e permettono all'animale di variare spesso l'alimentazione. I gusti di *Poésie* più amati sono ora disponibili in due pratiche e convenienti confezioni da 12 bustine richiudibili da 85 g. Senza cereali, senza zuccheri aggiunti, senza coloranti e conservanti artificiali, i nuovi *Classique* sono disponibili in tre varianti: *Poultry choice* nei gusti pollo, tacchino, anatra e pollame, *Classic choice* con varianti pollo, tacchino, manzo e salmone e *Meaty Choice* con pollo, anatra, agnello e selvaggina.

POÉSIE: FLAVOUR AND QUALITY IN FINE RECIPES

Poésie is Vitakraft line of super premium wet food, perfectly balanced for the nutritional needs of all cats. The range includes over 30 complete meals with high-quality ingredients, plenty of palatable recipes, original and delicious. They allow to vary the meals after cats' preferences: *Sauce* in plenty of delicate sauce, *Gelée* in tasty jelly and foamy *Mousse*.

Fine recipes include selected raw ingredients and an elevated percentage of meat.

They offer natural products without colouring agents and (except for *Mousse*), without preserving agents. All recipes are free from sugar and cereals (except for the *Black Cod with Pasta and Tomato recipe*).

Production is completely Made in Germany for extraordinary palatability, as shown by the consumer tests of German *FutterTester.de* and by "HIT" award of the German magazine specialized in food, "Lebensmittel Zeitung".

- **Création: pleasure in exclusive heart-shaped pot**

Poésie Création, with unique heart-shaped pot, is the symbol of the line, appreciated by cats and pet owners because of its elevated quality, irresistible taste and recipes with delicious ingredients. It comes in aluminium 85g pots: 4 *Sauce* recipes (*Chicken and vegetables*, *Turkey in cheese sauce*, *Beef and Carrot*, *Black Cod with Pasta and Tomato*), 2 *Gelée* recipes (*Game in Cranberry Jelly*, *Salmon and Spinach*) and 2 multipacks with special mix (*Tender Selection* and *Finest Selection*). Fish comes from MSC-certified sustainable fishing.

- **Mousse: soft delicacy**

Poésie Mousse is popular among all cats thanks to its unique flavour, elevated meat percentage and light and soft texture. All recipes contain no added sugar or artificial colouring agents. Fish recipes contain MSC-certified fishing. *Mousse* pates come in 85g tins and four traditional and popular recipes: *Chicken*, *Beef*, *Duck* and *Salmon MSC*.

- **Délice: taste in pouch**

Delicious recipes with natural bites of meat or fish in plenty of delicate *Sauce* or tasty jelly, for top quality and irresistible taste. *Délice* is a real best seller, also thank to the 85g pouch bag: easy to open and with minimum encumbrance after use. They come in 8 recipes and delicate *Sauce* (*with Turkey*, *with Chicken*, *with Beef*, *with Heart*, *with Cod*, *with Black Cod*, *Junior with Chicken Fillet* and *Junior with Turkey Breast*), 2 *Gelée* recipes (*with Turkey* and *with Chicken*) and 6 multipacks special selection with fish and meat.

- **Petit: new mini meals**

Delicious menus in small 50g pouch bags, to offer more meals per day: here is *Poésie Petit*. Each serve is fresh, with tasty natural bites of meat, no sugar, cereals (no wheat in *Cat Grass Selection*), without artificial colouring and preserving agents. Two versions available: *Cat Heart Selection* with heart (3 with beef, 3 with poultry) and *Cat Grass Selection* with irresistible catnip (3 with chicken, 3 with turkey). Mini meals come in multipacks with 6 50g pouch bags: small size to create new selling chances for chops..

- **Classique: most popular flavours in multipack**

Most of pouch sales volume in the segment of wet food for cats comes from multipacks, which create new consumption opportunities and allow cat to vary their diet. *Poésie* most popular flavours are now available in two different multipacks with twelve 85g pouches each. Without cereals, added sugar, artificial colouring and preserving agents: new *Classique* come in three versions: *Poultry choice* (chicken, turkey, duck, poultry) and *Classic choice* (chicken, turkey, beef and salmon) and *Meaty Choice* (chicken, duck, lamb and game).

IRRISISTIBILI SNACK PER CANI

Beef Stick è un gustoso snack alla carne per cani, uno sfizioso fuori-pasto a forma di stick inventato da Vitakraft, che contiene più del 90% di pura carne della migliore qualità arricchita con sostanze minerali e Vitamina E, senza zuccheri, conservanti, coloranti artificiali ed esaltatori di sapidità. Ideale come premio o per spezzare la fame in qualsiasi momento della giornata, è lo snack più venduto dal gruppo Vitakraft, che non può mancare nei migliori pet shop. *Beef Stick* è proposto singolarmente in pratiche confezioni. La gamma completa comprende oltre 20 varianti. Il più venduto è *Beef Stick* al manzo ma ci sono anche

quelli alla selvaggina, all'agnello, al tacchino, alla trippa, con cuore e tanti altri. Sono ora disponibili anche due *Fish Stick*, uno con salmone e l'altro con trota, entrambi con acidi grassi naturali Omega 6 e soprattutto certificati MSC, il marchio che garantisce che la materia prima del prodotto provenga da pesca sostenibile effettuata nel rispetto dell'ecosistema marino.

In linea con le tendenze più recenti, Vitakraft propone *Beef Stick BIO*, prodotto con 100% di carne di agnello proveniente da allevamenti biologici certificati. Sono inoltre disponibili una versione XXL, per cani super golosi, con una dose extra di carne, i *Beef Stick Quadros*, tagliati a quadrotti e arricchiti con deliziosi ingredienti extra come formaggio, fegato e patate o il *Beef Stick Rustico*, la versione saporita porzionata in pezzettoni. Non mancano poi le varianti funzionali *Low Fat*, *Hypoallergenic* e *Arthro Fit*, rispettivamente per cani in sovrappeso, con intolleranze o con problemi alle articolazioni.

Vitakraft, da sempre all'avanguardia nel settore degli snack per animali da compagnia, ha lanciato sul mercato anche due nuove varianti *Superfood*, arricchite con nutrienti benefici per la salute del cane: una con l'aggiunta di piselli ad alto contenuto proteico e mirtillo rosso naturalmente ricco di antiossidanti, che favoriscono la protezione delle cellule e l'altra con un delizioso ripieno di carote, ricche di carotene, e semi di chia ricchi di acidi grassi Omega 3 che favoriscono la salute della pelle e la bellezza del pelo.



IRRISISTIBLE TREATS FOR DOGS

Beef Stick is the delicious meat treat for dogs, the delicious stick invented by Vitakraft with over 90% top quality meat, supplemented with mineral substances and vitamin E. It does not contain sugar, artificial preserving or colouring or flavouring agents. It is the perfect reward or treat any time during the day: *Beef Stick* is the best-selling treat by Vitakraft, available in the best shops only. The treat is sold in handy single-serve pouches.

The complete range includes over 20 varieties. The most popular *Beef Stick* recipe is beef, but the line also includes game, lamb, turkey, tripe and heart. Now available *Fish Stick* with salmon or with trout, both with omega 6 natural fatty acids and MSC certification. The brand ensures fish from sustainable fishing, respectful of the marine ecosystem.

In line with the most recent trends, Vitakraft offers *Beef Stick BIO*: 100% lamb from certified organic farms. For extra greedy dogs there is *XXL* version with extra meat. *Beef Stick Quadros* offers tasty meat bits with delicious extra ingredients such as cheese, liver and potatoes, while *Beef Stick Rustico* is the tasty version in chunks. The range also includes functional recipes such as *Low Fat*, *Hypoallergenic* and *Arthro Fit*, respectively suited for overweight and intolerant dogs or for dogs with articulation ailments.

Vitakraft is always in the vanguard of technology in the pet treat sector: the company launched on the market two new *Superfood* recipes. They contain ingredients with beneficial effect on the health of dogs: a recipe with peas (high-protein) and cranberry (antioxidant and cell-protector) and a recipe with delicious carrot (natural source of carotene) and chia seeds (omega 3 fatty acids for the health of skin and fur) filling.



SNACK 100% VEGETARIANI PER CANI E GATTI

Innovazione, gusto e sostenibilità: ecco le caratteristiche della nuova linea di snack 100% vegetariani per cani e gatti lanciata da Vitakraft a livello mondiale. Si chiamano *Vita Veggies* e sono una deliziosa alternativa agli snack di carne. La produzione è made in Germany e la ricetta, tutta naturale, contiene sane verdure senza aggiunta di zuccheri, cereali, coloranti artificiali, aromi ed esaltatori di sapidità. Una linea esclusiva che non solo aggiunge più varietà all'offerta di snack ma, essendo

priva di carne, contribuisce anche alla salvaguardia dell'ambiente.

Quattro sono i prodotti disponibili. Per i cani Vitakraft propone *Vita Veggies Stickies*, deliziosi stick di verdure in due varietà - *Patata dolce e Carote* o *Formaggio e Patate* - affumicati, come i famosi *Beef Stick*, su legno di faggio per un gusto irresistibile e un profumo appetitoso. Contengono preziose proteine del formaggio o sano carotene delle patate dolci e delle carote e sono già pretagliati per un facile porzionamento, ideali quindi come variante vegetariana da offrire a cani che fanno sport. *Vita Veggies Liquid* sono invece gli snack cremosi per gatti con gustosi pezzetti di verdure e preziosa taurina per supportare le funzioni cardiache e la vista. Senza conservanti, sono proposti in due varianti, *Formaggio e Pomodori* e *Carote e Barbabietola*. I *Vita Veggies Liquid* sono perfetti da offrire direttamente dalla mano spremendo il tubetto, da servire nella ciotola oppure come topping sopra l'alimento principale.

I test del Vitakraft panel sono ottimi: oltre l'80% dei possessori di pet è entusiasta di poter offrire al proprio animale un prodotto sano e naturale in linea con uno stile di vita più rispettoso dell'ambiente. L'appetibilità del prodotto è eccellente, con l'85% di gradimento da parte dei gatti e il 90% da parte dei cani.

Sappiamo bene che gli acquisti di prodotti senza carne sono in rapida crescita e che il trend vegetariano è in aumento grazie a tanti nuovi giovani consumatori con buona capacità di spesa. *Vita Veggies* è quindi la linea innovativa amica dell'ambiente dedicata a un target giovane. Un concetto di prodotto unico dal grande potenziale di vendita che conferma ancora una volta Vitakraft come marchio leader per varietà e innovazione nel segmento di snack per cani e gatti.



100% VEGETARIAN TREATS FOR CATS AND DOGS

Innovation, taste and sustainability: these are the features of the new line of 100% vegetarian treats for cats and dogs launched by Vitakraft worldwide. *Vita Veggies* are the delicious alternative to meat treats. They are made in Germany and the natural recipe contains healthy vegetables without added sugar, cereals, artificial colourants and flavourings. The exclusive range not only adds variety to the offer of your shop, but it also helps protect the environment since treats are free from meat.

The line includes four products. Two products for dogs: *Vita Veggies Stickies*, delicious vegetable sticks with *Sweet Potato & Carrot* or with *Cheese & Potato*. Just like famous *Beef Stick* by Vitakraft, they are smoked with beechwood to ensure irresistible flavour and delicious smell. They also contain precious cheese protein or healthy carotene from sweet potatoes and carrots. They are pre-cut for easy portioning; plus, they are the perfect vegetarian alternative for sporty dogs.

For cat owners there are *Vita Veggies Liquid*, creamy treats with tasty bites of vegetable and precious taurine (supporting heart and sight). They are free from preserving agents and come in two recipes: *Cheese and Tomatoes* or *Carrots and Beetroot*. *Vita Veggies Liquid* are perfect for hand feeding, or they can be poured in the bowl or as topping on the main meal.

The results of Vitakraft panel tests are excellent: over 80% of pet owners are happy to provide their pets with a healthy and natural product, in line with an eco-friendly lifestyle. The product's palatability is also excellent: 85% approval among cats and 90% among dogs.

We already know that sales of meatless products are growing fast and the vegetarian trend is increasing thanks to plenty of new young customers with a good budget.

Vita Veggies is the innovative line, eco-friendly and dedicated to a young target. The product concept is unique and ensures a great selling potential, which proves once again that Vitakraft is among the leading brands in terms of variety and innovation in the segment of treats for cats and dogs.

GIOCHI IN PLASTICA RICICLATA PER CANI E GATTI

Da anni la sostenibilità e la responsabilità ambientale sono per Vitakraft alla base di tutta la filosofia aziendale. Partendo da questo presupposto l'azienda ha lanciato la nuova linea di giochi per cani e gatti *Recyclesaurus*, realizzati con il 100% di plastica riciclata, giochi interattivi e da mordere con un design trendy che si rivolgono a consumatori rispettosi dell'ambiente.

La linea, in vendita in esclusiva nel canale pet shop, propone tante varianti adatte all'utilizzo sia interno che outdoor. I simpatici dinosauri, robusti e resistenti, sono realizzati con tessuto e morbida imbottitura in materiale Oxford Nylon di 100% PET riciclato e il materiale esterno è lavabile. I prodotti Vitakraft sono soggetti a rigorosi controlli di qualità lungo tutta la filiera produttiva per poter assicurare prodotti sicuri e di alta qualità. Per i giochi, in particolare, è stato sviluppato l'apposito marchio "Vitakraft Safety" a garanzia che rispondano non solo ai requisiti di sicurezza per gli animali ma anche agli elevati standard dei giochi per bambini.



RECYCLED-PLASTIC TOYS FOR CATS AND DOGS

Sustainability and environmental responsibility have been the fundamental pillar of Vitakraft philosophy for years. Starting from this belief, Vitakraft launched *Recyclesaurus*, the new line of toys for cats and dogs with 100% recycled plastic, interactive and chewable, with trendy design. The line is available in pet shops only and offers plenty of choice to play indoor and outdoor. Funny dinosaurs are strong, resistant and they are made of washable fabric and soft Oxford Nylon padding (100% recycled PET). Vitakraft toys undergo strict quality controls to ensure safe and high-quality products. "Vitakraft Safety" seal is the specific brand for toys: it ensures that they not only comply with animal safety standards, but also with elevated standards of child toys.

ving agents. The line reach a new target group, young and attentive to quality products.

LA NATURA IN GIARDINO

La crescente urbanizzazione, le dimensioni più piccole dei giardini, le monoculture e i pesticidi rendono la vita dei volatili liberi sempre più difficile. La gamma *Vita Garden* di Vitakraft si focalizza proprio su questo aspetto ed è calibrata sulle esigenze nutritive degli uccelli liberi da giardino: in autunno il cibo supplementare costituisce un'importante riserva per i mesi freddi che seguiranno mentre in primavera ed estate il cibo rappresenta



un importante apporto calorico per costruire i nidi, per la riproduzione e per allevare i piccoli. La linea si compone di alimenti specifici e bilanciati per uccelli liberi come tordi, bottacci, storni comuni, merli, cinciarelle, pettirossi e passeri montani. *Classic Mix* e *Protein Mix* sono le due gustose miscele con semi, cereali e frutta da offrire sulla mangiatoia o da spargere sul terreno, come anche i *Vita Garden Semi di girasole*. Completano la gamma le classiche *Palline di grasso*, disponibili nelle varianti con mela e uvetta o con insetti, ideali da appendere agli alberi e le 3 miscele di semi *Nature Selection*: bacche e semi, arachidi e semi di girasole.

NATURE IN THE GARDEN

Growing urbanization, smaller gardens, monoculture and pesticides make the life of wild birds increasingly hard. *Vita Garden* range by Vitakraft features specific and balanced food for the needs of wild birds. In autumn supplementary food is an important stock for cold months, while in spring and summer food is important to build nests, for mating and to grow new-born birds. The line offers food for free birds such as thrush, starling, blackbird, great tit, robin and mountain sparrow. *Classic Mix* and *Protein Mix* are the two tasty mix of seeds, cereals and fruit that can be spread on mangers or on the ground, just like *Vita Garden Sunflower Seeds*. Traditional *Lard Balls*, with apple and raisins or with insects, complete the range and can be hanged on trees. The three new seed mix *Nature Selection* contain berries and seeds, peanuts and sunflower seeds.

IL TOP DELLA QUALITÀ PER I PICCOLI RODITORI, IN ESCLUSIVA PER I PET SHOP

Emotion® di Vitakraft è un marchio storico tra i più competenti e innovativi del segmento roditori: un'ampia gamma dal grande potenziale, di alto livello e in esclusiva per il canale specializzato. L'innovativo *TriVita*®-Complex soddisfa tutti i requisiti di un'alimentazione specie-specifica per i roditori, sana e bilanciata, sviluppata da veterinari ed esperti del gruppo Vitakraft. La gamma propone miscele di altissima qualità con l'apporto di DHA (uno degli acidi grassi omega 3 più preziosi per la salute di cervello, cuore e del sistema immunitario), inulina (che favorisce la salute della

flora intestinale e una digestione ottimale) e amminoacidi per favorire tante funzioni fisiologiche. Dall'alimento principale ai kracker, il rivenditore può contare su un concetto professionale per il benessere dell'animale, senza l'aggiunta di coloranti e conservanti.

Emotion® *Beauty Selection* è una combinazione di gusto delizioso, sostanze nutritive e oli pregiati, per un pelo bello e lucente. *Emotion*® *Sensitive Selection*, senza cereali in chicchi, crusca o farina,



è ideale per conigli nani e porcellini d'India con sensibilità alimentari. A basso contenuto calorico, contiene il giusto mix di fibre grezze, deliziosi ortaggi, erbe nutritive e gustosa erba medica. *Emotion*® *Complete*, con ingredienti di massima qualità, contiene tutti i nutrienti essenziali e i minerali in un unico pellet, per prevenire le carenze dovute alla selezione del cibo da parte del roditore. Gli *Emotion*® *Kracker* sono alimenti complementari extraduri su un bastoncino di legno da sgranocchiare, cotti ben 3 volte, con tante vitamine, deliziosi pezzetti di frutta, ortaggi ed erbe aromatiche.



TOP QUALITY FOR SMALL RODENTS, IN EXCLUSIVE FOR PET SHOPS

Emotion® by Vitakraft is one of the most innovative and experienced brands in the rodent segment. The range features a high potential: broad, high-quality and dedicated to the specialist channel in exclusive. The innovative *TriVita*®-Complex meets all the nutritional needs of a specific diet for rodents, healthy and balanced, developed by Vitakraft veterinarians and experts. The range includes high-quality mix with DHA (one of the most precious omega 3 for the health of brain, heart and heart and immune system). Inulin ensures a healthy intestinal flora, while balanced quantities of amino acids support physiologic functionalities.

From main food to crackers, specialized shops can rely on a professional line, without colouring or preserving agents.

Emotion® *Beauty Selection* combines taste with excellent quantities of all the most important nourishing ingredients and fine oils for a healthy and shiny fur. *Emotion*® *Sensitive Selection* is cereal free and it is suited for sensitive pets, with low calories and the right mix of raw fibres, vegetables, nourishing herbs and alfalfa. *Emotion*® *Complete* contains the essential nourishing ingredients and minerals in just one pellet type, in order to avoid deficiencies related to food selection. *Emotion*® *Kracker* the extra-hard complementary food, is cooked three times around a wooden stick: this treat contains vitamins, delicious fruit bites, vegetables and chive.



OGNI SPAZIO DEL TUO NEGOZIO HA UN OBIETTIVO

di vendite, di redditività, di comunicazione...

LUCA SCRIMIERI

Le attività di visual merchandising all'interno del tuo punto vendita si sviluppano prendendo spunto da come la tua merce verrà classificata, cosa che trova una sua esplicitazione nel layout merceologico

La classificazione della merce nel tuo negozio è il modo con cui vuoi che il tuo cliente recepisca l'offerta e venga a contatto con i prodotti che gli proponi. L'ambito d'azione del visual merchandising riguarda le seguenti aree:

- **il layout delle attrezzature**, cioè l'organizzazione razionale del tuo spazio di vendita, la scelta e la disposizione delle attrezzature espositive che ha un impatto sulle modalità di circolazione dei tuoi clienti (quanti scaffali, quanti ripiani per scaffale, quante gondole, quante testate di gondola, quanti espositori liberi etc.);



- **il layout merceologico**, cioè la logica di raggruppamento delle famiglie merceologiche, volta a stimolare gli acquisti nel tuo negozio;
- **il display**, cioè come si sistemano i prodotti nelle varie aree dello spazio di vendita per favorirne la visibilità alla tua clientela;
- **l'assegnazione dello spazio alle singole referenze**, cioè le modalità per ottimizzare il rendimento del lineare espositivo.

Definito tutto ciò il visual merchandising interviene sullo spazio delle categorie merceologiche per incentivare i tuoi clienti a visitare l'intero punto vendita, attirando l'attenzione anche verso aree che potrebbero risultare più penalizzate.



Buone Feste!



Ma se ne avete fatte troppe...
c'è Exclusion Diet!



Festeggiare insieme è bellissimo, ma fate attenzione a ciò che mangiano i nostri amici a quattro zampe... purtroppo non tutto ciò che gli piace gli fa anche bene!

MONO È MEGLIO! Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula è una linea completa di alimenti dietetici con formulazione monoproteica, realizzata con fonti alternative di proteine, ingredienti innovativi, priva di glutine e preservata solo con tocoferoli naturali. Rappresenta la risposta nutrizionale a disposizione del Veterinario, differenziata per taglia e nella versione secco e umido, specifica per il trattamento delle patologie più comuni di cani e gatti.

Get Social
www.exclusion.it

Exclusion
Monoprotein Veterinary Diet Formula

Come vedremo, per far questo adotta i punti focali, i punti display e la comunicazione POP (point of purchase), ovverosia il materiale di supporto all'esposizione e alla vendita fornito spesso dai fornitori.

L'IMPORTANZA DEL LAYOUT

Un layout ben organizzato deve mettere in contatto il massimo numero dei tuoi prodotti con il massimo numero dei tuoi acquirenti.

Deve pertanto:

- facilitare la circolazione dei clienti nel punto vendita;
- consentire di sfruttare le attrezzature per presentare le offerte merceologiche;
- facilitare gli acquisti programmati (già decisi razionalmente dal cliente e pianificati);
- incentivare gli acquisti di impulso (non pianificati e legati più all'emozione che alla ragione);
- agevolare il flusso nelle aree promozionali;
- equilibrare gli spazi dedicati ai clienti e alla vendita;
- aiutare il personale di vendita;
- semplificare le attività di riassortimento;
- ottimizzare le vendite e i margini.

Disegnare ciò che in gergo viene definita "piastra di vendita" vuol dire progettare lo spazio che hai a disposizione. I tuoi clienti tendono a muoversi verso il centro del tuo punto vendita, girando in senso antiorario.

Volendo favorire questo flusso naturale sarebbe meglio collocare il punto di ingresso del tuo negozio sulla destra e organizzare così le aree in zone calde e fredde.

Le zone calde sono le aree che si sviluppano dall'ingresso e includono la corsia principale, il punto di passaggio di fronte ai banchi e i punti di ingresso ai vari settori merceologici. Vanno sfruttate per esporre i prodotti di cui si vuole stimolare la vendita.

Le zone fredde si trovano invece lontane dal flusso principale di traffico e quindi dovrebbero ospitare i prodotti che esercitano un'elevata attrazione perché programmati, alto-rotanti o di grande impatto promozionale.

Dovresti evitare vincoli, strettoie e zone cieche.

Ogni metro quadrato del tuo punto vendita deve garantire profittabilità, sia che venga esposto il prodotto sia che venga lasciato spazio libero.

Ovviamente la superficie complessiva non ha lo stesso peso in termini di fatturato in tutti i suoi punti, pertanto la tua abilità consiste proprio nell'equilibrare gli spazi tra accoglienza, soste, camminamenti e attese rispetto all'esposizione e alla vendita, creando magari aree a tema lungo i percorsi, in modo da rallentare opportunamente i movimenti e favorire la possibilità di acquisti aggiuntivi.

IL COEFFICIENTE DI OCCUPAZIONE DELLO SPAZIO (COS)

Una volta stabilita la destinazione delle varie aree del tuo negozio puoi determinare il Coefficiente di Occupazione dello Spazio (COS).



SUPER PREMIUM
WINNER PLUS[®]
PET FOOD

natural · nutrition · system



LINEA PROFESSIONAL PREMIUM

DAILY · DELICATE · OCEAN · ATHLETIC

In confezioni da **18Kg**

Via Italia 2, 00060 Capena (Roma)
+39 371 4680217

@winnerpluspetfood

WINNER PLUS Pet Food
www.winnerplus.eu

winnerplus.it/blog-winner-plus-pet-food-srl

Esso è dato dal seguente rapporto:

$$\text{COS} = \text{Metri lineari a terra} \times 100 / \text{Metri quadrati della superficie di vendita}$$

Più è alto tale coefficiente più lo spazio sarà denso.

I punti vendita che puntano più al servizio al cliente avranno COS bassi. Da questo deriva l'analisi dei metri lineari rispetto al numero di referenze gestibili. Tali numeri ti permettono di capire se aggiungere o togliere prodotti in esposizione in termini quantitativi e quali referenze in termini qualitativi.

Un buon esercizio sarebbe calcolare il numero di metri lineari dedicato a una categoria (ad esempio cibo umido per cani), calcolare il numero di referenze in quei metri lineari, il fatturato e la redditività. Da qui puoi simulare cosa succede se diminuisci alcune referenze e ne aumenti delle altre etc.

L'ESPOSIZIONE DEI PRODOTTI

Cosa metto a scaffale?

In genere i criteri espositivi si basano su bisogno e marca.

È buona norma rispettare a scaffale le quote di mercato dei vari marchi. In linea teorica se hai un marchio leader che detiene una quota di mercato del 50% ti aspetteresti di vedere grosso modo il 50% dei prodotti di quel marchio sul tuo scaffale e via dicendo.

Un'ottimale esposizione su un lineare dovrebbe considerare quindi i prodotti leader, i prodotti follower, i prodotti specializzati e i prodotti consigliati. Se ragioni per categorie, anziché i prodotti consigliati può esserti utile proporre prodotti complementari, ad esempio accanto alle crocchette per cani esporre degli accessori (ciotole) oppure accanto agli alimenti proteici degli accessori sportivi.

Se nel tuo negozio vendi anche prodotti a marchio privato (private label), dovrai riservare loro il giusto spazio rispetto ai marchi leader. Attenzione però: se dedichi uno spazio eccessivo al marchio privato a discapito dei marchi leader - o comunque più noti - le vendite complessive potrebbero risentirne.

Gli scaffali o le gondole si arricchiranno periodicamente anche di promozioni. Ad esse puoi dedicare uno spazio evidenziandole con opportuni supporti di comunicazione oppure puoi creare aree ed angoli promozionali. Anche in tal caso devi valutare attentamente la rotazione del prodotto. In prossimità dell'ingresso è utile collocare i reparti a maggior frequenza d'acquisto e rotazione in modo che il tuo cliente possa trovare subito i prodotti di cui necessita e si ponga anche in uno stato d'animo favorevole a proseguire la visita.

Il rispetto delle quote di mercato accennate nel paragrafo precedente va mediato con il margine medio delle categorie. Va controllata la redditività dei raggruppamenti merceologici con la corretta assegnazione degli spazi.

Il punto focale è una zona magnetica ad alto tasso di attrattività e comunicazione che cattura l'attenzione dei tuoi clienti





**LUCA
SCRIMIERI**

Si definisce un pubblicitario e si occupa di sviluppare brand.

Si nutre di marketing, di cinema, di sport, di libri e di pubblicità ovviamente.

Una laurea in Economia, due Master, varie specializzazioni.

Più di 25 anni di esperienza. Con un passato di product/brand manager e direttore marketing per grandi imprese italiane e internazionali, un passato prossimo in agenzie pubblicitarie e un presente come titolare di un'agenzia di comunicazione e marketing.

Per chi vuole saperne di più www.lucascrimieri.it, info@lucascrimieri.it

È importante non concedere troppo spazio a una categoria, ma neanche troppo poco.

Al di sotto di un certo quantitativo di metri lineari le vendite possono essere penalizzate per cui devi trovare un livello ottimale di esposizione al di sopra del quale le vendite aumenterebbero meno velocemente, tanto da scoraggiare incrementi ulteriori di spazio.

Devi considerare un po' di elementi per avere un layout merceologico efficiente, tra cui:

- dati storici del tuo punto vendita, suddivisi per categorie e metri lineari (fatturato, redditività, rotazione);
- aspettative di mercato;
- confronto con la concorrenza;
- conoscenza del comportamento d'acquisto della tua clientela all'interno del punto vendita;
- calendari promozionali.

I RIPIANI: LA SOGLIA MINIMA DI VISIBILITÀ

20-30 centimetri lineari rappresentano la soglia minima di visibilità.

Riservare ai prodotti meno superficie lineare è praticamente inutile. Le referenze potrebbero anche non essere notate.

Il rituale della vendita prevede tempi ridotti e salvo rare eccezioni tutto avviene in piedi, sviluppando pertanto una visione verticale, ad altezza uomo.

A seconda del numero dei ripiani di cui è composto lo scaffale devi sempre considerare che i ripiani "ad altezza vista occhi" (intorno a 1,60-1,70 m) e quelli "a presa mano" (più giù, tra 1,20 e 1,50 m) sono sempre i migliori per le vendite.

PUNTO FOCALE E DISPLAY

Il punto focale è una zona magnete ad alto tasso di attrattività e comunicazione che cattura l'attenzione dei tuoi clienti, generalmente ubicato in un'area o percorso ad alto traffico.

In altre parole un punto visibile, impossibile da non notare.

Non è importante la scelta del "magnete" (un oggetto, un'immagine, una macchia di colore...) quanto piuttosto la sua capacità di distogliere l'attenzione del tuo cliente da ciò che sta facendo e portarlo verso altre direzioni, come se fosse una vera e propria insegna interna.

Il punto display attrae anch'esso l'attenzione del tuo acquirente stimolandolo a entrare in una specifica area di vendita. È uno spazio che devi gestire come una vetrina, accanto al raggruppamento merceologico, per segnalare la presenza dei prodotti.

Tra punti focali e punti display vi è un rapporto molto stretto: i primi attraggono da lontano il cliente nel reparto dove poi troveranno esposti i prodotti presentati nel display.

CONCLUSIONI

Il criterio che deve muovere l'organizzazione degli spazi del tuo negozio è che "ogni spazio ha un obiettivo".

Di vendite, di redditività, di comunicazione.

Tenendo presente questi criteri e provando nel tempo varie soluzioni puoi arrivare a creare nel tuo punto vendita l'esposizione ottimale, che fundamentalmente è il compito principale del visual merchandising.



A LEZIONE DAI MIGLIORI PROFILER DELL'FBI

per aumentare le tue vendite

NICOLA BENINCASA

In questo articolo analizzeremo quanto vendita e profiling siano collegati e perché prima di iniziare a vendere dovresti avere un fascicolo con il profilo di ogni tuo cliente. Vediamo insieme come

Una delle serie Netflix di maggior successo degli ultimi anni è stata senza dubbio “Mindhunter”. Protagonisti due detective dell’FBI che a fine anni ’60 hanno dato il via a quello che oggi è conosciuto come PROFILING, tecnica con cui si cerca di creare un profilo “psicografico” del serial killer provando sostanzialmente ad entrargli in testa per capire come si muove.

In negozio non hai ovviamente bisogno di dare la caccia ad alcun serial killer. Eppure questa tecnica è diventata fondamentale anche nel marketing e nella vendita.

Di che cosa si tratta?

Semplice: fare una corretta analisi psicografica del tuo cliente ti permetterà di capire quali siano le leve con cui il nostro prospect prende le decisioni di acquisto.

Sostanzialmente devi “aprire” la testa del cliente, capire come ragiona, inserirti nel suo dialogo mentale e vendergli i tuoi prodotti e servizi.

Sembra complicato ma in realtà, seguendo la giusta procedura, il compito è più facile di quanto tu possa pensare. E soprattutto alla portata di tutti.

Bene. Iniziamo.

NON ESISTE UN SOLO CLIENTE, ESISTONO CLIENTI DIVERSI CON PROBLEMI/BISOGNI DIFFERENTI

Esatto, hai letto bene.

Non esiste il cliente “tout court”, esistono clienti diversi che vanno segmentati.

Devi “aprire” la testa del cliente, capire come ragiona, inserirti nel suo dialogo mentale e vendergli i tuoi prodotti e servizi



All you feed
is love

HAPPY CAT
All you feed is love

Linea Sensitive

Scopri la gamma sviluppata per gatti
con esigenze speciali

Adatta anche per intolleranze alimentari



Tecniche di Vendita

Hai a disposizione due tipologie di frazionamento: per capacità di acquisto e per tipologia.

Per capacità di acquisto significa suddividere i clienti in 4 grandi categorie:

- clienti. Ovvero chi compra abitualmente da te;
- prospect. Ovvero persone che sanno chi sei ma non hanno ancora mai acquistato da te;
- ex clienti. Ovvero persone che non vedi in negozio da un po' di tempo;
- referral. Ovvero clienti che arrivano dal passaparola.

Cosa fare? Prima di tutto segmenta la tua lista clienti in queste 4 categorie.



Poi dividi ulteriormente per tipologia o categoria di acquisto.

Nel caso del tuo negozio di animali assomiglierà a qualcosa di questo tipo:

- possessori di cani;
 - possessori di gatti;
 - possessori di roditori;
- e così via.

In questo modo potrai davvero fare campagne personalizzate per tipologia.



E questo è il primo passo.

Facciamo ora il secondo: costruiamo insieme l'avatar del tuo cliente ideale.

CHE COS'È L'AVATAR DEL TUO CLIENTE IDEALE

Hai presente il film "Avatar" di James Cameron?

L'avatar altro che non è la nostra versione digitale. Una sorta di ologramma.

Ecco. Immagina ora di creare l'ologramma del tuo cliente ideale.

Perché è così importante? Perché per vendere di più devi assolutamente entrare nel suo dialogo mentale. Cosa significa entrare nel suo dialogo mentale? È abbastanza semplice.

Facciamo un esempio.

Compra questo prodotto perché è buono. Significa essere dalla parte del prodotto e non del cliente.



Dire invece: *vuoi che il tuo gatto abbia un pelo sempre più lucido e morbido? Compra questo prodotto.*

Questo è entrare nel dialogo mentale del cliente.

È fondamentale per la vendita perché ti permette di avere una mappa dettagliata di quello che lui vuole sentirsi dire. E avere queste informazioni significa apparecchiare la vendita in modo efficace.

Come si fa allora il prospecting del tuo cliente? Ecco le istruzioni.

RISPONDI A QUESTE DOMANDE PER COSTRUIRE L'AVATAR DEL TUO CLIENTE IDEALE

Creare il tuo modello è davvero facile: rispondi a queste domande e avrai la mappa esatta di cosa ha in testa il tuo cliente.

Partiamo dalla parte demografica:

- 1) Dagli un nome (maschio o femmina, a seconda di quanti clienti hai in maggioranza dello stesso sesso).
- 2) Dove vive?
- 3) È sposato, ha figli?
- 4) Che lavoro fa?



**NICOLA
BENINCASA**

Nicola Benincasa è consulente di vendita e creatore di Turbo Business, agenzia toscana di marketing diretto. Ha pubblicato il suo primo libro "Piccole Imprese, Grandi Fatturati" nel 2018 ed è docente di Tecniche di Vendita per Concommercio. www.turbobusiness.it

Non esiste il cliente "tout court", esistono clienti diversi che vanno segmentati



Parte psicografica:

- 1) Quali sono i suoi obiettivi nel vostro rapporto?
- 2) Quali sono i problemi che lui ha e che tu puoi risolvere?
- 3) Quali sono le obiezioni che lui ti fa prima di un acquisto?
- 4) Cosa pensa il tuo cliente rispetto al tuo prodotto o servizio?
- 5) Che cosa crede riguardo al mercato in cui operi?
- 6) Che cosa pensa riguardo ai tuoi concorrenti?

Inizia a rispondere a queste 10 domande e cerca di capire i motivi per cui dovrebbe scegliere te piuttosto che la concorrenza.

CONCLUSIONI

Parti da questa analisi e crea il modello del tuo cliente ideale.

Poi analizza i dati come farebbe un vero profiler dell'FBI e inizia a parlare con i tuoi clienti come loro desiderano che tu faccia.

Subito dopo, crea offerte personalizzate.

Ora è il momento giusto per vendere!

Alle tue Vendite.



BUSINESS SCALABILE:

bufala o verità?

ASSUNTA INCARNATO

Sembra quasi una ricetta magica per fare soldi e avere successo, il vero segreto custodito gelosamente da formatori - anzi, imprenditori più o meno seriali - disposti a rivelartelo solo in cambio di migliaia di euro

Negli ultimi anni si sente parlare sempre più spesso di “business scalabile”. È una bufala o l'inconfessato segreto di Fatima? Come stanno davvero le cose? È davvero una strategia così innovativa? Ovviamente no.

Il principio di scalabilità non è niente di innovativo, ma qualcosa di conosciuto da tempo e applicato con successo dai migliori imprenditori.

Ma... ti hanno raccontato tutto ciò che c'è da sapere?

In questo articolo ti spiegherò esattamente cos'è un business scalabile, i motivi per i quali spesso

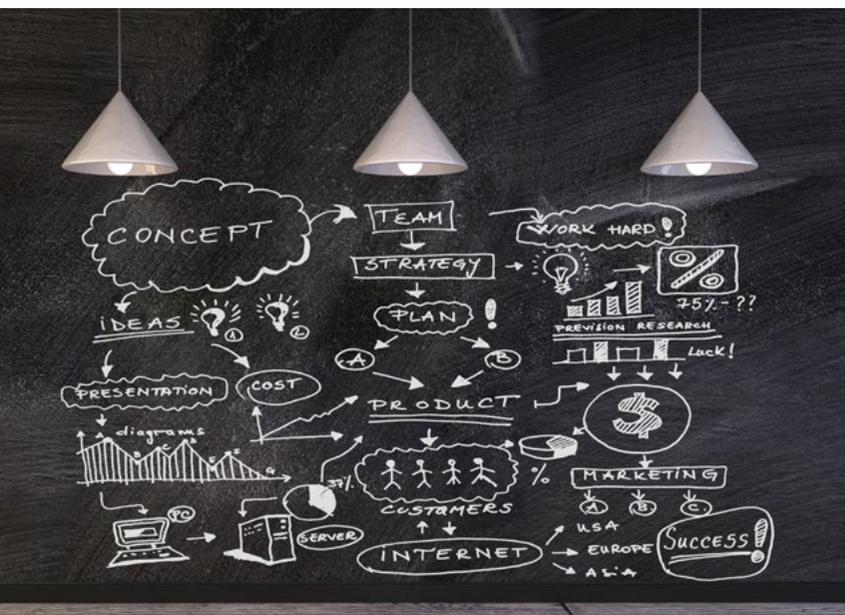
non sembra funzionare e, soprattutto, le strategie più efficaci per implementarne uno.

BUSINESS SCALABILE: DI COSA SI TRATTA?

Chiarisco subito che un business è scalabile se è in grado di crescere in modo esponenziale senza limitazioni date dalle risorse necessarie a sostenerlo.

Ti sembrerà complicato, ma in realtà non lo è...

Se per esempio sei un toelettatore, lavori da solo e puoi prendere

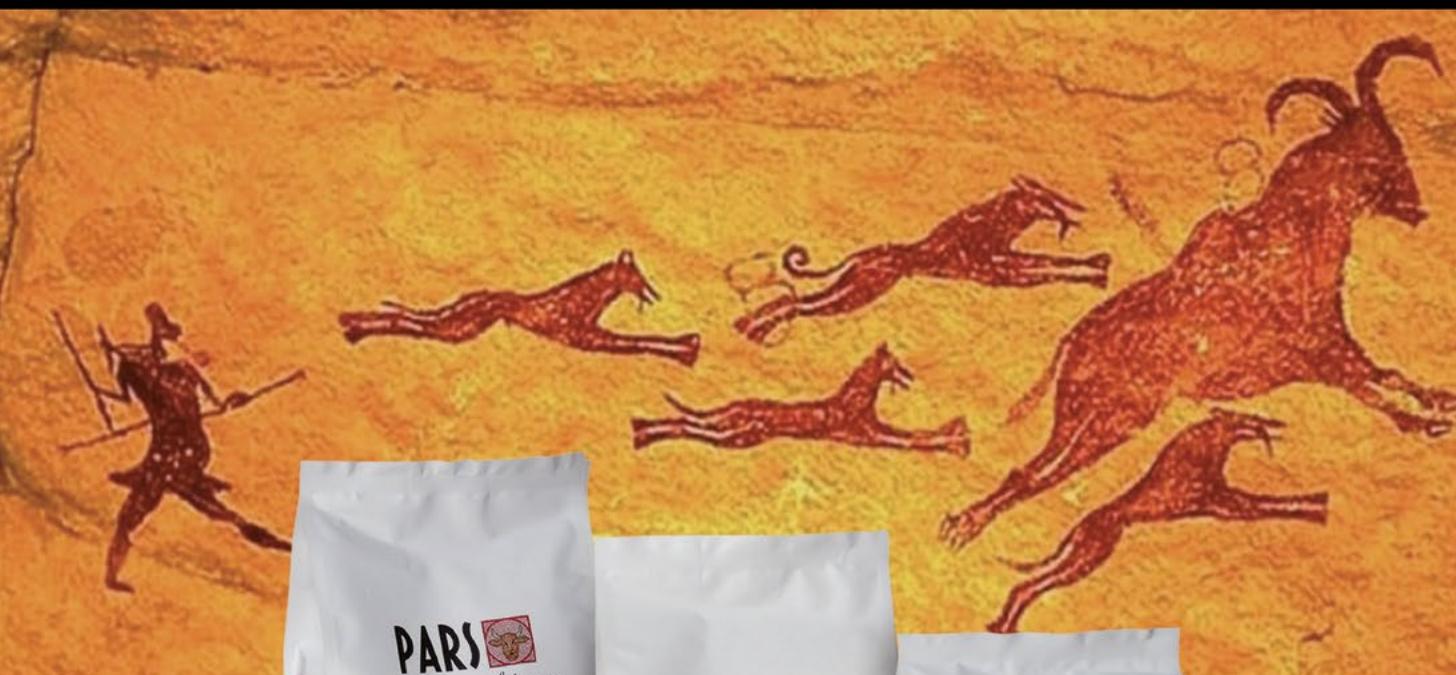


PARS



*Alimenti completi per Cani
da preda intera*

RITORNO ALLE ORIGINI



Gli animali che vivono in compagnia dell'uomo, sin dalle origini, hanno bisogni nutrizionali definiti da Madre Natura attraverso il lungo cammino dell'evoluzione. PARS ricostruisce quello che potrebbero normalmente procurarsi in natura.

www.dietapars.it - seguici su  - info@dietapars.it

solo sette appuntamenti in una giornata, cosa succederebbe se tu ricevesti improvvisamente il doppio delle richieste?

Non potresti soddisfarle tutte.

In questo caso, la crescita della tua attività è limitata dalla tua disponibilità di tempo e dalla tua struttura aziendale. La tua impresa, così com'è, non potrà mai crescere al di sopra del numero di clienti di cui ti puoi occupare.

Rendere il business scalabile significa, quindi, aumentare il tuo fatturato - e quindi i tuoi margini di guadagno - indipendentemente dal numero di clienti che servi ogni giorno.

Sembra una cosa impossibile da realizzare, ma in realtà non lo è di per sé: rendere un business scalabile non è niente di complicato.

Da dove cominciare?

Innanzitutto devi rimuovere alcune limitazioni che soffocano la crescita del tuo business.

Un business è scalabile se è in grado di crescere in modo esponenziale senza limitazioni date dalle risorse necessarie a sostenerlo

1. Limiti legati al tempo

Gran parte delle PMI italiane è costituita da artigiani, piccoli imprenditori, liberi professionisti, che si occupano in prima persona della propria impresa.

Facendo ciò, sono più dipendenti della loro stessa azienda che imprenditori.

Chiaramente non c'è nulla di male nel volersi occupare in prima persona del proprio prodotto o servizio, ma fino a quando il valore di ciò che offri sarà direttamente correlato al tempo che trascorri in azienda/negozi, il tuo business potrà crescere solo fino ad un certo punto.

2. Limiti legati allo "spazio"

Se hai un'attività geolocalizzata, uno dei limiti che possono frenarne la crescita è proprio il numero di clienti che puoi trovare nel tuo bacino di utenza.

Se sei proprietario di un pet shop, bravissimo nel tuo lavoro ma la tua attività si trova in un piccolo paesino di montagna... beh, una volta che tutti i proprietari pet del paese sono diventati tuoi clienti, non puoi aspettarti di acquisirne di nuovi facilmente.

3. Limiti legati al tuo sistema di offerta

Il limite della crescita della tua attività potrebbe nascondersi proprio in ciò che offri.

Se, ad esempio, il tuo sistema di offerta prevede servizi personalizzati su misura del cliente, così com'è questa tipologia di business non potrà soddisfare le richieste che eccedono la capacità aziendale.

Quindi...

Puoi rendere scalabile un business solo quando l'idea imprenditoriale è testata e funziona.

E INVECE, COSA SUCCEDE?

Quello che succede in realtà è che l'idea del business scalabile viene venduta come se fosse la ricetta magica per



NOVITÀ

ADVANCE
VETERINARY DIETS

DIETE UMIDE

SCOPRI LE NUOVE DIETE UMIDE ADVANCE VETERINARY DIETS

RISULTATI REALI E GUSTO, LA COMBINAZIONE PERFETTA



25 anni di esperienza
nella ricerca per ottenere le
migliori soluzioni veterinarie.

GUSTO ECCELLENTE

Senza conservanti
o coloranti

Scopri di più su www.advance-affinity.com/it

e sui nostri canali   

fare soldi facili, anche se c'è la crisi, anche se hai pochi clienti, anche se non hai niente di concreto da vendere.

Niente di più sbagliato.

Rendere un business scalabile è una strategia di sviluppo per imprese che già funzionano.

COME RENDERE UN BUSINESS SCALABILE: UN CASO CONCRETO

Il presupposto affinché il processo di scalabilità abbia successo è che tu abbia un'attività che funzioni.

Quindi ho deciso di presentarti il caso ipotetico di Antonio, un toelettatore che ha già il suo salone, un buon flusso di clienti ed è apprezzato per il suo lavoro.

La sua agenda si riempie velocemente, spesso deve fare più cose contemporaneamente, ed è talmente sepolto dalle richieste che deve purtroppo rifiutare gli appuntamenti.

Ecco alcune strategie che suggerirei ad Antonio e che lo aiuterebbero ad avere una vita più tranquilla senza pregiudicare i risultati del salone.

Innanzitutto, essendo da solo, gli consiglierei di cominciare a organizzare un buon team di lavoro che si occupi delle mansioni a più basso valore aggiunto e che si prestano maggiormente ad essere delegate con una semplice procedura.

Dovrebbe iniziare a cercare e selezionare con cura del personale che si occupi dell'accoglienza clienti, dello shampoo, dei trattamenti, dell'asciugatura...

E anche di organizzare i documenti amministrativi e contabili e portarli dal commercialista.

Dove possibile, dovrebbe automatizzare al massimo queste procedure.

Esistono in commercio delle App che permettono ai clienti di prenotare in autonomia un appuntamento presso il salone, senza che necessariamente qualcuno risponda al telefono.

Per ognuno di questi processi Antonio dovrebbe definire una procedura precisa e definita, in modo da semplificare il lavoro del suo team e ridurre notevolmente le possibilità di errore.

Organizzato tutto questo, cosa farà tutto il giorno Antonio?
Supervisionerà che il tutto funzioni a dovere.



Un'altra strategia percorribile da Antonio potrebbe essere quella di specializzarsi in un ambito specifico, diventando un esperto riconosciuto da una determinata nicchia. Ad esempio, quanti toelettatori sanno davvero come trattare un manto particolarmente rovinato, secco e come valorizzarlo con i prodotti e i tagli giusti?

Antonio potrebbe poi creare una propria linea personalizzata di prodotti, che costino meno di quelli delle marche professionali blasonate, e garantirsi così un margine di guadagno più alto.

E se dopo un po' di tempo Antonio dovesse notare che, messe in atto



tutte queste strategie suggerite, ha di nuovo il salone pieno, potrebbe essere una buona idea quella di aprire un altro salone in un quartiere diverso, o nella città vicina.

In un secondo tempo potrebbe poi valutare l'idea di inaugurare un franchising, cioè vendere la sua metodologia di lavoro, ormai testata e perfezionata, ad altri toelettatori che potrebbero aprire un proprio negozio sotto la sua insegna.

CONCLUSIONI

Insomma... questi sono solo alcuni suggerimenti da NON replicare senza un'attenta analisi del tuo business, dei tuoi punti di forza e di debolezza, e da testare e implementare comunque con estrema cautela.

Perché non esiste una ricetta magica per rendere un business scalabile, uguale per tutti. Ma ci sono comunque strategie che possono essere pensate, testate e applicate al tuo caso specifico, tenendo conto dei tuoi obiettivi, del tuo settore, della tua clientela ideale, della concorrenza che devi affrontare e della struttura organizzativa della tua attività.

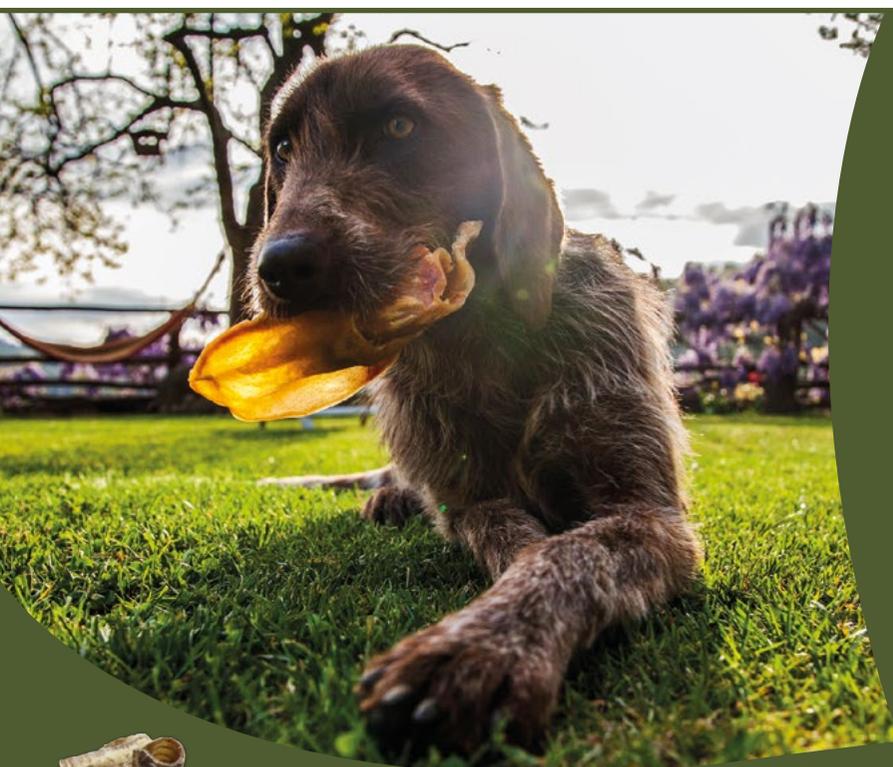
Si tratta di un vestito dalla magnifica fattura, tagliato su misura... non un prodotto di dubbia qualità fabbricato in serie!

Buon lavoro.



**ASSUNTA
INCARNATO**

(ex) Dottore Commercialista, blogger, articolista, consulente specializzata in Strategia Aziendale. Nella sua pluriennale esperienza professionale ha collaborato con numerosi studi e ha supportato moltissime imprese, di tutte le dimensioni. Sul suo blog pubblica settimanalmente articoli, risorse e strategie per imprenditori che vogliono gestire meglio la propria azienda e ottenere risultati misurabili. Scrive di Strategia Aziendale per riviste di settore, ha recentemente pubblicato il suo libro *"Il bilancio confessa!"*.
www.incarnato.consulting



FASSON FOOD

SNACK NATURALI PER CANI

IL TUO SNACK MASTICATIVO
SANO, NATURALE E MADE IN ITALY.

BARF, CHE BUONO!

VISITA IL NOSTRO SHOP



WWW.FASSONFOOD.IT





ESPANDI IL TUO BUSINESS

ottimizzando il tuo eCommerce

FRANCESCO CARUCCIO

Ti spiego come concretamente si fa eCommerce, quali sono le difficoltà tipiche del settore - così come i vantaggi - quali sono i modelli di business e molto altro ancora...

Nonostante (o forse proprio a causa di) tutte le informazioni che abbiamo a disposizione grazie ad internet, una delle domande oggi più frequenti è: *Ma che cosa è un eCommerce e cosa significa fare eCommerce?* Dunque questo mese parliamo un po' più ad alto livello di eCommerce.

COS'È UN ECOMMERCE

Il dizionario di Oxford dà questa definizione: "commercial transactions conducted electronically on the Internet".

Ovvero: transazioni commerciali effettuate elettronicamente su Internet.

Trovo questa definizione molto formale, abbottonata e anche poco comprensibile nella realtà. Vorrei dare la mia. Per me eCommerce significa: *Acquistare un prodotto o un servizio su internet, effettuando una transazione online che non avviene necessariamente con sistemi di pagamento elettronico, né in modo autonomo, ma che può prevedere un pagamento offline e addirittura una persona che aggiunge per te i prodotti nel carrello.*



IDC® POWERHARNES

JULIUS-K9®

Pettorina dall'ottima vestibilità con design specifico per ogni taglia, semplice da indossare. Con resistente maniglia sul dorso e dettagli catarifrangenti. Materiali resistenti ma leggeri, certificati OEKO-TEX®, made in Europe.



**SCOPRI SUL NOSTRO SITO
TUTTI I PRODOTTI JULIUS-K9®**



• Distributore esclusivo •

La definizione di eCommerce, nella mia esperienza, si è allargata e implica molti aspetti in più della definizione originale.

Parlo di acquistare un prodotto o un servizio che trovi su Internet. Questo è il primo passaggio. Un tempo solo i prodotti fisici venivano venduti sul web.

Poi sono arrivati i prodotti digitali. Ad esempio i corsi, gli ebook.

Ora è possibile vendere anche i servizi. Addirittura, servizi complessi, oppure costosi.

In secondo luogo, sì, la transazione avviene online. Ma non avviene per forza grazie al pagamento con carta di credito o altri strumenti elettronici.

Il bonifico, ad esempio.

Quindi una transazione che non avviene durante l'acquisto sul sito ma una promessa di acquisto, in realtà.

Il cliente, idealmente, mette i prodotti nel carrello, inserisce i suoi dati di spedizione, seleziona "Voglio pagare con bonifico bancario" e poi clicca su "Effettua ordine".

Ma non ha, concretamente, ancora pagato nulla.

Mentre invece quando paghi con la carta di credito, ad esempio, i soldi vengono subito scalati dal tuo conto.

Tutto questo non è mai stato molto "elettronico", in quanto solo la parte in cui il cliente visita il sito e aggiunge i prodotti è effettivamente elettronica, o forse sarebbe meglio dire, digitale.

Il processo è manuale.

Fare eCommerce, ovviamente, ha lati positivi e negativi ma ha dei punti di forza notevoli

Se questo è considerato eCommerce, allora dobbiamo considerare allo stesso modo anche altre modalità che sempre più stanno prendendo piede e che "nascono e vivono" in un modo molto simile.

ASSISTENZA CLIENTI E PAGAMENTI OFFLINE

I primi siti eCommerce stanno cominciando a offrire un'assistenza clienti che va ben oltre il semplice aiuto quando ci sono problemi cosiddetti tecnici.

Per questo ho parlato, nella mia definizione di eCommerce, di ordini e acquisti conclusi in modo non autonomo.

Immagina questo scenario.

Sei un cliente, navighi il sito. Vedi una serie di prodotti dal catalogo che potrebbero interessarti. Sei al telefono con l'assistenza clienti, che ti aiuta a fare l'ordine, perché trovi difficile utilizzare il sito, ad esempio. Dici "questo prodotto mi interessa... ne vorrei acquistare uno". Poi ne vedi un altro. "Anche questo, ne prendo due, uno per me e uno per un amico". E così via. Dall'altra parte del telefono c'è una persona che ti aiuta, nel senso che aggiunge i prodotti al carrello al posto tuo. E nel frattempo, risponde alle tue domande sui prodotti, risolve i tuoi dubbi.

Alla fine, mette tutto nel carrello e ti manda un semplice link. E tu non dovrai fare altro che cliccare e inserire i dati per pagare.

Molto più semplice, vero?

Soprattutto la parte in cui ti aiuta a risolvere i dubbi sui prodotti, cosa che normalmente non faresti da solo.

Le persone hanno bisogno di essere seguite. Questo modo di vendere online è molto simile alla vendita in negozio. Vedi un prodotto, hai un dubbio, chiedi ai commessi. Ne vedi un altro, hai un altro dubbio, chiedi.

Anche questo è un modo di comprare online. Aiutato, facilitato.

Alla fine magari paghi anche con la carta di credito, quindi la transazione elettronica effettivamente c'è.

Perché non dovrebbe trattarsi di eCommerce anche in questo caso?



IL FUTURO È ADESSO

LA GRANDE NOVITÀ PER IL TUO NEGOZIO



mongee[®]
Gift



GLI SNACK FUNZIONALI CON SUPERFOOD

OFFRI AI TUOI CLIENTI TUTTA LA GAMMA
32 REFERENZE PER CANE E 20 PER GATTO



NO CRUELTY TEST

MONGEE
La famiglia italiana del pet food

GREENCOMPANY



poco utilizzate (e mi riferisco soprattutto all'assistenza clienti di questo tipo), ma sono la strada per fare la differenza.

Soprattutto adesso. Sai perché?

Primo: non lo fa ancora quasi nessuno perché questa modalità non ha ancora preso piede. Ma dai il tempo di capire che in questo modo, seppur con maggiore "sforzo", si vende di più, e vedrai che presto lo adotteranno in molti.

Alcuni invece, non lo adotteranno mai. Amazon, secondo me, non avrà mai la possibilità di seguire in questo modo i clienti. Ci vorrebbero troppe persone, con i numeri che fa. Ma mai dire mai, chissà...

Ed è qui che volevo arrivare.

Perché l'eCommerce, ancora oggi, viene immaginato e pensato come una cosa completamente automatica.

Ma non è così.

Il problema deriva prima di tutto dai tecnici, da coloro che hanno inventato la tecnologia eCommerce e che tutt'oggi la portano avanti.

Vendono l'idea che l'eCommerce sia un sito dove le persone comprano in modo automatico e dove devi impegnarti meno rispetto al negozio tradizionale.

No. Mi spiace.

Ancora oggi tanti credono che sia così: fanno eCommerce perché non hanno tempo per rispondere ai clienti, non hanno personale da dedicare, perché così devono spendere meno rispetto a un negozio fisico.

Poi si scontrano con la realtà e scoprono che non sempre è possibile automatizzare. Oppure che a volte è possibile, ma che la parte totalmente automatica è una piccola parte del fatturato totale che potrebbero generare e che il sito e il marketing su Facebook e Google sono solo le basi del progetto, non il progetto intero.

VANTAGGI E SVANTAGGI DELL'ECOMMERCE

Fare eCommerce, ovviamente, ha lati positivi e negativi ma ha dei punti di forza notevoli.

Naturalmente, quando parliamo di vantaggi e svantaggi, è sempre "eCommerce contro negozio fisico o attività offline".

Quindi non sto dicendo che devi fare per forza l'uno o l'altro. Non dico che si escludano, anzi.

- Vantaggi nel fare eCommerce:

- **Molti più clienti.** Banalmente, passi dall'essere una realtà locale che vende localmente a una realtà (anche locale) ma che vende globalmente. Un negozio vende nel raggio di qualche chilometro. Un eCommerce può vendere anche all'esterno, fino a migliaia di chilometri.
- **Alcuni costi di gestione più bassi.** Non hai l'affitto del negozio, al massimo quello del magazzino. Non devi avere necessariamente un locale extra come sede fisica.

Per me lo è, a tutti gli effetti.

E poi parlo di pagamenti offline. Perché una persona può fare entrambe le cose: essere aiutato e pagare con un bonifico, ad esempio, oppure con il pagamento in contanti alla consegna.

Perché non dovrebbe essere considerato eCommerce?

Si tratta sempre di eCommerce. Anzi, forse è ciò che diventeranno molti eCommerce in futuro.

Ad oggi queste modalità sono



enjoy life with



cuccia **Bungalow**



ama il tuo migliore amico



- base estraibile con ruote, per una pulizia più comoda e rapida
- tetto regolabile in due posizioni per una migliore aerazione

www.bamagroup.com 100% PRODOTTI ITALIANI

Sei un privato? Scrivi a consumatori@bamagroup.com - Sei un'azienda? Scrivi a commerciale@bamagroup.com

- **Scalabilità.** La scalabilità per certi aspetti è più semplice. Non che un'attività fisica non possa essere replicata e "scalata", aprendo nuovi punti vendita. Ma l'eCommerce ha un impatto minore sui tempi e i costi per "aprire nuovi paesi", ad esempio.

- Svantaggi nel fare eCommerce:

- **Costi di marketing più alti.** Sì, è facile "aprire un paese nuovo" a livello tecnico. Ma i costi per attrarre nuovi clienti sono decisamente più alti. Non sei in strada dove i clienti semplicemente passano. Devi andarteli a cercare. E costa.
- **Diffidenza.** Questo è un aspetto cruciale, uno degli aspetti che più fa aumentare gli investimenti in marketing. Nel negozio la diffidenza è molto, molto più bassa. L'eCommerce soffre di diffidenza iniziale altissima, in qualsiasi settore e categoria merceologica.
- **Alcuni costi di gestione più alti.** Ad esempio il numero di resi, per quanto non sia necessariamente alto (alcuni settori soffrono più di altri questo aspetto), è sicuramente più alto rispetto al negozio fisico.

MODELLI DI BUSINESS

Ecco ora una breve panoramica dei modelli che potresti adottare facendo eCommerce.

1) **B2C - Business to Consumer.** Questo è quello più diffuso tra le PMI, e non solo. Si tratta di vendere a consumatori finali, direttamente. Quando compri come privato cittadino su Amazon, ad esempio, stai comprando come B2C.

Questo è il modello più diffuso poiché risponde a una semplice domanda: "Cosa vogliono acquistare le persone?". Se hai un prodotto che le persone desiderano, eccoti servito il B2C.

2) **B2B - Business to Business.** Complementare al precedente, è l'altra faccia della medaglia. Aziende che vendono non ai privati ma ad altre aziende. Quindi parliamo di prodotti (e io aggiungo, di servizi) che le aziende desiderano. Quando compri per la tua attività materiale d'ufficio, per esempio, stai comprando con un modello B2B.

3) **C2B - Customer to Business.** L'esempio tipico è quando le persone si candidano come dipendenti. L'azienda "domanda" dei nuovi impiegati e le persone "vendono" la loro professionalità.

4) **C2C - Customer to Customer.** In questo mondo, chiamato "marketplace", le persone, i privati cittadini, vendono ad altre persone. Il leader di categoria è stato per lungo tempo eBay e probabilmente lo è ancora oggi, in Occidente, perché è stato il primo a lanciare questo modello.

MODALITÀ DI VENDITA

Questa parte è estremamente importante. Perché non se ne parla mai abbastanza e non lo si ricorda mai troppo: esistono diverse modalità di vendita, alcune copiate dai modelli tradizionali dei negozi fisici.



Mi riferisco al modello che oggi sembra andare forte (ma non è vero, in realtà): il dropshipping.

Si tratta di una modalità di vendita che sembra, sulla carta, fantastica. Che consiste nel vendere prodotti che altri hanno in magazzino.

In pratica qualcuno produce, qualcuno (che potrebbe essere lo stesso soggetto) tiene in magazzino i prodotti e tu, che sei il commerciante, compri quei prodotti per venderli.

La differenza con il negozio fisico è che non devi comprarli prima, ma li puoi comprare sul momento. Quando un cliente fa un nuovo



ordine sul tuo sito e ti paga, tu puoi dire al fornitore del prodotto:

“Spediscilo a XX, in via tal dei tali, a Milano”.

Se non vendi al cliente finale, dunque, non devi nemmeno comprare.

Non devi fare scorte.

Fantastico! Così i costi fissi di magazzino li subisce qualcun altro e tu spedisci solo ciò che effettivamente vendi.

Sembra bellissimo.

In realtà in pochi (rarissimi casi) funziona e nella maggior parte dei casi invece no.

Dropshipping, vorrei ti entrasse nella mente, significa “ragazzini che giocano a fare eCommerce, a fare un po’ di fatturato, con margini

tendenzialmente bassi o quasi inesistenti. Nessuna grande azienda si basa sul dropshipping”.

Ripeto: nessuna grande azienda si basa sul dropshipping.

Ricordalo.

Se fai una ricerca su Google e controlli quali siano le big company che vendono prodotti in dropshipping verranno fuori... i fornitori!

Coloro che producono e che hanno in magazzino i prodotti, sono ricchi, mentre chi pensa di arricchirsi rivendendo i loro prodotti è povero.

Non esistono aziende rilevanti sul mercato globale che rivendono prodotti altrui.

Essere rivenditori funziona esclusivamente quando sei un negozio fisico. Online, no.

IN CONCLUSIONE

Il canale eCommerce è un canale:

- che ti permette di espandere il tuo business fisico, se già ne hai uno;
- che ha grandi potenzialità ma anche punti di debolezza;
- che non è un sistema perfetto;
- che richiede impegno, non si può fare nel tempo libero;
- che sta diventando sempre più concorrenziale.

Dunque, cerca di trovare la tua nicchia di vendita.

È fondamentale per non annegare nel mare magnum che è Internet oggi.



**FRANCESCO
CARUCCIO**

Blu Frank è il fondatore della prima agenzia italiana di eCommerce a Risposta Diretta, il sistema per fare eCommerce con risultato garantito dove l'imprenditore non è l'unico a rischiare, ma è l'agenzia ad assumersi parte del rischio. Un eCommerce a risposta diretta è dedicato a quegli imprenditori che desiderano slegarsi da tecnici che li tengono in ostaggio, che si sentono con le mani legate e che desiderano investire per generare vendite e non per mantenere con i propri denari i reparti di sviluppo delle agenzie.
segretiecommerce.it - bluf Frank@segretiecommerce.it



AQPET

INSPIRED BY NATURE

Inquadra
il QR code
per scoprire
la linea



Seguici su:

DA FORFETTARIO A SRL

Chi supera il limite previsto come soglia per aderire al regime forfettario deve aprire una SRL?

Occorre valutare diversi aspetti prima di decidere se passare da regime forfettario a SRL. Trasformare la propria attività in una SRL significa infatti gestire una società con adempimenti e regole da seguire, che se non rispettate comportano perdite e danni.

Forfettario e SRL: le differenze

1) La struttura.

Il regime forfettario è un regime fiscale per le partite iva individuali che non prevede la possibilità di costituire una società, cosa che di per sé esclude i progetti che prevedono due o più soggetti a capo. Per aderire al regime forfettario bisogna inoltre rispettare una serie di requisiti di accesso e mantenimento. Una SRL è invece una società di capitali che prevede una persona giuridica, distinta e indipendente, che non coincide con la persona fisica. Se si opera con la società, è la società che guadagna, ha debiti e paga le tasse.



2) La gestione dei capitali.

Nel caso di partita iva individuale, non importa se in regime forfettario o in regime ordinario, le somme di denaro derivanti da consulenze, vendite, servizi, sono subito disponibili per il titolare che può utilizzarli e spenderli come crede.

Nel caso di una società SRL, ciò che viene incassato e depositato sul conto non può essere prelevato e speso a piacimento. In

pratica la società di cui si è soci è come un datore di lavoro: il socio percepisce uno stipendio tutti i mesi, oltre a eventuali rimborsi spese. In aggiunta al compenso amministratore e ai rimborsi, esistono altre modalità per prelevare denaro da una SRL ma ogni operazione necessita di una precisa pianificazione. Può capitare di essere socio di capitali senza lavorare e senza amministrare la società: in questo caso si ha diritto a percepire gli utili ma solo in seguito all'approvazione del bilancio e al rilascio del benestare alla distribuzione degli utili da parte di tutti i soci. Nel caso in cui si è soci e amministratori, le entrate di denaro sono ovviamente due: una relativa al compenso amministratore e una in caso di distribuzione degli utili.

3) Gli adempimenti del socio.

Abbiamo detto che in regime forfettario il soggetto con partita iva può gestire in autonomia entrate, uscite e adempimenti fiscali, mentre con una SRL è differente: occorre prima distinguere tra socio lavoratore e socio non lavoratore (di capitale). I soci di capitale non sono altro che investitori ai quali interessano solo gli utili della società. Questi soggetti non hanno alcun onere nel corso dell'anno. I soci lavoratori, invece, sono tenuti a pagare i contributi previdenziali alla gestione commercianti e artigiani INPS, contributi che devono essere versati dal socio e non dalla società.

Quante tasse paga una SRL

Oltre ai contributi INPS obbligatori per tutti i soci della SRL (o della SRLs), ci sono delle imposte a carico della società. Le principali sono l'IRES e l'IRAP, con un'aliquota rispettiva del 24% e del 3,9%. Al netto di tutte le imposte, si ottiene l'utile, che può essere distribuito tra i soci oppure reinvestito nella società. In caso di distribuzione, gli utili saranno ulteriormente tassati del 26%, perché per i soci si tratta di un reddito da capitale.



FASHION
MILANO

Linea guinzaglieria

PARIS

Très chic!



RECORD
Qualità per piccoli animali

Scopri la nuova linea di guinzaglieria Paris.
Per maggiori informazioni contatta il tuo agente di zona
o vai sul sito www.recordit.com

 Record - Rinaldo Franco Spa

 record_rinaldo_franco

COME CREARE ENGAGEMENT

con i tuoi clienti

SILVIA MARINI

Analizziamo il caso specifico di un negozio di prodotti per animali e dell'utilizzo di Instagram come opportunità di vendita. Questo mese ti spiego come creare una "relazione" con chi ti segue

Nell'articolo del mese scorso ti ho spiegato come far crescere e aumentare i tuoi follower su Instagram (*Zampotta Pet Business*, novembre, pag. 36). Tutto questo, però, non basta. Perché non si mangia con i like.

Per aumentare i clienti del tuo pet shop devi creare una relazione con chi ti segue e, per fare questo, è necessario che chi ti segue interagisca con i post che pubblichi.

Ma come puoi fare?

Ti ho già parlato più volte nei miei articoli di come creare un piano editoriale: contenuti di valore che facciano percepire la tua autorevolezza e che involino di conseguenza le persone a visitare il tuo negozio.

Ma quello di cui voglio parlare oggi è diverso.

Ti spiegherò come aumentare le interazioni (like, commenti e condivisioni) del tuo profilo Instagram, facendo riferimento anche a una campagna specifica che ho seguito personalmente.

A COSA SERVONO LE INTERAZIONI?

Prima di cominciare, voglio spiegarti brevemente cosa si intende con il termine "engagement" (dall'inglese, "coinvolgimento").

Possiamo definirlo come la capacità di un prodotto/attività di instaurare con i propri utenti delle relazioni robuste e longeve: ciò può valere per un brand, un'applicazione, un blog e così via.

Attraverso l'engagement si crea un legame con il consumatore e il rapporto risulta tanto più duraturo quanto più si hanno informazioni sugli utenti. Di conseguenza è possibile mettere a punto tattiche di marketing appropriate.

Per ottenere maggiori risultati sui social, è necessario promuovere i post



Vivere

EQUILIBRIUM MEAL

by Mister Pet

*Fatto con amore,
per Vivere bene insieme.*



**100%
NATURAL
PET FOOD**

**20% CARNE O
PESCE FRESCO**
FRESH MEAT OR FISH



**20% RISO
INTEGRALE
BROWN RICE**
come unica fonte di cereali: più ricco
di fibre e basso valore glicemico



**NO GLUTEN
INGREDIENTS**



HOLISTIC
Erbe officinali ed essenze botaniche
Medicinal herbs and botanical essences



MISTERPET www.misterpetsrl.com

Strada Pedemontana, 35 - 43029 Loc. Mamiano (PR) - Italy - Tel. +39 0521 340323 Fax. +39 0521 340321 - info@misterpetsrl.com

Ora voglio rispondere a questa domanda che ti sarai sicuramente posto:

“Ma a cosa servono tutte queste interazioni? Cosa ci faccio dei like, dei commenti e delle condivisioni? Non posso semplicemente chiedere a chi mi segue di venire a visitare il mio negozio?”

Le interazioni sono fondamentali.

A meno che il tuo modello di business non si basi solo ed esclusivamente sugli sconti, nel qual caso no, l'interazione e il rapporto con chi ti segue non servirebbero a nulla, poiché le persone ti seguirebbero soltanto per avere notizie sullo sconto di un determinato prodotto.

Ti metto in guardia però...

Quando e se arriverà qualcun altro che farà pagare quel prodotto meno del tuo, l'utente ti abbandonerà immediatamente.

Proprio perché non avrai creato nessun rapporto di fiducia, nessuna relazione con lui.

Al contrario, se hai un modello di business strutturato e che non si basa solo su sconti e offerte, creare un rapporto di fiducia con il tuo futuro o attuale cliente è fondamentale.

E questo su Instagram si ottiene con le interazioni e la partecipazione degli utenti a quello che pubblichi.

COME OTTENERE LE INTERAZIONI: UN ESEMPIO REALE

Per non fare solo teoria, in questo articolo ti parlerò di un esempio reale.

Mi contatta un negozio per animali e decidiamo insieme come primo step di aumentare le interazioni dei post.

La prima cosa che decidiamo di fare è di utilizzare il formato che, più di ogni altro, porta le persone a interagire: le citazioni.

Di fronte alle citazioni di personaggi noti infatti le persone si fermano a leggere e, se condividono il contenuto, mettono like, salvano il post per rivederlo e in molti casi commentano anche.

Quindi, basta realizzare un post di solo testo?

Assolutamente no, e questo è un errore che molti proprietari di pet shop commettono.

Devi ricordarti che Instagram è un social soprattutto visuale. Quindi, insieme alla citazione, devi creare un'immagine che richiami l'attenzione e che sia inerente al messaggio che vuoi comunicare.



Nel caso specifico del mio cliente, che vende prodotti per cani, gatti, cavalli e conigli, ho realizzato delle citazioni riguardanti questi animali.

Esistono tantissimi siti web pieni di citazioni di questo tipo.

Basta che vai su Google e, per esempio, scrivi “gatti citazioni”. Troverai subito quella che fa per te.

Dopo aver realizzato il post, ho cercato gli hashtag migliori che portassero traffico a questi post.

Quando ho dovuto realizzare i post per i gatti, per esempio, ho scritto su Instagram “#gatti”, ho trovato i post con le maggiori interazioni e utilizzato gli hashtag (#) migliori...



Devi però fare molta attenzione nella scelta degli hashtag, se vuoi ottenere buoni risultati:

1. soprattutto se sei all'inizio, non scegliere quelli che sono stati utilizzati da più di 500.000 post;
2. scegli soltanto hashtag italiani o che comunque vengono utilizzati da account italiani;
3. non ne inserire più di cinque o sei;
4. non scegliere sempre gli stessi ma legati all'argomento del post;
5. utilizza sempre un hashtag che identifichi il tuo brand (solitamente, il nome del tuo negozio). In questo modo, quando le persone cercheranno, per esempio, "#animalcat" (visto che stiamo parlando di un pet shop...) troveranno sempre i tuoi post.

LA CALL TO ACTION

Quanto ti ho spiegato finora però non basta. Per far compiere un'azione a un utente devi chiedergli di farlo: la famosa "call to action" (chiamata all'azione) di cui abbiamo parlato più volte in articoli precedenti.

Quindi - sempre rifacendomi all'esempio del mio cliente - in ogni post, in base a quello che volevo facessero gli utenti, scrivevo:

"Sei d'accordo? Clicca sul cuore" (se volevo ricevere like).

Oppure:

"Cosa ne pensi? Lascia un commento"



Infine, l'ultima operazione: promuovere i post.

Come ti ho già spiegato, per ottenere maggiori risultati sui social, è necessario promuovere i post.

Non l'ho fatto per tutti, ho selezionato solo quelli che ottenevano buoni risultati (in questo caso, quelli che ricevevano almeno 10-15 like).



**SILVIA
MARINI**

Social Media Manager di professione, è cresciuta leggendo libri di marketing e comunicazione - sue grandi passioni - decidendo di laurearsi proprio in questo campo ma con una particolarità: una tesi di laurea sul Pet Marketing e i Social Media. Nel corso degli anni ha aiutato piccole imprese, piccoli negozi, pet shop, liberi e medi professionisti a servirsi dei social media come una vera risorsa di business. Applica le sue competenze e strategie anche al proprio blog personale *lezampeditido.it* e al suo Gruppo Facebook *"Le Zampe di Fido"*.

Molto amante dei cani e del loro mondo (www.facebook.com/groups/socialpetilmarketing), è autrice del libro *"Il cane che mi insegnò a volare"*, acquistabile su Amazon.

Inoltre, attraverso le ads di Instagram (da realizzare direttamente all'interno dell'app), potevo rimandare l'utente al profilo e quindi guadagnare follower.

Avendo realizzato un piano editoriale suddiviso per animali (gatti, cani, cavalli, conigli), in base all'argomento del post ho segmentato il pubblico per appassionati di quello specifico animale.

CONCLUSIONI. QUALI RISULTATI OTTENUTI?

Il tipo di campagna che ti ho appena descritto ha ottenuto ottimi risultati.

Ogni post ha ricevuto centinaia di like e tantissimi commenti e salvataggi.

Ma non solo. Molte persone che avevano interagito con i post sono diventate follower e hanno cliccato il link in "bio", iscrivendosi in questo modo alla newsletter.

La cosa importante, infatti, è far sì che l'utente abbia la possibilità di lasciare i propri contatti per poterlo ricontattare non soltanto sui social, ma anche attraverso una mail.

Tutte queste interazioni servono inoltre a creare ads per la vendita (in questo caso di prodotti per animali), iscrizione alla newsletter, visite al sito web etc.

E tu? Pensi di attuare questa strategia per aumentare le interazioni sul tuo profilo Instagram?

Fammi sapere, come sempre, quali risultati ottieni.



COSTRUISCI UN'IMMAGINE DI TE

che comunichi il tuo valore sul mercato

EMILIO GERBONI

Il personal branding rappresenta il tuo posizionamento personale rispetto ai tuoi interlocutori, il modo in cui vieni percepito, quanto è magnetica e attraente la tua immagine agli occhi del tuo pubblico

Quello del personal branding è un concetto divenuto di uso comune. Più o meno tutti ormai comprendono intuitivamente a cosa ci si riferisce con questa espressione. Personal branding significa fare di te stesso un brand, un marchio, in modo da aumentare la tua autorevolezza rispetto al tuo pubblico di riferimento e incrementare le vendite, alzare i prezzi e consolidare la fidelizzazione dei tuoi clienti.

Questo attraverso la creazione di un'immagine di te che comunichi il tuo valore e la tua differenza sul mercato.



Quali emozioni suscita la tua presenza? A quali bisogni viene associata? In quali circostanze appari nella mente del tuo cliente e di tutte le persone nella tua vita? Forse credi che fare personal branding sia un'opzione di lusso da prendere in considerazione solo se vuoi fare il "grande", se vuoi essere il frontman della tua attività. Altrimenti è inutile.

Ma non è così. Questo perché il personal branding è inevitabile. Se non lo fai tu, lo fanno gli altri. Tanto vale che lo faccia tu allora, nel limite del possibile. Per farti un esempio buffo, fin da ragazzi-



no ho sempre optato per scegliermi da solo un soprannome, in modo che non fossero i miei amici a sceglierne uno che non mi piacesse e fosse svalutante.

IL BRANDING COME PROCESSO

Abbiamo detto che il personal branding è un processo. Questo significa che è una sequenza di azioni che convergono nella creazione di un'immagine di te che poi viene comunicata.

Così come il processo, ad esempio, di creare un bel giardino. Se lasci un terreno a sé stesso nasceranno solo erbacce.

Il branding di un'attività si attua attraverso le pratiche che appartengono al posizionamento, il cosiddetto brand positioning.

Il processo si fonda sull'analisi del mercato e dei competitor al fine di differenziare il tuo prodotto e/o servizio ed entrare in una nicchia, cercando di occupare la posizione più realistica ed efficace per far andare al meglio la tua attività (e se possibile esserne il leader).

La ricerca del tuo personal branding dovrebbe affondare le radici su chi sei veramente, sulla tua personalità. Non sulla scelta di ciò che può funzionare di più o sul cercare di diventare o scimmiettare una persona che ti piace. E nemmeno sul diventare una caricatura di te stesso.

Attenzione però.

Il personal branding, senza un lavoro psicologico alle spalle, rischia di trasformarsi in un'arma a doppio taglio: anche se nella più rosea delle ipotesi dovesse risultare vincente rispetto al mercato, il rischio è quello di ritrovarti intrappolato in un personaggio. Un personaggio che manterrebbe vivi eventuali disturbi psicologici, aspetti problematici che ti porterebbero a malessere guastandoti la vita.

Personal branding significa fare di te stesso un brand, in modo da aumentare la tua autorevolezza rispetto al tuo pubblico di riferimento e incrementare le vendite

Creare una propria personalità falsa è la strategia maestra di sopravvivenza del bambino che sente di non essere accettato così com'è. Di conseguenza, l'unica strada possibile è quella di imparare come aderire alle aspettative e ai desideri degli altri per essere approvato, apprezzato, ricercato e, infine, amato.

E così, chi più chi meno, ti allontani da te stesso per diventare qualcosa che non sei.

E poi ci fai anche personal branding sopra... come dire, una personalità falsa al quadrato, il perfezionamento e affinamento della tua personalità falsa.

Questo è uno dei casi in cui il successo è uno dei risultati peggiori che puoi ottenere.

"FAI USCIRE" LA TUA UNICITÀ

Dicevamo che il processo del personal branding avviene da sé.

Il tuo personal branding viene modellato automaticamente nel rapporto con i tuoi affetti, i tuoi clienti e tutte le persone che girano nel tuo mondo da cui ricevi feedback diretti o indiretti su come loro ti vedono.

Oggi i problemi nella costruzione della propria identità, soprattutto per i giovani, sono diventati ancora più grandi.

Riuscire a individuarti in un mondo liquido e fluido, dove tutto viene appiattito, non è impresa facile. È ben più facile sentirsi invisibili, anonimi, confusi e privi di consistenza.



Si tratta di un mondo che facilita la costruzione di personalità fragili, che impedisce di far uscire la propria unicità.

Ed è questo un termine cruciale: unicità.

Il modo migliore di fare personal branding è far uscire la propria unicità, a prescindere che sia “bella” o “brutta”, perché è l'unicità che funziona.

Ma l'unicità funziona solo in un caso.

Che tu apprezzi genuinamente chi sei e non l'immagine di chi vorresti o dovresti essere e ti disprezzi se questa non combacia con chi sei.

Quando ho iniziato a fare consulenza psicologica, avevo l'angoscia di dover essere professionista, estremamente serio, e tutte quelle aspettative che si attribuiscono allo stereotipo del professionista, specie se psicologo.

Il mio timore era che le persone sarebbero scappate e mi avrebbero frainteso se avessi mostrato la mia personalità.

Ma, molto presto, mi sono reso conto che non sarebbe stato per me sostenibile “spegnere” la mia indole per tante ore di lavoro per assumere una facciata che non mi apparteneva, tra cui l'essere costantemente formale.

Ne venivo castrato tanto quanto ne veniva castrato il piacere di lavorare.

Così mi sono detto: *“Meglio rischiare di fare la fame, che non poter essere me stesso, se me stesso deve morire di fame, che muoia pure, ma io esprimerò chi sono”*.

Da allora ho iniziato gradualmente a mostrare (in modo strategico), aspetti di me abbastanza fuori dagli schemi rispetto a quelli attribuiti al professionista psicologo, come ad esempio introdurre, in modo poi divenuto massiccio, la mia comicità demenziale.

È da questo che è nato il mio stile operativo che ho definito “psicomicità”.

A dispetto delle mie aspettative catastrofiche, la cosa è stata molto apprezzata, le risposte sono state molto positive. Chiaramente non da parte di tutti, ma solo da chi risuonava con me, facilitando anche l'acquisizione di clienti con cui lavoravo meglio, con più piacere reciproco. Con cui la collaborazione risultava più naturale e comoda.

IL PROCESSO DI INTEGRAZIONE

Tutto questo si raggiunge attraverso un lavoro di grande accoglienza, consapevolezza e accettazione di sé.

Il processo del personal branding “commerciale” deve pertanto passare prima attraverso un lavoro psicologico, che ti mette in contatto profondo con la tua storia personale, e di conoscenza e padronanza

delle parti di te che solitamente vengono subite.

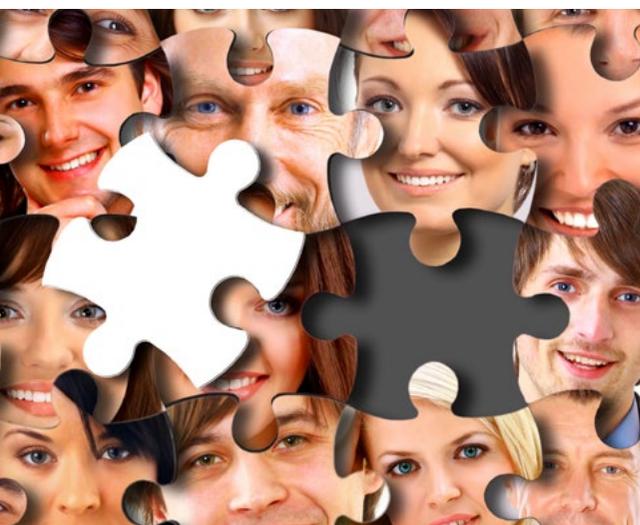
Questo ti permette di raggiungere quella che viene definita integrazione della personalità.

Questo processo di integrazione include l'acquisizione di competenze collegate alle caratteristiche e attributi evidenziati, che andranno a valorizzare e nutrire gli aspetti acerbi di te. Quegli aspetti lasciati nell'ombra o nello sgabuzzino della mente e non sufficientemente educati e maturi.

Per continuare il mio esempio personale, una volta accettata la mia parte demenziale, ho iniziato a studiare comicità, stand up Comedy. Ho integrato questi apprendimenti con i miei studi sulla comunicazione e la psicologia per renderla funzionale al contesto e ai fini della mia attività.

E ovviamente, come ogni professionista che si rispetti, affino continuamente la ricerca, lo studio

Il personal branding è un processo, una sequenza di azioni che convergono nella creazione di un'immagine di te che poi viene comunicata



CONTE. SEMPRE.



e la pratica di tale caratteristica e abilità (ma anche delle altre).

Un processo inside-out insomma. Senza questo tipo di lavoro sarà molto difficile, se non impossibile, comunicare il tuo personal branding in pieno agio.

CONCLUSIONI

Se il personal branding è una strategia di comunicazione esterna di te, costruita a fini commerciali, non può certo che partire da te, da chi sei, per poi studiare e dare forma ad una comunicazione che veicoli nel migliore dei modi chi sei rispetto al contesto della tua attività.

Questa comunicazione dovrebbe mettere in risalto i tuoi aspetti differenzianti, che sono funzionali a farti raggiungere i risultati desiderati, come attrarre i clienti più in sintonia con ciò che proponi o acquisire valore rispetto a quella fetta di pubblico che ha bisogno di ciò che offri ed è felice di essere servita da te.

Solo lavorando bene e ottenendo risultati con piacere e senza sentirti ingabbiato in un personaggio che ti sta stretto e scomodo potrai accedere al tuo messaggio profondo, che poi potrai comunicare attraverso il tuo personal branding e che, a sua volta, fungerà da bussola per la costruzione della tua comunicazione, dello storytelling e della tua relazione con i clienti attuali e potenziali.



**EMILIO
GERBONI**

Psicologo-Psicoterapeuta, Trainer-Coach. Direttore della Collana Binario | Libri per evolversi della Dario Flaccovio Editore.

Direttore del centro Quietmood con sede a Bologna. Specializzato in Terapia Breve Strategica, Ipnosi Ericksoniana, EMDR, Schema Therapy, Psicoterapia Evolutiva. Ideatore della strategia Quietmood - la tua strategia di cambiamento comoda come un cuscino. Grazie alla strategia Quietmood aiuta le persone a evolvere senza uscire dalla loro zona di comfort, senza usare la forza di volontà, senza perseguire obiettivi angoscianti al fine di sentirsi a proprio agio con chiunque in qualsiasi contesto desiderato. Autore del libro "La vita inizia nella comfort zone".
info@quietmood.it

LI SCEGLI, LI PORTI A CASA, ENTRANO A FAR PARTE DELLA FAMIGLIA, DONANO AMORE E CREANO UN RAPPORTO INDISSOLUBILE. SCEGLIERE DI ADOTTARE UN AMICO A QUATTRO ZAMPE È UN ATTO CHE RICHIEDE GRANDE CONSAPEVOLEZZA E RESPONSABILITÀ.

NON ABBANDONARLI. MAI. CAUSERESTI LORO UNA SOFFERENZA CHE NEANCHE IMMAGINI.

Acana: il meglio delle proteine animali



ACANA amplia la propria offerta con i nuovissimi Premium Paté per gatti: ingredienti animali di alta qualità per un gusto irresistibile, che ogni gatto adorerà

Da decenni garanzia di ottima qualità, il marchio ACANA amplia la sua proposta di cibo per gatti lanciando sul mercato i nuovissimi *Premium Paté*: alimenti umidi completi che garantiscono una nutrizione ottimale e il massimo del benessere degli amici felini.



ACANA è un marchio di: CHAMPION PETFOODS ed è distribuito in esclusiva da: **WONDERFOOD SPA** Servizio Clienti Numero Verde 800 555040 www.acana.com/it



I nuovi Premium Paté ACANA

Preparati con l'85%* di ingredienti animali di alta qualità e senza cereali**, i nuovi *Premium Paté* ACANA sono un pasto completo dal gusto irresistibile.



Il delizioso brodo di ossa garantisce inoltre ai piccoli felini una corretta idratazione, per il massimo benessere. I *Premium Paté*, disponibili in lattine da 85 g, sono suddivisi per fase di vita e disponibili in sei varianti gusto: una ricetta *Kitten* a base di Pollo e Pesce è specifica per gattini mentre i gatti adulti possono scegliere fra le referenze *Pollo*, *Manzo*, *Agnello*, *Tonno con Pollo* e *Salmone con Pollo*.

Per i piccoli felini, anche una vasta scelta di alimenti secchi

I nuovi *Premium Paté* vanno ad aggiungersi alla già ampia gamma di alimenti secchi ACANA per gatti, che si distingue per la passione per i buoni ingredienti che da sempre caratterizza il marchio. Sette differenti alimenti, ricchi di proteine e formulati secondo la filosofia ACANA del "Biologicamente Appropriato" che prevede per i piccoli felini un'alimentazione affine a ciò che comunemente i gatti potrebbero cacciare e mangiare in natura.

Le quattro ricette della linea ACANA Cat sono formulate con il 65-70%* di ingredienti animali da prede di piccole dimensioni, utilizzati in prevalenza freschi o crudi nelle proporzioni della preda intera, ovvero con inclusioni di carne, pesce, interiora e ossa. Le ricette sono inol-



RICETTE SPECIFICHE PER FASE DI VITA



tre bilanciate con frutta e verdura fresche, per offrire agli amici a quattro zampe tutti i nutrienti di cui hanno bisogno per mantenersi attivi e in salute in modo naturale. Gli alimenti sono suddivisi per fase di vita e pensati per rispondere alle esigenze specifiche di ogni gatto: *First Feast* per gattini in crescita, *Homestead Harvest* e *Bountiful Catch* - a base rispettivamente di pollame e pesce - per gatti adulti e *Indoor Entrée*, particolarmente indicato per gatti sterilizzati o che vivono per lo più in casa. Sono disponibili nei formati da 340 g e 1,8 kg.

I prodotti ACANA Cat Grain Free da sempre offrono ai piccoli felini la migliore nutrizione: 75%* di ingredienti animali da prede di piccole dimensioni e primi tre ingredienti sempre freschi o crudi, nelle proporzioni della preda intera. Sono formulati senza cereali** e con frutta e verdura fresche, per garantire il massimo benessere dei gatti in tutte le fasi di vita.

Le tre varianti - *Grasslands*, *Wild Prairie* e *Pacifica* - sono particolarmente indicate anche per l'utilizzo in caso di una dieta ciclica, per rendere il pasto un momento sempre stimolante anche per i palati più esigenti. Disponibili nei formati da 340 g, 1,8 kg e 4,5 kg. (G.P.)



* valore approssimato e relativo agli ingredienti non ancora lavorati.

** prodotto in uno stabilimento che utilizza cereali.

ACANA: THE BEST ANIMAL PROTEINS

ACANA broadens its offer with new *Premium Paté* for cats: high-quality animal ingredients and irresistible flavour. Every cat will love them

ACANA has been offering top quality for decades. The brand broadens its cat food range with new *Premium Paté*: complete wet food ensuring excellent nutrition and the utmost well-being of cats.

NEW PREMIUM PATÉ ACANA

85%* of high-quality animal ingredients and no cereals**: new *Premium Paté ACANA* ensure complete and irresistible meals. Bone broth ensures correct hydration and top well-being. *Premium Paté* come in 85g tins and six recipes. They are divided after cats' life stages: a *Kitten* recipe with *Chicken and Fish*; adult cats can choose among *Chicken*, *Beef*, *Lamb*, *Tuna with Chicken* and *Salmon with Chicken*.

BROAD CHOICE OF DRY FOOD FOR SMALL CATS

New *Premium Paté* recipes join the broad range of ACANA dry food for cats, which shares the passion for good ingredients typical of the brand. Seven different recipes, rich in proteins and developed after ACANA "Biologically Appropriate" philosophy. Small mammals can find food that they would naturally hunt and eat in nature.

The four recipes of ACANA Cat line contain 65-70%* animal ingredients from small preys, introduced as fresh or raw whole preys: meat, fish, guts and bones. Moreover, recipes are balanced with fresh fruit and vegetables, to ensure all nutritional substances they need to stay naturally active and healthy. Recipes are divided according to life stages, to meet the specific needs of all cats: *First Feast* for growing kittens; *Homestead Harvest* and *Bountiful Catch* - respectively with poultry and fish - for adult cats and *Indoor Entrée*, particularly suited for neutered cats or cats living mainly indoor. They come in 340g and 1.8kg packages.

ACANA Cat Grain Free products always ensure the best nutrition: 75% animal ingredients from small preys, introduced as fresh or raw whole preys. They are free from cereals** and with fresh fruit and vegetables, to ensure the utmost well-being for cats throughout all life stages. The three recipes - *Grasslands*, *Wild Prairie* and *Pacifica* - are particularly suited also in case of a cyclic diet, to make meals palatable to demanding cats as well. They come in 340g, 1.8 and 4.5kg bags.

* approximate value related to unprocessed ingredients.

** manufactured in a plant processing cereals as well.



Per una bellezza tutta naturale

Pets Fitness di Magistrelli Franco festeggia 10 anni di distribuzione in Italia dei marchi *Tropiclean* e *Fresh Breath*



“È vero, il tempo passa in fretta. Sembra ieri che negli Stati Uniti, a Orlando, in occasione della fiera Global Expo abbiamo concluso l'accordo commerciale con Cosmos Corporation, proprietaria dei brand *Tropiclean* e *Fresh Breath*. Nel corso degli ultimi 10 anni, tramite

Pets Fitness, sono arrivati in Italia i prodotti dell'azienda a stelle e strisce più innovativi del mercato pet per quanto riguarda l'igiene orale e l'igiene della cute e del pelo.

E l'azienda ha sempre sostenuto con entusiasmo l'inserimento di nuove referenze e prodotti.

Colgo l'occasione anche per ringraziare per la collaborazione in questi anni i referenti Cosmos Corporation Paul Mercer, preceduto da Dan Finkbeiner”. Ecco quanto afferma Franco Magistrelli, titolare di Pets Fitness.



Franco Magistrelli con/with Dan Finkbeiner

Una gamma completa, anche per il toelettatore

Oggi Pets Fitness vanta una proposta al mercato italiano del pet di ben 84 prodotti tra i marchi *Tropiclean* e *Fresh Breath* così suddivisi: linea igiene orale cane e gatto *Fresh Breath* catalogo con 32 referenze, linea cosmesi cane e gatto *Tropiclean Grooming* catalogo con 28 referenze, linea shampoo specifici per razza *Tropiclean Perfectfur* catalogo con 6 referenze, linea shampoo e colonie *SPA by Tropiclean* catalogo con 18 referenze.



PETS FITNESS di Magistrelli Franco
tel. 0717108160
info@petsfitness.com
www.petsfitness.com



E per accontentare anche la domanda dei negozi di toelettatura, Pets Fitness importa da Cosmos Corporation anche confezioni per uso professionale come lo shampoo SPA by *Tropiclean* (3,8 litri) e lo shampoo a marchio *Tropiclean* (9,5 litri).



La linea *Fresh Breath* per l'igiene orale annovera prodotti come *Clean Teeth Gel*, speciali gel per cani e gatti specifici per la rimozione di placca e tartaro; spazzolini anche per soggetti di taglia grande; *Dental Health Solution* da integrare all'acqua della ciotola per favorire denti più puliti e sani eliminando l'alito cattivo fino a 12 ore; *Oral Care Spray*, collutorio che dona un alito sempre fresco; *Dental Wipes Mint* dischetti umidificati monouso per l'igiene orale di tutti i pet... E tanti altri ancora.

La linea di cosmesi tutta naturale *Tropiclean Grooming* propone prodotti come gli shampoo *Gentle Coconut* specifico per cuccioli, *Lime & Coconut* o *Papaya & Coconut* per soggetti adulti o i balsami *Kiwi & Cocoa Butter* o *Lime & Cocoa Butter*. E poi i deodoranti rinfrescanti *Papaya Mist*, *Kiwi Blossom*, *Berry Breeze* o *Baby Powder*.



Tropiclean Perfectfur è una linea di shampoo per cani specifica per razze con manti lunghi, corti, delicati o rovinati, rigorosamente Soap+Paraben Free.

Infine i prodotti *SPA by Tropiclean* annoverano shampoo e balsami specifici per ogni tipo di manto (tra le fragranze: *Avena e Cetriolo*, *Avena e Lavanda*, *Avena e Kiwi*) e *Pet Cologne*, colonie spray specifiche per animali domestici.



Tanti plus per il tuo punto vendita

“Una grande attenzione”, sottolinea ancora Franco Magistrelli “è dedicata al materiale di merchandising che accompagna l’inserimento dei prodotti nei negozi: display da terra e da banco, poster, brochure dedicate e campioni omaggio di shampoo che il negoziante può offrire al consumatore finale per una prova di qualità del prodotto”.

E per festeggiare i 10 anni di collaborazione con l’azienda americana Pets Fitness metterà in atto tramite i propri agenti una speciale PROMO dedicata a te negoziante, al tuo pet shop e a tutti i centri di toelettatura. Per qualsiasi informazione puoi contattare info@petsfitness.com.



Grandi novità in arrivo

Per festeggiare la ricorrenza dei 10 anni Pets Fitness ha rinnovato e migliorato il proprio sistema logistico con un nuovo magazzino all’interno del porto di Ancona. È inoltre alla ricerca di agenti plurimandatari con contratto Enasarco per zone ancora libere, per incrementare la capillarità della distribuzione sul territorio. Per soddisfare le crescenti richieste di mercato sono poi in arrivo, entro aprile 2023, ben 50 nuove referenze prodotto per il tuo negozio. (L.A.)

FOR A NATURAL BEAUTY

Pets Fitness by Magistrelli Franco celebrates 10 years of distribution in Italy for *Tropiclean* and *Fresh Breath* brands

“It is true, time goes by fast. It feels like yesterday we signed the business agreement with Cosmos Corporation (owner of brand *Tropiclean* and *Fresh Breath* brands) at Global Expo exhibition, Orlando, USA. During the past 10 years, thanks to Pets Fitness, the most innovative products in terms of oral hygiene and skin and fur health arrived on the Italian pet market. The company always supported with enthusiasm the introduction of new products. I would like to thank Cosmos Corporation representatives Paul Mercer and his predecessor Dan Finkbeiner”. These are the words of Franco Magistrelli, owner at Pets Fitness.

COMPLETE RANGE FOR GROOMERS AS WELL

Pets Fitness now offers 84 *Tropiclean* and *Fresh Breath* products on the Italian market: *Fresh Breath* catalogue with 32 products dedicated to oral hygiene of cats and dogs; *Tropiclean Grooming* catalogue with 28 beauty products cats and dogs; *Tropiclean Perfectfur* catalogue with 6 breed-specific shampoos; *SPA by Tropiclean* catalogue with 18 products between shampoos and cologne.

In order to meet the demand of grooming centres, Pets Fitness also imports professional products from Cosmos Corporation, such as *SPA by Tropiclean* (3.8 litres) and *Tropiclean* (9.5 litres) shampoos.

Fresh Breath line for oral hygiene includes products such as: *Clean Teeth Gel*, special gel for cats and dogs specific for removing plaque and tartar; toothbrush for large dogs as well; *Dental Health Solution* water additive to support clean and healthy teeth, removing bad breath for 12 hours; *Oral Care Spray*, mouthwash ensuring *Fresh Breath*; *Dental Wipes Mint*, disposable wet discs for the oral hygiene of all pets...and much more products.

Tropiclean Grooming beauty line offers products such as: *Gentle Coconut* specific for puppies; *Lime & Coconut* or *Papaya & Coconut* for adult dogs, as well as *Kiwi & Cocoa Butter* or *Lime & Cocoa Butter* conditioners. Moreover, there are refreshing deodorants *Papaya Mist*, *Kiwi Blossom*, *Berry Breeze* or *Baby Powder*.

Tropiclean Perfectfur is the line of shampoos for dogs specific for long, short, delicate, or damaged coats: it is free from Soap+Paraben.

SPA by Tropiclean products include shampoos and conditioners specific for each coat type (perfumes: *Oat and Cucumber*, *Oat and Lavender*, *Oat and Kiwi*) and *Pet Cologne*, spray cologne specific for pets.

PLUS FEATURES FOR YOUR SHOP

“Special attention”, underlines Franco Magistrelli “has been paid to merchandising that comes with products in shops: floor and counter displays, posters, brochures and free shampoo samples that can be handled to final customers to test the quality of the product”.

In order to celebrate the 10-year collaboration with the US company, Pets Fitness will launch a special PROMO for retailers, shops and all grooming centres.

For any information, please contact info@petsfitness.com.

GREAT NEWS AHEAD

To celebrate the 10 year anniversary, Pets Fitness renewed and improved its logistic system with a new storehouse in Ancona harbour. Moreover, the company is looking for multifirm agents with Enasarco contract for free areas, to increase the distribution capillarity. In order to meet the growing demand from the market, 50 new products for your shops will be available by April 2023.

Proponi una gamma completa

Advance Veterinary Diets lancia una nuova linea di diete umide specifiche per le principali patologie di cani e gatti



Le diete veterinarie svolgono un ruolo molto importante come supporto nella cura delle patologie specifiche di cani e gatti, aiutandoli a mantenersi sani e forti in ogni fase della loro vita.

In Italia infatti il 52% dei cani e il 44% dei gatti soffrono di una qualche patologia, motivo per cui molti tuoi clienti scelgono di somministrare diete veterinarie, confermando di constatare miglioramenti visibili sulla salute e il benessere dei propri pet.

Gustose ricette, ora anche in formato umido

La nuova linea *Advance Veterinary Diets* di alimenti umidi va ad arricchire la già ampia proposta di diete veterinarie secche, combinando scienza e gusto.



Le diete veterinarie umide rappresentano per il tuo negozio un'ottima opportunità di vendita, poiché

la maggior parte dei tuoi clienti che acquista una linea di alimenti secchi consuma anche prodotti umidi. La combinazione di entrambe le tipologie di cibo offre una maggiore varietà di sapori e consistenze, favorendo inoltre la sensazione di sazietà.

Le nuove ricette umide, sviluppate da un team di esperti veterinari e nutrizionisti impegnati in quattro anni di ricerca e sviluppo, confer-



AFFINITY PETCARE
Numero verde 800 089864
www.advance-affinity.com/it



mano l'impegno nell'innovazione di *Advance Veterinary Diets*. Si tratta di formulazioni complete ed equilibrate, che possono essere somministrate esclusivamente con una dieta umida oppure essere abbinate alla corrispondente dieta secca della linea *Advance*.

Tutti i prodotti, a conferma dei più alti standard nutrizionali, oltre a non contenere coloranti né conservanti, sono realizzati con proteine di alta qualità. Sono inoltre altamente appetibili per i palati dei cani e dei gatti più esigenti.

Le nuove proposte umide per cani

I nuovi alimenti umidi per cani *Advance Veterinary Diets*, morbidi patè dalla soffice consistenza, vengono proposti in pratiche pouch da 150 g.





Ecco le ricette per cani specifiche per patologia:

- **Gastroenteric:** altamente digeribile, facilita la digestione in presenza di disturbi gastrointestinali e aiuta a migliorare la consistenza delle feci.
- **Weight Balance:** aiuta a ridurre e mantenere il peso ideale grazie al basso contenuto calorico e all'alto contenuto di fibre, con un effetto saziante.
- **Atopic:** sostiene la funzione dermica nei soggetti con dermatiti, promuove il ripristino della barriera cutanea e riduce l'intolleranza agli ingredienti.

Le ricette umide per gatti

I nuovi alimenti umidi per gatti *Advance Veterinary Diets*, bocconcini in salsa dal sapore succulento e dalla consistenza morbida e delicata, sono proposti in pratiche pouch da 85 g.

Ecco le ricette per gatti specifiche per patologia:

- **Gastroenteric:** altamente digeribile, facilita la digestione in caso di disturbi gastrointestinali e aiuta a migliorare la consistenza delle feci.
- **Urinary:** aiuta a controllare la formazione di calcoli di struvite e ossalato nelle vie urinarie e facilita la diluizione delle urine e il controllo del pH.
- **Renal:** supporta la funzione renale in caso di insufficienza renale cronica o temporanea, aiuta a ridurre il carico di lavoro sui reni e a ritardare il progredire dell'insufficienza renale.

E per cani e gatti...

Offerta in pratica pouch da 100 g, la ricetta *Recovery* per cani e gatti propone bocconcini in salsa dal sapore succulento e dalla consistenza morbida e delicata. Questo alimento umido, gustoso e facilmente digeribile, aiuta l'animale nella ripresa nutrizionale e durante la convalescenza. Si distingue inoltre per l'alto contenuto di proteine. (W.B.)

OFFER A COMPLETE RANGE!

Advance Veterinary Diets launches a new line of wet recipes, specific for the main diseases of cats and dogs

Veterinary diets play an important role in supporting the treatment of specific diseases of cats and dogs: they help pets stay healthy and strong throughout their life.

In Italy, 52% dogs and 44% cats suffer from diseases. That is why many of your customers choose veterinary diets, assessing visible improvement on the health and well-being of their pets.

TASTY RECIPES, NOW WET FORMULAS AS WELL

New line of wet food *Advance Veterinary Diets* joins the broad offer of veterinary dry food, combining science and taste.

Wet veterinary diet are an excellent selling chance for your shop: most of customers purchasing dry food usually buy wet food as well. The combination of both food types offers a broad variety of flavours and texture, supporting satiety as well.

New wet recipes are developed by a team of skilled veterinarians and nutritionists after 4 years of research and development: they prove the commitment of *Advance Veterinary Diets* towards innovation. Formulas are complete and balanced: they can be fed with wet diet only or combined with the equivalent diet recipe from *Advance* line.

All products ensure the highest nutritional standard: they do not contain colouring or preserving agents, besides including high-quality proteins. Moreover, they are extremely palatable for demanding cats and dogs.

NEW WET RECIPES FOR DOGS

New wet food *Advance Veterinary Diets* for dogs: soft pates in handy 150g pouches.

Here come specific recipes for specific disease:

- **Gastroenteric:** extremely digestible; it supports digestion in case of gastrointestinal diseases and helps improve the consistency of excrements.
- **Weight Balance:** it helps reduce and maintain ideal weight thanks to low calorie intake and to elevated fibre intake, with satiating effect.
- **Atopic:** it supports skin in dogs with dermatitis, it helps restore the skin barrier and reduce intolerance to ingredients.

WET RECIPES FOR CATS

New wet food *Advance Veterinary Diets* for cats: juicy and morsels with *Sauce* in handy 85g pouches.

Here come specific recipes for specific disease:

- **Gastroenteric:** extremely digestible; it supports digestion in case of gastrointestinal diseases and helps improve the consistency of excrements.
- **Urinary:** it helps control the formation of struvite calculi and oxalate in the urinary tract. It supports urine dilution and pH control.
- **Renal:** it supports renal functionality in case of chronic or temporary renal insufficiency; it helps reduce the working load on kidneys and slow down renal insufficiency.

FOR CATS AND DOGS...

Handy 100g pouch for *Recovery*, dedicated to cats and dogs: the recipe offers soft and juicy morsels with sauce. The wet food is tasty and easy to digest: it helps pets during nutritional recovery and convalescence. It features elevated quantities of proteins.

Selezionati per te

Da FUNHOBBY solo prodotti innovativi, funzionali e di ottima qualità per il tuo negozio, oltre a molti vantaggi nel sito B2B



Il mondo del pet business in cui operi come negoziante si espande ed evolve molto rapidamente, è quindi fondamentale trovare aziende dinamiche con cui instaurare rapporti commerciali validi e proficui.

FUNHOBBY è una giovane azienda, nata dalla passione di una famiglia del Sud Italia, che si pone come obiettivo principale la ricerca continua di prodotti innovativi, funzionali e di qualità per il tuo negozio, il tutto reso possibile da un'esperienza ventennale nel settore e dalla partecipazione a fiere nazionali e internazionali che consentono di esplorare e testare i mercati di tutto il mondo.



FUNHOBBY ITALIA SRL
tel. 0240032002
www.funhobby.it
info@funhobby.it



La realtà FUNHOBBY è unica nel suo genere e si distingue per la grande varietà dei prodotti e la cura con la quale vengono selezionati ogni giorno i migliori brand. I cataloghi dell'azienda sono in continuo aggiornamento per garantirti ciò che di meglio propongono i settori del pet, dell'acquariologia e del gardening.

FUNHOBBY assicura al tuo negozio una serie di servizi quali il supporto commerciale e l'assistenza post vendita. L'azienda garantisce infatti l'evasione dei tuoi ordini in 24/48 ore lavorative proponendoti inoltre diverse soluzioni di pagamento. Scoprire i vantaggi riservati al tuo negozio è facile, puoi consultare il sito B2B funhobby.it dove troverai un ambiente ideale per un business-to-business attuale e dinamico: potrai sfogliare i cataloghi in



completa autonomia, visionare i listini prezzi a te dedicati, le offerte mensili personalizzate e le promozioni a te riservate, oltre a tanti altri servizi esclusivi per i clienti.

Acquariologia, ma non solo

FUNHOBBY ti propone due brand di proprietà: *AQPET* che nasce dalla passione per il mondo dell'acquariologia e *AQPET Friends* dedicato e pensato per gli amici quattrozampe dei tuoi clienti.

La conoscenza della clientela maturata nei negozi al dettaglio, unita alla continua voglia di innovazione, hanno consentito la creazione di un brand di alto profilo come *AQPET* per l'acquariologia: esperti italiani del marchio progettano acquari, materiali filtranti e tecnici, tutti prodotti altamente performanti e competitivi.



AQPET



AQPET
Friends



AQPET Friends è invece il brand dedicato a cani, gatti, piccoli roditori e non solo. Il tuo negozio potrà proporre in assortimento prodotti dallo stile vario e originale per i pet in tutte le loro fasi di crescita educativa e di sviluppo, compresi i momenti di svago e divertimento. L'obiettivo di *AQPET Friends* è migliorare non solo la qualità di vita degli animali ma anche il rapporto con i loro proprietari, ecco perché propone centinaia di referenze pensate per le esigenze degli amici pet come accessori, cuce, tiragraffi, ciotole, abbigliamento, giochi e molto altro ancora.

Tra i tanti brand selezionati per il tuo negozio non si può non citare *DASHI*, marchio portoghese di accessori che sviluppa e produce, con un proprio stile "tra l'amorevole e il ribelle", una linea completa di prodotti che si distinguono per stile, comfort e sicurezza.



SELECTED FOR YOU

FUNHOBBY offers innovative, functional and high-quality products for your shop, besides plenty of advantages on its B2B web site

As retailer, your sector grows and evolves very fast: it is fundamental to find dynamic companies to build reliable and profitable business relationships.

FUNHOBBY is a young company, born after the passion of a family from South Italy. The main goal is to constantly look for innovative, functional and high-quality products for your shops, thanks to a 20-year experience in the sector and to the participation in national and international exhibitions, which allow to explore and test worldwide markets.

FUNHOBBY is unique: its distinguishing features are product variety and thorough selection of the best brands. The catalogues are constantly updated to guarantee the best product available on the aquatic and gardening sectors.

FUNHOBBY ensures various services to your shop, such as commercial and post-sale customer service. The company guarantees order fulfillment within 24/48 working hours, with various payment methods. Discover the advantages dedicated to your shop: just visit funhobby.it B2B web site, the perfect environment for a modern and dynamic business-to-business. You can easily browse catalogues, see dedicated price lists, customized monthly offers and dedicated promotions, besides plenty of other exclusive services for customers.

AQUACULTURE AND MORE

FUNHOBBY offers two own-brand ranges: *AQPET*, born after the passion for aquaculture, and *AQPET Friends*, dedicated to your customers' pets.

The knowledge of customers (gained in retail shops), combined with constant desire to innovate, helped create a high-quality brand such as *AQPET* for aquaculture: Italian experts design aquaria, filtering and technical materials, ensuring performing and competitive products.

AQPET Friends is dedicated to cats, dogs, small rodents and more. Your shop can offer products with original and various styles, dedicated to pets in all training and growing life stages, including fun and entertainment. The goal of *AQPET Friends* is not only to improve the life quality of pets, but also the bond with their owners. That is why the company offers plenty of products dedicated to pets' needs: accessories, beds, scratching posts, bowls, apparel, toys and more.

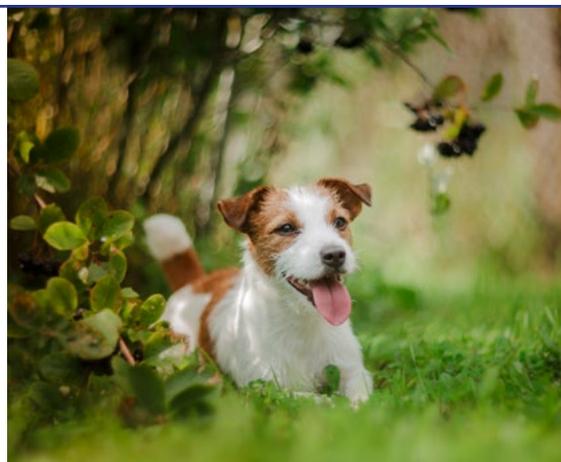
Among the brands selected for your shop there is *DASHI*, Portuguese brand of accessories that manufactures products with their own style, the "perfect mix of sweet and rebellious". The products, distributed by FUNHOBBY with a national exclusive partnership, stand out in terms of style, comfort and safety: leashes with neoprene details, high-safety and quick fastening hooks, reversible harnesses.

FUNHOBBY distribuisce per l'azienda - con una partnership nazionale esclusiva - guinzagli con finiture in neoprene, ganci ad alta sicurezza e chiusura rapida, imbracature reversibili e pettorine. (G.A.)



Un mosaico di opportunità

Una proposta innovativa per il tuo punto vendita: proponi al tuo cliente DIETAPARS, l'alimentazione personalizzata



Dal prossimo anno avrai un'opportunità di business in più: verrà infatti proposta, solo ai punti vendita ritenuti idonei, la creazione di uno spazio più o meno ampio in base alle caratteristiche del negozio, dove esporre i prodotti della linea PARS.

DIETAPARS è un sistema di alimentazione sano, flessibile e modulabile basato su alimenti secchi, soffiati e umidi che, da soli alternati o mixati, possono soddisfare le esigenze o le preferenze di qualsiasi animale, in ogni momento della vita e in ogni situazione. In natura gli amici pet si alimenterebbero con quanto loro necessario e nella giusta quantità per il proprio benessere. Ma come animale domestico l'amico a quattro zampe non può selezionare da sé il cibo con il quale nutrirsi: deve essere il tuo cliente a capire cosa è meglio per lui, quale quantità somministrargli e quando è opportuno eventualmente modificare la sua alimentazione.



I vantaggi del corner DIETAPARS

La linea DIETAPARS è riservata al canale tradizionale, che sarà anche supportato dalle vendite on line.

Nel tuo negozio ci sarà una bilancia per pesare l'animale e ti sarà consentito l'utilizzo gratuito di un software esclusivo per la determinazione di diete personalizzate per ogni singolo soggetto. In caso di patologie si richiederà l'intervento di un Veterinario.

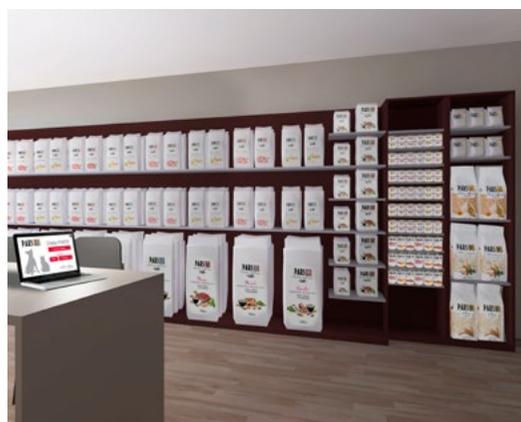
Il programma alimentare DIETAPARS prevede anche la determinazione delle quantità necessarie di cibo per ogni singolo soggetto,

PARS



DIETAPARS
www.dietapars.it
info@dietapars.it

che verrà poi seguito regolarmente per verificare l'efficacia della dieta proposta ed eventualmente per apportare le modifiche idonee. Le diete verranno proposte anche on line con l'invito ad acquistare i prodotti PARS presso il negozio più vicino oppure direttamente on line. È previsto che anche le vendite on line generino una buona occasione di business, con un ritorno economico al negozio.



Cosa abbinare?

La peculiarità che distingue DIETAPARS è la personalizzazione dell'alimentazione, che significa anche giusta quantità, in considerazione delle enormi differenze, in termini di fabbisogni energetici e quindi di quantità di





alimento, che esistono tra un individuo e l'altro. Il tuo cliente avrà anche a disposizione un servizio di Consulenza Nutrizionale gratuito e costante.

Ecco alcune delle varietà di alimenti umidi proposti:

- *Gli Spezzatini* - ideali per la dieta mixata e variata. Carni inserite nella forma "preda intera" cotte a vapore in modo semplice e delicato. La particolare cottura contribuisce a formare naturalmente una gustosissima salsina che avvolge gli spezzatini. Senza coloranti né conservanti.
- *Le Galantine* - alimenti monoproteici, ideali per la dieta mixata e variata. Carni inserite nella forma "preda intera" cotte a vapore in modo semplice e delicato per ottenere una morbida galantina particolarmente appetibile. Formula senza glutine, coloranti e conservanti.
- *I Monoproteici* di nuova generazione. Carni o pesci da "preda intera" completi, quindi di massa muscolare magra. Ossa e cartilagini edibili finemente omogeneizzate che apportano naturalmente minerali e nutrienti utili alle articolazioni. Cuore, fegato, polmoni, reni e trippe particolarmente ricchi di aminoacidi e vitamine essenziali e grasso. Senza grano, senza glutine, con riso soffiato integrale. (R.P.)

RANGE OF OPPORTUNITIES

Innovative offer for your shop: recommend DIETAPARS customized diet to your customers

Next year, you will have one more business chance: pet shops complying with specific requirements will be given the chance to create a corner (more or less large according to the shop size), to display *PARS* products.

DIETAPARS is the healthy, flexible and modular nutrition system based on dry, puffed and wet food. They can be alternated or mixed to meet the needs or preferences of all pets, during any life stage and any situation.

In nature, pets would eat the right quantities of food to ensure their well-being. As domestic pets, they cannot select food alone: your customers must understand what is best for them, how much quantity they need and when it is recommended to change their diet.

ADVANTAGES OF DIETAPARS CORNER

DIETAPARS line is dedicated to traditional channel, which will also be supported by on-line sales.

Your shop will have a scale to weigh pets and you will be granted a free exclusive software to develop customized diets after each pet. In case of diseases, veterinary support will be necessary.

DIETAPARS nutritional plan also includes the measurement of the correct food quantities for each pet: they will be constantly monitored to check the effectiveness of the diet and make changes if required.

Diets will also be available on-line, inviting customers to purchase *PARS* products in the nearest shop or on-line. On-line sales are expected to generate an adequate business chance, with profits for shops.

THE RIGHT COMBINATIONS

The distinguishing feature of *DIETAPARS* is customization: this also means the right quantity of food, given the differences in terms of energy needs between different pets. Your customers can also rely on a free and constant Nutritional Support service.

Here are some of the wet food recipes:

- *Stew* - perfect for mixed and varied diet. Whole prey meat is gently steam cooked, ensuring a tasty *Sauce* for the stew. No colouring or preserving agents.
- *Galantine* - single-protein food for mixed and varied diet. Whole prey meat is gently and simply steam cooked, ensuring a soft and palatable galantine. No gluten, colouring or preserving agents.
- *Single protein, new-generation* recipes. Complete whole-prey meat or fish ensuring lean muscle mass. Edible bones and cartilages finely ground, to naturally provide minerals and nourishing substances suited for articulations. Heart, liver, lungs, kidneys and tripe rich in amino acids, essential vitamins and fats. No wheat, no gluten, with whole rice.



Alimentazione completa

La linea Ottavi per pesci tropicali: appetibilità, digeribilità e qualità garantite



Il prestigioso brand *Ottavi*, acquisito nel 2020 da PRODAC INTERNATIONAL srl, rivolge le proprie linee di prodotto unicamente ai pet shop, per offrire a te negoziante specializzato pieno supporto nelle vendite. Il marchio, dedicato ai tuoi clienti che sanno apprezzare l'alta qualità al giusto prezzo, propone ora *Ottavi Hi-food*, una nuova linea di mangimi di alta qualità in grado di soddisfare tutte le esigenze alimentari dei pesci, molto curato nel packaging e immediatamente visibile sugli scaffali del tuo negozio.

Per pesci tropicali sani e colorati

Come in natura, anche in acquario alla maggior parte dei pesci va somministrata una varietà di cibo tale da fornire un'alimentazione corretta e completa.

La linea di mangimi in scaglie per pesci tropicali *Ottavi Hi-food* è composta da tre differenti alimenti complementari: un mangime base, un mangime per accentuare i colori e un mangime vegetale. Tutti made in Italy, sono interamente prodotti negli stabilimenti PRODAC di Cittadella (PD), a partire dalle materie prime selezionate di farine di pesce, vegetali, cereali, crostacei, alghe e aloe vera, fino al prodotto finito.

Le scaglie sono concepite per affondare in tempistiche differenti e permettere così l'alimentazione sia dei soggetti che mangiano in superficie, sia di quelli che preferiscono alimentarsi a metà vasca. Restano compatte, non inquinano e non intorbidano l'acqua.

OTTAVI è un marchio di:
PRO.D.AC INTERNATIONAL SRL
tel. 0495971677
www.ottaviacquari.com
info@ottaviacquari.com



Si tratta di un prodotto ad alta digeribilità che favorisce la crescita, la vitalità e la brillantezza dei colori delle livree dei pesci.

Hi-food Tropical va somministrato una o due volte al giorno in una quantità tale da essere consumata in pochi minuti. Il prodotto è disponibile nei formati da 100, 250 e 1200 ml.

Per colori splendenti c'è *Hi-food Color*

Hi-food Color è un alimento completo per tutti i pesci tropicali d'acqua dolce che accentua i colori perché arricchito con pigmenti naturali come astaxantina e cantaxantina, il cui effetto sulle livree è già evidente dopo poche settimane. È particolarmente indicato per pesci che mangiano in superficie o mentre il cibo affonda lentamente. Il mix di proteine di pesce, carboidrati e grassi nobili favorisce l'appetibilità e promuove la vitalità degli ospiti dell'acquario del tuo cliente, favorendo inoltre la deposizione delle uova.

Il prodotto è disponibile nel formato da 250 ml.



Scaglie di salute: *Hi-food Tropical*

Hi-food Tropical è un mangime completo in scaglie composto da ingredienti di alta qualità per la dieta quotidiana ideale di tutti i pesci tropicali in acquario sia d'acqua dolce che marina. La sua composizione con ingredienti naturali lo rende immediatamente appetibile.



Tropicali erbivori? Ecco *Hi-food Vegetal*

Hi-food Vegetal è un alimento completo per pesci tropicali d'acqua dolce onnivori ed erbivori ricco di fibre e proteine vegetali, che lo rendono facilmente digeribile. È integrato con spirulina, che



grazie al suo contenuto di carotenoidi favorisce la colorazione e accresce la vivacità dei pesci. Il prodotto è disponibile nel formato da 250 ml.

Per un pieno di salute

Tutti i mangimi *Ottavi Hi-food* sono integrati con le quattro vitamine principali:

- vitamina A: promuove la crescita e la fertilità, protegge la pelle, stimola una sana e spessa mucosa e aiuta la ricezione visiva;
- vitamina C: stimola le difese immunitarie e aiuta la costruzione dello scheletro;
- vitamina D3: stimola l'assimilazione di calcio e fosforo, fondamentale per lo sviluppo e il buon mantenimento delle ossa e di tutto lo scheletro;
- vitamina E: stabilizza le vitamine e gli acidi grassi insaturi, stimola gli enzimi per la riproduzione.

Gli alimenti in scaglie *Ottavi Hi-food* contengono inoltre:

- omega 3-6: importanti grassi essenziali che non vengono prodotti dall'organismo ma possono essere assunti solo con l'alimentazione;
- aloe vera: favorisce il benessere del pesce poiché contiene minerali, aminoacidi, vitamine ed enzimi.

Per ulteriori informazioni sui prodotti *Ottavi* consulta il sito www.ottaviacquari.com; se desideri effettuare un ordine contatta il tuo agente di zona oppure direttamente la sede dell'azienda all'indirizzo info@ottaviacquari.com. (G.A.)

A COMPLETE FOOD RANGE

Ottavi line for tropical fish: palatability, digestibility and quality guaranteed

The prestigious Ottavi brand, acquired in 2020 by PRODAC INTERNATIONAL srl, is completely committed to pet shops, in order to provide retailers with full sales support. The brand is dedicated to your customers, who appreciate high-quality at the right price: the brand offers Ottavi Hi-food, the new line of high-quality food capable to meet all the nutritional needs of fish. The packaging of the line is very attentive and immediately visible on shelf.

FOR TROPICAL FISH HEALTHY AND COLOURFUL

Just like in nature, aquarium fish also require a complete and adequate nutrition.

The line of flake food for tropical fish Ottavi Hi-food includes three different complementary products: base food, specific colour-enhancer food and vegetable food. They are all made in Italy in PRODAC plant, Cittadella (PD): starting from selected raw ingredients (fish flour, vegetables, cereals, crustaceans, seaweed and aloe vera) to finished product.

Flakes sink in different types: both fish eating in the surface and fish eating at half height can eat. Moreover, flakes are compact: they do not pollute or dirty water.

HEALTHY FLAKES: HI-FOOD TROPICAL

Hi-food Tropical is the complete feed in flakes with high-quality ingredients, dedicated to the daily diet of tropical fish in freshwater and marine aquaria. The formula with natural ingredients makes it immediately palatable.

The high-digestibility feed supports growth, vitality and colour of tropical fish.

Hi-food Tropical must be fed once or twice a week: check if fish eat it in a few minutes to make sure it is the right quantity of product for each meal. The product comes in 100, 250 and 1200ml bottles.

CHOOSE HI-FOOD COLOR FOR SHINY COLOURS

Hi-food Color is the complete feed in flakes for freshwater tropical fish. It enhances colours because it is supplemented with natural pigments such as astaxanthin and canthaxanthin. The effect of such pigments is visible after a few weeks. It is particularly suited for fish eating on the surface or while the food slowly sinks. The mix of fish proteins, carbohydrates and noble fats supports palatability and promotes the vitality of your customers' aquarium guests. It also supports breeding.

The product comes in 250ml bottles.

TROPICAL HERBIVORES? HERE IS HI-FOOD VEGETAL

Hi-food Vegetal is the complete feed for freshwater tropical fish, omnivorous and herbivorous. The feed is rich in fibres and vegetable proteins, which ensure easy digestion. It is supplemented with spirulina: thanks to carotenoids, it supports colour and increase the vitality of fish.

The product comes in 250ml bottles.

FULL HEALTH

All Ottavi Hi-food products are supplemented with the four main vitamins:

- vitamin A: it promotes growth and fertility, it protects skin, it stimulates a healthy and thick mucosa and it supports sight;
- vitamin C: it stimulates immune defences and it supports the skeletal building;
- vitamin D3: it helps absorb calcium and phosphorus, fundamental for the development and maintenance of bones and skeleton;
- vitamin E: it stabilizes vitamins and unsaturated fatty acids, it stimulates breeding enzymes.

Ottavi Hi-food flake food also contain:

- omega 3-6: important essential fatty acids that are not produced by organism and can be only ingested by nutrition;
- aloe vera: it supports the well-being of fish because it contains minerals, amino acids, vitamins and enzymes.

For further information on Ottavi products, visit www.ottaviacquari.com.

Solo il meglio per il tuo cliente

Innovazione e nutrizione sempre più al centro per garantire un futuro di crescita e sostenibilità



Mister Pet sta ultimando il nuovo sito produttivo che verrà inaugurato ufficialmente nei primi mesi del prossimo anno. In un momento in cui pandemia e tensioni internazionali hanno messo a dura prova molte aziende del settore pet, la Famiglia Gambarelli continua a credere che la crescita e il futuro si basino sull'innovazione puntando su un nuovo sito produttivo tra i più all'avanguardia non solo a livello italiano ma anche internazionale. La nuova produzione, con la sua tecnologia avanzata (il processo Wenger Thermal Twin), garantirà il continuum della filosofia aziendale: "nutrizione di altissima qualità, sempre attraverso la profonda conoscenza delle materie prime e degli ingredienti".

Investimenti per una continua espansione

In un momento difficile da affrontare, con aumenti di costi fissi e materie prime, l'azienda continua il suo percorso di espansione internazionale grazie a nuovi investimenti per promuovere la propria crescita. Lo testimoniano i recenti accordi con partner strategici in Sud Africa, Cina, Hong Kong, Israele e con nuovi Paesi che entro breve entreranno a fare parte della famiglia Mister Pet contribuendo così a diffondere la qualità impareggiabile della sua Cucina e del made in Italy nel mondo.

Una filosofia nutrizionale parte del DNA aziendale

Il team Ricerca e Sviluppo dell'azienda è da sempre impegnato nel miglioramento degli ingredienti delle ricette: la lunga e approfondita esperienza nel saper trattare e processare le carni e il pesce fresco garantisce un impulso decisivo alla continua ricerca del massi-


MISTERPET



MISTER PET SPA
tel. 0521340323
fax 0521340321
www.misterpetsrl.com/it
info@misterpetsrl.com

mo beneficio e allo studio dell'assimilazione delle materie prime da parte degli animali. E i risultati sono evidenti: alimenti dall'elevata appetibilità, digeribilità e migliore biodisponibilità dei nutrienti.

La famiglia Gambarelli continua nel suo percorso di adattamento della propria cucina (con nuove ricette e miscele) e di ottimizzazione dei migliori ingredienti della Food Valley con la migliore tecnologia di estrusione ad oggi presente sul mercato, ottenendo alimenti unici e impareggiabili.

L'ulteriore e continua conferma è rappresentata dai due brand pluripremiati con i Quality Awards 2021 e 2022: *Primordial Grain Free* e *Vivere Low Grain*.

La linea olistica Vivere

Gli alimenti della linea *Vivere* sono formulati basandosi sui principi della filosofia olistica e



sull'antico metodo del nutrirsi con ingredienti funzionali, etici, 100% naturali, come contributo al benessere generale del cane, ed erbe officinali che intervengono aiutando gli organi specifici nel loro funzionamento. *Vivere* rispetta la naturale alimentazione dell'animale poiché contiene tanta carne fresca (pollo, agnello, bufalo, anatra, salmone) e una quantità totale di ingredienti animali pari al 60%. A basso contenuto di cereali, utilizza solo riso integrale (20%) e piselli per mantenere l'indice glicemico più basso. Ogni ricetta contiene il 20% tra verdura, frutta ed erbe officinali selezionate per le loro caratteristiche benefiche ed è NO OGM. La gamma, suddivisa in Mini, Medium e Maxi, è indicata sia per cuccioli che per soggetti adulti.

Le ricette Primordial Grain Free

Gli alimenti della linea *Primordial Grain Free* presentano alti contenuti di materie prime pregiate e selezionate e mantengono un basso indice glicemico: le carni vengono sottoposte a precottura a vapore per preservare l'integrità delle proteine e il pesce proviene da pesca sostenibile certificata. Nello specifico le ricette si distinguono per un alto contenuto di carne (dal 60% al 65%); un alto contenuto di carne fresca (35%) per un'elevata appetibilità e digeribilità; una grande varietà di carni e pesce (fino a 20 diverse tipologie); un alto contenuto di origine animale (70%); un'elevata quantità di frutta, verdura ed erbe botaniche (30%), fino a 15 tipologie differenti. (T.P.)



ONLY THE BEST FOR YOUR CUSTOMERS

Innovation and nutrition increasingly in the vanguard to guarantee growth and sustainability in the future

Mister Pet is bringing to completion the new plant, which will be officially inaugurated during the first months of 2023. Despite the pandemic and the international crisis, which put to test several pet companies, Gambarelli family still believes that growth and the future are based on innovation: that is why the company invested on one of the most modern plants not only in Italy, but also worldwide. The new production relies on advanced technology (Wenger Thermal Twin process) to ensure the continuum of the company philosophy: "high-quality nutrition thanks to deep knowledge of raw ingredients".

INVESTMENTS FOR CONSTANT EXPANSION

In such a hard time, with increased fixed costs and raw materials, the company still continues its path of international expansion with new investments promoting its growth. For example, the company recently signed agreements with strategic partners in South Africa, China, Hong Kong, Israel and new countries that will soon enter Mister Pet family to spread the unrivalled quality of its Cuisine and made in Italy worldwide.

NUTRITIONAL PHILOSOPHY PART OF COMPANY DNA

The company's R&D team is always committed to improving the ingredients of recipes: the long and broad experience in treating and processing meat and fresh fish is a stimulus to always look for the utmost beneficial effect and to study how pets absorb raw ingredients. Results are visible: products with elevated palatability and digestibility, besides improved bioavailability of nourishing substances. Gambarelli family continues to evolve its cuisine (with new recipes and new mix) and to combine the best ingredients of the Food Valley with the best extrusion technology currently available on the market, ensuring unique and unrivalled food.

As further and constant proof, two brands received Quality Awards both in 2021 and in 2022: *Primordial Grain Free* and *Vivere Low Grain*.

VIVERE HOLISTIC LINE

Vivere products are based on holistic principles and on the ancient method of choosing ingredients that are functional, ethical, 100% natural to promote the general well-being of dogs, together with herbs supporting the operating of the pet's organs. *Vivere* respects the natural nutrition of the pet because it contains plenty of fresh meat (chicken, lamb, buffalo, duck, salmon) and 60% animal ingredients. Moreover, recipes feature low percentages of cereals: they contain whole rice (20%) and peas to preserve a low glycaemic index. Each recipe contains 20% of vegetables, fruits and herbs selected for their beneficial effects. Moreover, it is free from GMOs. The range is divided into Mini, Medium and Maxi and it is suited for puppies and adult dogs.

PRIMORDIAL GRAIN FREE RECIPES

Primordial Grain Free recipes feature elevated percentages of fine and selected ingredients, preserving a low glycaemic index. Meat undergoes steam pre-cooking to preserve the integrity of proteins and fish comes from certified sustainable fishing. In particular, recipes feature: elevated percentage of meat (60-65%); elevated percentage of fresh meat (35%) for extra palatability and digestibility; broad variety of meat and fish (up to 20 types); high content of animal ingredients (70%); elevated quantities of fruit, vegetable and herbs (30%), up to 15 different types.



Per chi vuole solo il meglio

Scopri i punti di forza che differenziano Linea 101 Love for Pet e permettono al tuo salone e al tuo pet shop di distinguersi



Sei alla ricerca di shampoo, balsami, lozioni e spray innovativi, efficaci e affidabili, delicati e ipoallergenici, che rispettino la salute dell'animale e che soddisfino le richieste del proprietario? *Linea 101 Love for Pet* è quello che fa per te.

Questa giovane azienda italiana ha sviluppato un'identità ben definita puntando sugli aspetti che più interessano al cliente, per creare un'immagine inconfondibile del tuo pet shop e del tuo salone di toelettatura: qualità del prodotto, miglioramento costante, materie prime naturali e vegane ne sono solo i principali. Potrai proporre così una linea di articoli che non sono semplici detergenti ma cosmetici che, oltre a pulire, nutrono e mantengono. Un vasto assortimento che accomuna anche la gamma di soluzioni per l'igiene della casa, delle cucce, delle lettiere e degli ambienti professionali, di cui il brand va particolarmente fiero.



LINEA 101 - LOVE FOR PET
tel. 0522086489
www.linea101.it
info@linea101.it



Solo materie prime naturali e vegetali

Il tuo cliente - e il suo cane o gatto con lui - apprezzeranno le formule vegetali, elaborate a stretto contatto con collaboratori, veterinari, toelettatori e professionisti in un'alchimia di qualità ed efficacia senza mai perdere di vista il rispetto dell'ambiente e della salute. La produzione interna artigianale costantemente controllata colloca l'azienda tra i pochi produttori diretti in Italia. Molto importante è anche la collaborazione con una rete di toelettatori e professionisti per offrire, in base all'esperienza di chi le utilizza quotidianamente, soluzioni

sempre nuove non solo per efficacia, ma anche per maneggevolezza, concentrazione dei principi attivi e versatilità.

L'obiettivo finale è la tua soddisfazione come professionista e quella dei tuoi clienti. I prodotti *Linea 101* sono creati con miscele finemente equilibrate di ultima generazione, diverse per ogni referenza, in equilibrio con oli vegetali selezionati, funzionali e ad alta concentrazione, con profumazioni coperte da certificazione internazionale IFRA. Ecco il concetto di 'Formula Vegetale'.

Proponi un trattamento di salute e bellezza

Con due linee dedicate alle diverse necessità, *Linea 101 Love for Pet* permette di ottenere anche a casa (quasi) gli stessi risultati garantiti dai professionisti. La *Linea Attiva* propone prodotti a rapido effetto benessere indicati per pelli ipersensibili, irritate, bisognose di un pronto sollievo e di protezione a lungo termine. Alla voce shampoo, *Linea 101 Love for Pet* spazia dai tradizionali basso



schiumogeni di facile risciacquo e ad effetto lucidante, al vegetale, all'arancinato *Eliminaodori* all'essenza di menta, passando per la versione *Cuccioli & Pelli Delicate* per i quattro zampe ai primi passi e quelli più anziani, e *Nutritivo* a misura di peli corti

e lunghi, fino alla ricca serie di *Shampoo Spray*, soluzioni per lavaggi a secco (anche parziali) fuori dal comune, dove le bombolette sono senza propellenti, gas e irritanti. Su tutti va citato *Zen*, il trattamento professionale da stendere a pettine che lascia uno splendido effetto velluto. Il ventaglio degli spray annovera barriere contro insetti e parassiti, toccasana per districare il pelo (come lo *Scioglinodi*) e per l'asciugatura rapida. Completano il tutto i pre-shampoo, lozioni e balsami cosmetici con effetti mirati e ad hoc.

L'offerta propone infine la gamma dedicata alla pulizia degli ambienti domestici e professionali, tra cui si distinguono lo *Spaccaodori*, rimedio esclusivo che sfruttando il potere dei sali quaternari disidrata i batteri e senza essere aggressivo né nocivo igienizza in profondità e deodora all'istante, e la rosa di articoli dedicati ai cavalli. (A.M.)



FOR CUSTOMERS LOOKING ONLY FOR THE BEST

Unveil the points of strength of *Linea 101* Love for Pet, which allow your grooming centre and pet shop to stand out

Are you looking for shampoos, conditioners, lotions and sprays that are innovative, effective and reliable, gentle and hypo-allergenic, respectful for the health of pets and complying with the needs of owners? *Linea 101* Love for Pet is the right brand for you!

The young Italian company developed a defined identity, focusing on the features appreciated by customers and ensuring a unique reputation for your pet shop and your grooming centre: product quality, constant improvement, natural and vegan raw ingredients are only few of them. Trust the line of products that are not just detergents but beauty products: besides cleaning, they nourish and preserve. The same goes for the broad range of solutions dedicated to the hygiene of the house, beds, litter trays and professional rooms the brand is very proud of.

NATURAL AND VEGAN RAW INGREDIENTS ONLY

Your customers - along with their cat or dog - will love vegetable formulas, developed with collaborators, veterinarians, groomers and pet professionals: a combination of quality and effectiveness, without forgetting the respect of the environment and health. Internal artisanal production is constantly controlled: this places the company among the few direct manufacturers in Italy. Moreover, the brand collaborates with a network of groomers and pet professionals to offer new solutions in terms of effectiveness, handiness, concentration of active principles and versatility.

The goal is your satisfaction as pet professional and the satisfaction of your customers. *Linea 101* products are developed with last-generation finely balanced mix different for each product, with high concentrations of functional selected vegetable oils, IFRA certified perfumes: this is the concept of "Vegetable Formula".

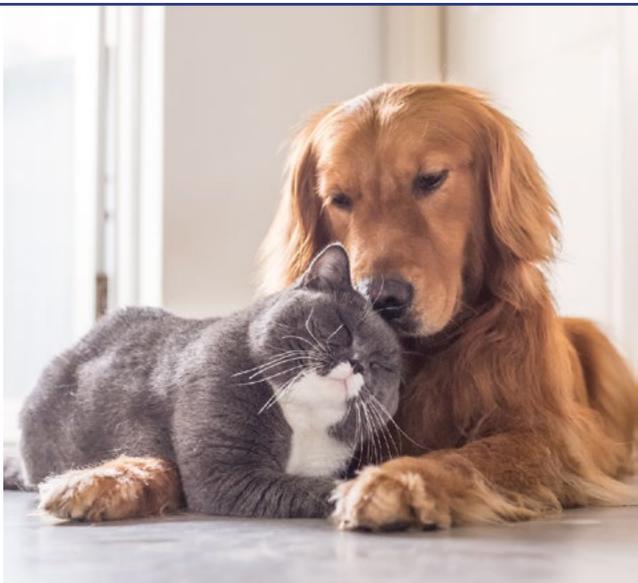
OFFER A BEAUTY AND HEALTH TREATMENT

Two lines dedicated to different needs: with *Linea 101* Love for Pet it is possible to obtain at home (almost) the same result guaranteed by professionals. *Active Line* features products with quick well-being effect for hyper-sensitive, irritated skin that require immediate relief and long-term protection. *Linea 101* Love for Pet shampoos range from low-foam, easy-rinse and polishing products to plant-based *Odour-remover* with peppermint essence. It also includes *Puppy & Delicate Skin* shampoo for puppies and senior dogs, *Nourishing* shampoo for long and short hair as well as the broad range of *Shampoo Spray*: extraordinary solutions for dry shampoos (even partial) without propellant, gas or irritating substances. *Zen* is worth mentioning: the professional treatment can be applied with the comb and leaves a wonderful velvet effect. The range of sprays includes barriers against insects and parasites, solutions to disentangle fur (*Disentangler*) and quick drying. The panorama is completed by pre-shampoo, lotions and conditioners with specific effects. The offer is completed by the range dedicated to home and professional cleaning: the star is *Smellbreaker*, (exclusive solution with quaternary ammonium salts that dehydrates bacteria without being aggressive or noxious, which deeply cleans and deodorizes) plus the line dedicated to horses.



Ricette funzionali e complete

Alcune patologie che colpiscono cani e gatti possono essere enormemente influenzate dalla dieta che viene loro somministrata



Gli alimenti commercializzati con la dicitura "dietetico" sono appositamente formulati per supportare l'animale affetto da specifiche patologie e hanno ormai un ruolo cruciale nella gestione clinica di questi soggetti.

Molti di questi prodotti mirano però solo a migliorare lo stato di salute dell'organo affetto senza considerare l'animale nella tua totalità.

Diventa quindi importante, soprattutto in presenza di patologie a carattere cronico - dove l'impiego di questi mangimi è previsto per tempi prolungati - che l'alimento sia completo e soddisfi le necessità di tutto l'organismo. È proprio questo uno degli aspetti che differenzia e rende unica la linea Alleva Care: la combinazione tra funzionalità e completezza.



DIUSA PET ITALIA SRL
www.diusapet.it
info@diusapet.com



Per un benessere totale

Le formulazioni della linea *Alleva Care* si basano sulla scelta e sull'utilizzo di materie prime di altissima qualità con una composizione ottimale dal punto di vista nutrizionale, ottenute grazie all'accurata selezione dei fornitori, in grado di garantire un prodotto qualitativo e costante nel tempo e sottoposto a rigorosi controlli di analisi per quanto riguarda freschezza e sicurezza alimentare (microbiologica e tossicologica).

La linea è stata formulata sulla base dei più recenti sviluppi della scienza sulla nutrizione veterinaria e dei più aggiornati dati scientifici. Il team scientifico di Diusa Pet, nella formulazione e validazione dei prodotti, lavora in collaborazione con noti professori di nutrizione della facoltà di Medicina Veterinaria, conducendo studi 100% Cruelty Free in maniera etica, senza induzione della patologia e curando gratuitamente soggetti già malati.



Quando Occidente e Oriente si incontrano

A questo approccio nutrizionale basato sulla scienza tipico del mondo occidentale, Diusa Pet ha voluto associare, nella sua costante ricerca di innovazione, l'utilizzo di potenti fitonutrienti e ingredienti naturali bioattivi per potenziare le formulazioni, traendoli principalmente dai sistemi





di medicina tradizionale orientali. La medicina orientale - e in parte anche la fitoterapia moderna - ha un approccio olistico all'individuo e cerca di ristabilire il suo benessere totale in maniera che l'organismo possa reagire alla causa del malessere al pieno delle sue potenzialità. Anche l'impiego dei fitonutrienti è supportato dalla ricerca e la titolazione dei principi attivi permette il loro utilizzo a livello funzionale.

Alleva Care: referenze specifiche per ogni patologia

L'unione di questi due approcci porta alla creazione delle diete ultrapremium ad attitudine olistica e funzionalità multipla della linea *Alleva Care*: efficaci nel prevenire l'invecchiamento cellulare e nel sostenere il sistema immunitario, la salute della pelle, la vitalità e il benessere generale.

La gamma propone tre ricette per la riduzione delle intolleranze alimentari e per il supporto alla funzione trofica della cute e dei suoi annessi in caso di dermatosi ed eccessiva perdita di pelo (uno altamente idrolizzato, uno ipoallergenico Low Grain e uno ipoallergenico Grain Free).

Un alimento gastrointestinale è specifico per la riduzione dei disturbi dell'assorbimento intestinale e per la compensazione della cattiva digestione ed è indicato anche in casi di insufficienza del pancreas esocrino e di iperlipidemia. Un prodotto per animali obesi aiuta nella riduzione del peso corporeo e nel controllo della glicemia nei soggetti diabetici. La linea propone poi un alimento per la dissoluzione dei calcoli di struvite (e per la loro prevenzione) e di supporto al benessere delle vie urinarie e infine una referenza a supporto nei casi di insufficienza renale acuta o cronica, indicata anche per ridurre la formazione di calcoli di ossalati e urati. (P.C.)

FUNCTIONAL AND COMPLETE RECIPES

Certain diseases of cats and dogs can be strongly affected by the pet's diet

"Dietary" food are specifically developed to support pets suffering from specific diseases: they currently play a crucial role in the clinical treatment of these pets.

Many of these products only aim at improving the health of ill organs, without considering pets in their entirety.

It is important that the food is complete and complies with the needs of the whole organism, especially in chronic diseases that require prolonged use of dietary food. This is one of the features making Alleva Care unique: the combination between functionality and completeness.

GLOBAL WELL-BEING

Alleva Care formulas focus on top-quality raw ingredients with an excellent nutritional formula: suppliers must guarantee a quality product, constant in time, which also undergoes strict controls in terms of nutritional freshness and safety (microbiological and toxicological).

The line has been developed after the most recent developments in veterinary nutrition and updated scientific data. Diusa Pet scientific team collaborates with famous Professors expert in Veterinary nutrition to create and validate products: they carry out 100% cruelty free ethical studies, without disease induction and treating already ill pets for free.

WHEN WEST AND EAST MEET

Looking for innovation, Diusa Pet chose to combine this scientific nutritional approach, typical of Western world, with powerful phytonutrients and bioactive natural ingredients to strengthen formulas, mainly inspired to Eastern traditional medicine. Eastern medicine - and modern phyto-therapy in particular - has a holistic approach towards individuals: the goal is to restore global well-being to help the organism react to the cause of ill being with its full potentiality. Phytonutrients are also supported by research and titrated active principles can be used at functional level.

ALLEVA CARE: SPECIFIC FORMULAS FOR EACH DISEASE

The combination of the two approaches has led to *Alleva Care* ultra premium diets: holistic attitude and multiple functionality. They are effective in preventing cell ageing and supporting the immune system, skin health, vitality and global well-being.

The range includes three recipes to reduce food intolerances and to support skin trophic functionality in case of dermatosis and excessive weight loss (highly hydrolysed, hypoallergenic low grain and hypoallergenic grain free recipes).

A gastrointestinal recipe is specifically suited to reduce problems related to intestinal absorption and to compensate bad digestion: it is also suited in case of exocrine pancreatic insufficiency and hyperlipidaemia. Another recipe for obese pets helps reduce body weight and control glycaemia in diabetic pets. The line also offers a recipe to help dissolve struvite calculi (and their prevention) and support the urinary well-being. Another recipe provides support in case of acute or chronic renal insufficiency: it is also suited to reduce the formation of oxalate and urate calculi.



Il meglio della natura

La linea di fieni di montagna per piccoli mammiferi si completa ora con una nuova referenza tutta naturale



Pinny Premium Line è la linea principale di *Pet*, marchio dedicato a piccoli mammiferi e uccelli che da sempre si distingue per la sua qualità e il suo impegno nell'offrire un'alimentazione sana e specifica ai piccoli amici di casa. Con *Pinny Pet* il tuo cliente può contare su alimenti formulati con ingredienti attentamente selezionati e rigorosamente No OGM per garantire il massimo benessere al proprio animale.



PINETA ZOOTECNICI SAS
tel./fax 0522553616
www.pinnypet.com
info@pinetazootecnici.com



Oggi i piccoli mammiferi come conigli, porcellini d'India, cavie, cincillà e criceti sono sempre più diffusi nelle case dei tuoi clienti e richiedono la loro cura e attenzione per quanto riguarda sia l'igiene che l'alimentazione. Questi simpatici roditori sono molto golosi di fieno, per questo *Pinny Pet*, brand da sempre attento alle loro esigenze, propone *I Fieni by Pinny Premium Line*, una linea di fieni di montagna arricchiti dalla freschezza delle erbe dall'aroma inconfondibile.



Solo 100% fieno italiano, semplice e delizioso

La linea *I Fieni by Pinny Premium Line* è rigorosamente made in Italy: il fieno viene raccolto nei prati e nei pascoli delle Alpi da colture appositamente seminate con varietà idonee all'alimentazione dei piccoli mammiferi e viene poi lavorato con cura ed essiccato con procedure in grado di mantenere la fragranza e le caratteristiche organolettiche originarie.

Pinny Premium Line ha racchiuso questo incanto della natura in 4 golose referenze dedicate ai piccoli roditori e mammiferi, arricchite ciascuna con due differenti varietà vegetali: *Pinny Detox Hay*, con echinacea e tarassaco, dalle proprietà immunostimolanti e particolarmente gradito al palato dei piccoli mammiferi; *Pinny Wellness Hay*, con calendula e menta piperita, dalle proprietà antinfiammatorie, fresco e appetibile; *Pinny Relax Hay*, con fiori di trifoglio e camomilla, che favorisce il contrasto dai radicali liberi e ha un effetto calmante; *Pinny Pure Hay*, composto da un'ampia varietà di erbe prative e officinali.

Il fieno, non compresso, rende più facile al tuo cliente estrarre il prodotto dalla confezione nella giusta quantità, facendo meno sporco.



L'ultima novità: Nature Hay

Alle 4 referenze della linea *I Fieni by Pinny Premium Line* si aggiunge ora anche *Nature Hay*, gustoso fieno alpino compresso per piccoli roditori, naturale al 100%, proposto nel comodo formato da 1 kg, per il tuo cliente alla ricerca di tutta la naturalezza del miglior fieno di montagna ma senza fragranze aggiunte, composto solo da un'ampia varietà di erbe prative raccolte a giusta maturazione nei prati e pascoli delle Alpi italiane esclusivamente dalla fienagione primaverile ed estiva ed essiccate con estrema cura.

La regolare somministrazione di *Nature Hay Pinny* - e delle altre referenze della linea - garantisce la corretta abrasione dentale e favorisce la motilità intestinale, per il benessere e la salute degli animali.



Tutti i plus della linea

Ecco le caratteristiche più apprezzate della linea *I Fieni di Pinny Premium Line*.

- Il formato. Le 4 referenze arricchite con erbe sono disponibili nella pratica confezione da 700 g (invece dei comuni formati da mezzo chilo), per una scelta di maggior risparmio e praticità per il tuo cliente. La novità *Nature Hay* è proposta nel formato ancor più grande da 1 kg.

- Bigusto. Le varianti con erbe sono arricchite con due differenti varietà vegetali ciascuna: echinacea e tarassaco; calendula e menta piperita; fiori di trifoglio e camomilla; erbe prative e officinali.

- Made in Italy. Il fieno di tutte le referenze è garantito 100% italiano, raccolto nei prati e nei pascoli delle Alpi.

- Prodotto specifico e sicuro. Il fieno della linea *Pinny Premium Line* proviene da colture appositamente

seminate con varietà gradite e idonee all'alimentazione di tutti i piccoli mammiferi e roditori. Viene lavorato con cura ed essiccato con procedure in grado di mantenere la fragranza e le caratteristiche organolettiche originarie. (M.A.)



OFFER THE BEST FROM NATURE

The line of mountain hay for small mammals now includes a new natural recipe

Pinny Premium Line is the main line by *Pinny Pet*, brand dedicated to small mammals and birds. It stands out in terms of quality and commitment in ensuring a healthy and specific nutrition. With *Pinny Pet*, your customers can rely on products formulated with carefully selected ingredients and no GMOs, to ensure the utmost well-being to *Pets*.

Small mammals such as rabbits, Guinea pigs, chinchillas and hamsters are increasingly common in your customers' house: they require care and attention both in terms of hygiene and nutrition. They are very gluttonous for hay: that is why *Pinny Pet*, always attentive to their needs, offers Hay by *Pinny Premium Line*, the line of mountain hay with fresh and scented herbs.

100% ITALIAN HAY ONLY, SIMPLE AND DELICIOUS

Hay by Pinny Premium Line is made in Italy: hay is harvested in Alps fields and pastures in crops specifically sown with hay variety suited for *Pets*'. Hay is later processed with care and dried with techniques that preserve its original aroma and organoleptic features.

Pinny Premium Line used this wonder of nature for 4 tasty recipes dedicated to small rodents and mammals, supplemented with two different herbs: *Pinny Detox Hay*, with echinacea and dandelion (immune-stimulating and appreciated by small mammals); *Pinny Wellness Hay*, with marigold and peppermint (anti-inflammatory, fresh and palatable); *Pinny Relax Hay*, with clover flowers and chamomile (calming and against free radicals); *Pinny Pure Hay*, with a broad variety of herbs.

Uncompressed hay makes it easier for customers to take the right quantity from the package, with less dirt around.

LATEST NEWS: NATURE HAY

Nature Hay joins the four recipes of *Hay by Pinny Premium Line*. The tasty compressed alpine hay for small rodents is 100% natural and comes in handy 1kg bags: it is dedicated to customers looking for the best natural alpine hay without added aroma. Only a broad variety of herbs, harvested at the right maturation in the Alps during spring and summer and dried with extreme care.

Regular use of *Nature Hay Pinny* - and the other recipes of the line - ensures the correct teeth wearing and supports intestinal motility, for the well-being and health of *Pets*.

PLUS FEATURES OF THE LINE

Here are the most popular features of the line *Hay by Pinny Premium Line*.

- Size. 4 recipes supplemented with herbs come in handy 700g packages (rather than common 500g packages), to ensure extra save and handiness. New recipe *Nature Hay* comes in 1kg package.

- Double flavour. Recipes with herbs are supplemented with two different varieties: echinacea and dandelion, marigold and peppermint, clover flowers and chamomile, field and officinal herbs.

- Made in Italy. All hay is guaranteed 100% Italian, harvested in Alps fields and pastures.

- Specific and safe product. Hay from *Pinny Premium Line* comes from crops specifically sown with hay variety suited for *Pets*'. It is later processed with care and dried with techniques that preserve its original aroma and organoleptic features.



Snack innovativi e funzionali

Monge entra nel segmento degli snack per cani e gatti con ben 52 nuove referenze: ecco Monge Gift, la grande novità per il tuo pet shop



Monge Gift è la nuovissima linea rivoluzionaria di snack per gli amici a quattro zampe. Si tratta di alimenti complementari, arricchiti con ingredienti funzionali e con superfood, selezionati per la loro specifica funzionalità ed elevata concentrazione di nutrienti a beneficio dell'organismo animale. Tutte le ricette sono state sviluppate come diete esclusive Grain Free o Gluten Free, formulate senza l'utilizzo di cereali e con un limitato apporto calorico.

La linea Monge Gift offre un'ampia gamma di ricette, tra cui anche snack formulati con una singola fonte proteica animale da associare alle alimentazioni complete secche e umide *Monoprotein* della linea Monge Natural Superpremium sulla base della stessa proteina.

Tutti i prodotti sono senza coloranti artificiali e zuccheri aggiunti e made in Europe.



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



BINOMIO PROTEINA - FUNZIONALITÀ

PER IL CANE:	PER IL GATTO:
Salmone - Skin	Trota - Accrescimento
Coniglio - Immunity	Coniglio - Dental
Maiale - Accrescimento	Maiale - Appetito Difficile
Anatra - Training	Salmone - Hairball
Agnello - Mobility	Merluzzo - Skin
Trota - Mobility	Anatra - Sterilised
Agnello - Digestion	
Vegetale - Digestion	

Proteina e funzionalità: il binomio che caratterizza la linea

Ad ogni proteina è stata associata una specifica funzionalità sulla base delle sue proprietà nutrizionali.

Prelibati snack per cani e gatti

Ogni categoria di prodotto per cani e gatti è composta da più gusti con le relative funzionalità e superfood specifici (superfood della frutta e superfood botanici). Si tratta di ricette tutte ad eliminazione



Grain/Gluten Free e in alcuni casi addirittura monoproteiche o vegetali, formulate con ingredienti funzionali e con carne fresca.

LE CATEGORIE DI SNACK PER CANI:

- SUPER "M" - Piccole "M" estruse monoproteiche.
 - Puppy and Junior Maiale con More;
 - Mobility Support Agnello con Ananas;



- Immunity Support Coniglio con Limone;
- Sensitive Digestion Ceci con Mela;
- Skin Support Salmone con Mirtilli Rossi;
- Training Anatra con Banana.
- STICKS - Morbidi stick con carne fresca >78%.
 - Puppy and Junior ricco in Maiale fresco con Latte;
 - Mobility Support ricco in Trota fresca con Curcuma;
 - Immunity Support ricco in Coniglio fresco con Betaglucani;
 - Sensitive Digestion ricco in Agnello fresco con Castagne;
 - Skin Support ricco in Salmone fresco con Aloe;
 - Training ricco in Anatra fresca con Spirulina.



- DENTAL STICKS AND DENTAL SPONGES - Stick estrusi monoproteici per l'igiene orale.
 - Mini Puppy and Junior Agnello con Anice;
 - Mini Adult Salmone con Salvia;
 - Medium-Maxi Puppy and Junior Maiale con Artiglio del Diavolo;
 - Medium-Maxi Adult Anatra con menta;
 - All breeds Senior Coniglio con Camomilla;
 - All breeds Adult Vegetal con Clorella.



- MEAT BARS - Barrette semi umide con carne fresca >84%.
 - Puppy and Junior ricco in Maiale fresco con Latte;
 - Mobility Support ricco in Trota fresca con Curcuma;
 - Immunity Support ricco in Coniglio fresco con Nucleotidi;
 - Sensitive Digestion ricco in Agnello fresco con Castagna;
 - Skin Support ricco in Salmone fresco con Aloe;
 - Training ricco in Anatra fresca con Spirulina.

- GRANOLA BARS - Barrette estruse monoproteiche con fiocchi di avena.
 - Immunity Support Coniglio con Mandarino;
 - Skin Support Salmone con Melagrana.
- FRUITS CHIPS AND FRUITS BARS - Barrette e chips estruse monoproteiche con frutta.
 - Puppy and Junior Maiale con Kiwi;
 - Mobility Support Agnello con Pera;
 - Training Anatra con Fichi;
 - Sensitive Digestion Patate con Mela.

- ENERGY TOPPING - Liquidi prebiotici energizzanti che stimolano l'appetito.
 - Hypo con Microalghe;
 - Vegetal con Microalghe.



LE CATEGORIE DI SNACK PER GATTI:

● **FILLED AND CRUNCHY** - Pillole co-estruse croccanti all'esterno e con morbido ripieno all'interno.

- *Kitten con Trota e Latte;*
- *Dental con Coniglio e Menta;*
- *Fussy Cat con Maiale e Formaggio;*
- *Hairball con Salmone e Erbagatta;*
- *Skin Support con Merluzzo e Aloe;*
- *Sterilised con Anatra e Mirtilli Rossi.*

● **MEAT MINIS** - Mini snack semi umidi con carne fresca >80%. 3 forme differenti: triangolo, cerchio e quadrato.

- *Kitten ricco in Trota fresca con Mirtilli;*
- *Dental ricco in Coniglio fresco con Mela;*
- *Fussy Cat ricco in Maiale fresco con Ananas;*
- *Hairball ricco in Salmone fresco con Prugna;*
- *Skin support ricco in Merluzzo fresco con Albicocca;*
- *Sterilised ricco in Anatra fresca con Melagrana.*



● **SOFT STICKS** - Morbidi stick semi umidi con carne fresca >80%.

- *Kitten ricco in Trota fresca con Camomilla;*
- *Dental ricco in Coniglio fresco con Salvia;*
- *Fussy Cat ricco in Maiale fresco con Rosa Canina;*
- *Hairball ricco in Salmone fresco con Carciofo;*
- *Skin Support ricco in Merluzzo fresco con Trifoglio Rosso;*
- *Sterilised ricco in Anatra fresca con Melissa.*



● **TOPPING** - Liquidi prebiotici energizzanti che stimolano l'appetito.

- *Hypo con Microalghe;*
- *Vegetal con Microalghe.*

Il concetto tris feeding

Monge Gift offre la possibilità di abbinare i golosi snack della linea selezionando i prodotti Monge secchi e umidi formulati con lo stesso tipo di carne.

Il concetto "Tris Feeding" della linea Monge Natural Superpremium Monoprotein consiste nell'associazione di alimenti secchi, umidi e snack funzionali formulati tutti con lo stesso tipo di carne, per garantire il giusto apporto di gusto e nutrienti durante la vita quotidiana degli amici animali.

● Gli alimenti umidi Monge Monoprotein, formulati con una singola fonte proteica animale, hanno il vantaggio di essere altamente appetibili e fornire una fonte di extra idratazione grazie al loro contenuto di salsa, gelatina e brodo di cottura.

● Gli alimenti secchi Monge Monoprotein, formulati con una singola fonte proteica animale, possiedono invece il vantaggio di apportare energia e nutrienti ed essere di facile somministrazione e conservazione.



• Gli snack funzionali *Monge Gift* sono alimenti complementari arricchiti con ingredienti funzionali e con superfood, selezionati per la loro specifica funzionalità a beneficio dell'organismo animale. Tutte le ricette sono Grain Free o Gluten Free, senza cereali e con un limitato apporto calorico. Tra queste ricette troviamo anche snack formulati con una singola fonte proteica animale, da associare alle alimentazioni complete secche e umide *Monoprotein* di Monge.

La combinazione di alimenti secchi, umidi e snack, tutti con lo stesso tipo di carne, permette dunque di sommare i benefici di tutti e 3 i metodi di alimentazione.

Le modalità di somministrazione da proporre al tuo cliente possono essere due:

1. Somministrare gli alimenti secchi la mattina così da fornire l'energia per la giornata



INNOVATIVE AND FUNCTIONAL TREATS

Monge enters the segment of treats for cats and dogs with 52 new recipes: here is *Monge Gift*, great news for your shop

Monge Gift is the new revolutionary line of pet treats. The complementary food is supplemented with functional ingredients and superfood, selected after their specific functionality and elevated concentration of nutrients for pet's well beings. All recipes are exclusive Grain Free of Gluten Free, without cereals and with limited calorie intake.

Monge Gift offers a broad range of recipes, including treats with a single animal protein source, which can be combined with dry and wet *Monoprotein* formulas from *Monge Natural Superpremium* range according to protein type.

All products are free from artificial colouring agents and added sugar. Moreover, they are made in Europe.

PROTEIN AND FUNCTIONALITY:

the distinguishing pair of the line

Each protein has been associated to a specific functionality, according to its nutritional features.

For dogs: Salmon – *Skin*; Rabbit – *Immunity*; Pork – *Growth*; Duck – *Training*; Lamb – *Mobility*; Trout – *Mobility*; Lamb – *Digestion*; Vegetable – *Digestion*.

For cats: Trout – *Growth*; Rabbit – *Dental*; Pork – *Picky Eater*; Salmon – *Hairball*; Cod – *Skin*; Duck – *Sterilised*.

DELICIOUS TREATS FOR CATS AND DOGS

Each category includes more flavours, with related functionality and superfood (fruit and botanical superfood). They are all Grain/ Gluten Free exclusion diets and even single-protein or vegetable in some cases. They all contain functional ingredients and fresh meat.

DOG TREATS CATEGORIES:

- SUPER "M" – Small "M" extruded, single protein.
 - *Puppy and Junior Pork with Mulberries*;
 - *Mobility Support Lamb with Pineapple*;
 - *Immunity Support Rabbit with Lemon*;
 - *Sensitive Digestion Chickpeas with Apple*;
 - *Skin Support Salmon with Cranberries*;
 - *Training Trout with Banana*.
 - STICKS – Soft sticks with fresh meat >78%.
 - *Puppy and Junior rich in fresh Pork with Milk*;
 - *Mobility Support rich in fresh Trout with Turmeric*;
 - *Immunity Support rich in fresh Rabbit with Betaglucans*;
 - *Sensitive Digestion rich in fresh Lamb with Chestnut*;
 - *Skin Support rich in fresh Salmon with Aloe*;
 - *Training rich in fresh Duck with Spirulina*.
 - DENTAL STICKS AND DENTAL SPONGES – Extruded single-protein sticks for oral hygiene.
 - *Mini Puppy and Junior Lamb with Anise*;
 - *Mini Adult Salmon with Sage*;
 - *Medium-Maxi Puppy and Junior Pork with Devil's Claw*;
 - *Medium-Maxi Adult Duck with Mint*;
 - *All breeds Senior Rabbit with Camomile*;
 - *All breeds Adult Vegetal with Chlorella*.
 - MEAT BARS – Semi-moist bars with fresh meat >84%.
 - *Puppy and Junior rich in fresh Pork with Milk*;
 - *Mobility Support rich in fresh Trout with Turmeric*;
 - *Immunity Support rich in fresh Rabbit with Nucleotides*;
 - *Sensitive Digestion rich in fresh Lamb with Chestnut*;
 - *Skin Support rich in fresh Salmon with Aloe*;
 - *Training rich in fresh Duck with Spirulina*.
 - GRANOLA BARS – Single-protein extruded bars with oat flakes.
 - *Immunity Support Rabbit with Tangerine*;
 - *Skin Support Salmon with Pomegranate*.
- FRUITS CHIPS AND FRUITS BARS – Extruded single-protein bars and chips with fruit.
- *Puppy and Junior Pork with Kiwi*;



e quelli umidi la sera, distribuendo gli snack tra questi due pasti.

2. Mischiare gli alimenti secchi e umidi nella stessa ciotola e suddividerli in 2 pasti da servire uno la mattina e l'altro la sera, distribuendo gli snack tra uno e l'altro.

Valore aggiunto per il tuo pet shop

Per garantire ancor più visibilità alla linea *Monge Gift* all'interno del tuo punto vendita, Monge ha deciso di realizzare un espositore dedicato contenente la gamma completa degli snack.



L'expo *Gift "Poker"* è un espositore in cartone alveolare fruibile su 3 o 4 lati, studiato per contenere tutte le referenze, 32 per il cane e 20 per il gatto: lo strumento ideale per un inserimento di gamma completo! Monge propone inoltre per il tuo pet shop Monge Gift "Totem", un espositore da avancassa perfetto per esporre 6 referenze, super consigliato anche per i negozi di piccole metrature. (G.V.)

- *Mobility Support Lamb with Pear;*
- *Training Duck with Fig;*
- *Sensitive Digestion Potatoes with Apple.*
- ENERGY TOPPING – Invigorating prebiotic liquid stimulating appetite.
- *Hypo with Microalgae;*
- *Vegetal with Microalgae.*

CAT TREATS CATEGORIES:

- FILLED AND CRUNCHY – Co-extruded pillows, crispy on the outside with soft filling.
- *Kitten with Trout and Milk;*
- *Dental with Rabbit and Mint;*
- *Fussy Cat with Pork and Cheese;*
- *Hairball with Salmon and Catnip;*
- *Skin Support with Cod and Aloe;*
- *Sterilised with Duck and Cranberry.*
- MEAT MINIS – Mini semi-moist treats with fresh meat >80%. 3 different shapes: triangle, ring and square.
- *Kitten rich in fresh Trout with Blueberries;*
- *Dental rich in fresh Rabbit with Apple;*
- *Fussy Cat rich in Fresh Pork with Pineapple;*
- *Hairball rich in fresh Salmon with Plum;*
- *Skin support rich in fresh Cod with Apricot;*
- *Sterilised rich in fresh Duck with Pomegranate.*
- SOFT STICKS – Soft semi-moist sticks with fresh meat >80%.
- *Kitten rich in fresh Trout with Chamomile;*
- *Dental rich in fresh Rabbit with Sage;*
- *Fussy Cat rich in fresh Pork with Dog Rose;*
- *Hairball rich in fresh Salmon with Artichoke;*
- *Skin Support rich in fresh Cod with Red Clover;*
- *Sterilised rich in fresh Duck with Lemon Balm.*
- TOPPING – Invigorating prebiotic liquid stimulating appetite.
- *Hypo with Microalgae;*
- *Vegetal with Microalgae.*

TRIS FEEDING CONCEPT

Monge Gift offers the chance to combine delicious treats with Monge dry and wet food with the same type of meat.

The "Tris Feeding" of *Monge Natural Superpremium Monoprotein* line relies on the combination of dry, wet food and functional treats featuring the same type of meat, to ensure the correct flavour and nourishing intake every day.

■ *Monge Monoprotein* wet food features a single animal protein source. They are extremely palatable and provide extra hydration thanks to sauce, jelly and cooking broth.

■ *Monge Monoprotein* dry food contains a single animal protein source. They provide energy and nourishing substances, besides being easy to feed and to preserve.

■ *Monge Gift* functional treats are complementary products supplemented with functional ingredients and superfood, selected after their specific functionality and elevated concentration of nourishing substances. All recipes are Grain Free of Gluten Free, without cereals and with limited calorie intake. There are also treat recipes with a single animal protein source, which can be combined with Monge complete dry and wet *Monoprotein* recipes. The combination of dry, wet food and treats with the same meat type ensures all their beneficial effects together.

You can recommend two ways of food combination:

1. Dry food in the morning, to provide energy for the day, and wet food in the evening, feeding treats in-between.
2. Mix dry and wet food in the same bowl, then divide the food in two meals (morning and evening), feeding treats in-between.

ADDED VALUE FOR YOUR SHOP

In order to ensure extra visibility to *Monge Gift* line in your shop, Monge developed a specific display with the complete treat range. "Poker" *Gift* expo display is made of alveolar cardboard that can be used on three or four sides. It contains all recipes, 32 for dogs and 20 for cats: it is the perfect tool to display the full range. Monge offers *Monge Gift "Totem"* for your shop: the POP display perfect for 6 product varieties, recommended for small shops as well.



Dedicarsi al cliente

Versatilità, fruibilità ed estetica sono in costante evoluzione: la ricerca di soluzioni all'avanguardia rappresenta il pilastro del tuo business



Vuoi rinnovare il tuo negozio ed evitare che il cliente, entrando, trovi accessori un po' noiosi? Perché non pensarli allora come prodotti di espressione di un lifestyle?



Se sei alla ricerca di tutto questo è il momento che tu conosca *Zee.dog*, marchio che va oltre l'essere un semplice brand di accessori e prodotti per animali. Con *Zee.dog* funzionalità e design ricercato e accattivante si uniscono per soddisfare al meglio le esigenze del proprietario pet.

Si tratta di un marchio di lifestyle attento ai nuovi trend, che crea prodotti basandosi esattamente su ciò che i clienti desiderano e che ha coltivato una community di amanti degli animali fortemente coesa che condivide i valori fondamentali dell'amore, del rispetto e del benessere fisico ed emotivo.

Lifestyle che supera le barriere

Zee.dog è distribuito in esclusiva per l'Italia da Hundog, che si dedica interamente alla promozione di questo marchio. Il nome ha origine dalla traduzione della parola cane, "hundo", in esperanto, lingua nata per permettere



hundog

HUNDOG SRL
tel. 3280538520
www.hundog.it
francesco@hundog.it
customers@hundog.it



a tutti i popoli di comunicare senza barriere. La filosofia di Hundog è dunque individuabile persino nel nome, che si fa portavoce del desiderio di unire superando ogni confine. "Connecting dogs and people" e "Unconditional lovers" sono infatti le frasi distintive di *Zee.dog*. La connessione con i propri compagni di vita a quattro zampe e il rispetto per qualunque diversità sono i valori fondanti alla base di questo marchio. (P.S.)

CUSTOMER DEDICATION

Versatility, usability and look are in constant evolution: looking for vanguard solution is the pillar of your business

What if you want to modernise your shop to avoid that customers find your accessories boring? What about considering products as the expression of a lifestyle?

If you are looking for all of the above, then meet *Zee.dog*, not just a brand of pet accessories and products. With *Zee.dog*, functionality and captivating/elegant design combine to fully meet the needs of pet owners.

The lifestyle brand is attentive to new trends and creates products based on what customers are looking for, which created a community of close pet lovers sharing the fundamental values of love, respect and physical/emotional well-being.

LIFESTYLE OVERCOMES BARRIERS

Zee.dog is distributed in exclusive in Italy by Hundog, which is fully committed to promoting the brand. The name comes from Esperanto "hundo": the language was created to allow all people to communicate without barriers. Hundog philosophy is clear starting from the name: gathering everything and overcoming any barriers. "Connecting dogs and people" and "Unconditional lovers" are the distinguishing claims of *Zee.dog*. The connection with pet companions and the respect for every living being are the founding values of this brand.



Differenziati con l'approccio olistico

Una delle tendenze food di moda fra i tuoi clienti è l'alimentazione olistica, che promette innumerevoli benefici sia fisici che mentali



Anche i tuoi clienti meno esperti avranno ormai imparato un termine di uso comune per chi è attento all'alimentazione offerta al proprio amico quattrozampe. La parola è olistico, sostantivo che deriva dal greco ὅλος ovvero "tutto" e rimanda all'individuo nella sua interezza.

Dal punto di vista nutrizionale si tratta di un approccio che promette innumerevoli benefici sia fisici che mentali, intervenendo su ciascuna funzione dell'organismo con un'azione sinergica e al contempo individuale, ripristinando correttamente ogni attività e ricostruendo il corretto equilibrio di cui il corpo necessita per vivere in salute.



Se vuoi seguire questo trend e avere a disposizione in negozio un assortimento di pet food olistico, puoi approfondire la conoscenza di WINNER PLUS, azienda che ha sviluppato WINNER PLUS *holistic*, una gamma di alimenti naturali innovativi, altamente assimilabili e di facile digeribilità per il cane, preparati nel rispetto della filosofia del "Nutrire secondo natura".

I vantaggi dell'olistico

Potrai spiegare al tuo cliente che l'alimentazione olistica è formulata per soddisfare le particolari esigenze alimentari del cane in



WINNER PLUS PET FOOD SRL
tel. 0690375587
www.winnerplus.eu
info@winnerplus.eu



ogni fase di vita ed è ideale sia come dieta di mantenimento che come alimento curativo in presenza di sintomi di malessere.

In WINNER PLUS *holistic* gli ingredienti sono tutti di prima scelta, 100% naturali, selezionati e controllati con gli stessi standard utilizzati per l'uomo e correttamente bilanciati, nel rispetto del fabbisogno quotidiano. Il tuo cliente apprezzerà questo prodotto sano e naturale, preparato con materie prime ricche di principi attivi come gli antiossidanti, indispensabili per la difesa delle cellule e il buon funzionamento del metabolismo.

La formula di WINNER PLUS *holistic* è arricchita con erbe officinali (calendula, finocchio, camomilla, menta, prezzemolo, semi di fieno greco, radice di cicoria, radice di liquirizia, carruba) e frutti rossi (rosa canina, mirtillo, lampone, aronia), con un effetto anti-invecchiamento e antinfiammatorio. WINNER PLUS *holistic* favorisce il sistema immunitario migliorandone l'attività e stimola la flora batterica buona, inibendo la crescita di quella negativa. Sono assenti soia, frumento, uova, latticini e altri ingredienti fonte di allergeni, aromi, coloranti o sapori artificiali.

La filosofia olistica di WINNER PLUS si basa sulla considerazione che il cibo non è solo "carburante" ma anche un modo per raggiun-



gere un benessere fisico globale e totale. In virtù di questo approccio, ciascun ingrediente viene selezionato per intervenire in maniera specifica su ogni singola funzione dell'organismo, poiché il buono stato di tutte le attività garantisce il benessere e la vitalità del cane nella sua interezza.



Olistico e differenziato

All'interno della gamma il tuo cliente proprietario pet potrà trovare l'alimento indicato per il suo amico a quattro zampe in un packaging che riporta informazioni dettagliate di facile lettura a vantaggio della trasparenza e della coerenza verso il consumatore.

- **WINNER PLUS Puppy Junior holistic** con carne fresca di anatra, per cuccioli in ogni fase di crescita e per cani giovani con esigenze intestinali più complesse.
- **WINNER PLUS Adult holistic** con pollo, agnello, riso, per le particolari esigenze dei cani sensibili in qualsiasi fase della loro vita e per soggetti sportivi e/o attivi.
- **WINNER PLUS Salmon & Potato holistic** con salmone e patate, alimento monocarboidrato, mono-proteico e senza carne, per cani che prediligono una nutrizione a base di pesce.
- **WINNER PLUS Lamb & Potato holistic** con agnello e patate, alimento monocarboidrato e mono-proteico per cani sensibili di tutte le età.
- **WINNER PLUS Duck & Potato holistic** con anatra e patate, alimento monocarboidrato e mono-proteico per cani in qualsiasi fase della loro vita. (S.A.)

STAND OUT WITH THE HOLISTIC APPROACH

One of the latest popular trends in food is holistic nutrition, which offers plenty of physical and mental beneficial effects

Even your inexpert customers know the term that is popular among those attentive to their pet's diet. The term holistic comes from Greek ὅλος which means "entirety".

The holistic approach offers plenty of physical and mental beneficial effects: it affects each functionality with a combined and individual effect, which correctly restores functionalities and the correct balance necessary to stay healthy.

If you wish to follow this trend and rely on a range of holistic pet food in your shop, then contact WINNER PLUS. The company developed *WINNER PLUS holistic*, the range of natural innovative dog food, easy to absorb and to digest: they fully respect the "Nourish naturally" philosophy.

ADVANTAGES OF HOLISTIC NUTRITION

You can explain customers that holistic nutrition meets the special nutritional needs of dogs throughout all life stages and it is perfect as maintenance diet and as treating ailments in case of ill being.

The ingredients of *WINNER PLUS holistic* are top quality, 100% natural, selected and controlled with human-grade standards. Moreover, they are correctly balanced to respect the pet's daily needs. Customers will love these healthy and natural food, made with raw ingredients rich in active principles such as antioxidants, necessary to protect cells and for the correct operation of metabolism.

The formula of *WINNER PLUS holistic* is supplemented with herbs (marigold, fennel, camomile, mint, parsley, Greek hay seeds, chicory root, liquorice root, carob) and red fruits (dog rose, cranberry, raspberry, aronia), with anti-ageing and anti-inflammatory effect. *WINNER PLUS holistic* supports the immune system by improving its activity and stimulating good bacterial flora, avoiding the growth of the bad bacterial flora. Formulas are free from soy, wheat, eggs, dairy products and other allergens or artificial flavouring and colouring agents.

According to the holistic philosophy of *WINNER PLUS*, food is not only "fuel" but also a way to reach total and global well-being. Each ingredient is selected for its specific effect on the organism functionalities: the health of all functionalities ensures dogs' global well-being and vitality.

HOLISTIC AND DIFFERENT

Customers can find the right product for their pets within the range: the packaging features clear and detailed information, to the advantage of transparency and coherence towards customers.

- **WINNER PLUS Puppy Junior holistic** with fresh duck, for growing puppies and young dogs with special intestinal needs.
- **WINNER PLUS Adult holistic** with chicken, lamb and rice. For the special needs of sensitive dogs throughout their life and for sporty and/or active dogs.
- **WINNER PLUS Salmon & Potato holistic** single-carbohydrate and single-protein food without meat, for dogs loving fish.
- **WINNER PLUS Lamb & Potato holistic** single-carbohydrate and single-protein food for sensitive dogs of all ages.
- **WINNER PLUS Duck & Potato holistic** single-carbohydrate and single-protein food for dogs of all ages.



A supporto del sistema urinario

La linea dietetica *Exclusion* per gatti è stata rinnovata con il restyling di due alimenti ma soprattutto con il lancio di due nuovi prodotti... anzi tre



Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula è una linea con formulazione monoproteica che propone alimenti dietetici realizzati con fonti alternative di proteine, ingredienti innovativi, privi di glutine e preservati con tocoferoli naturali.

Le tre ricette più recenti (*Renal fase I*, *Renal fase II* e *Urinary*), vere e proprie novità per quanto riguarda la linea gatto, sono state formulate secondo la filosofia nutrizionale che accomuna tutta la linea,

mentre le referenze *Hypoallergenic* e *Intestinal* sono state oggetto di restyling.



DORADO SRL
tel. 042659140
fax 0426308158
www.exclusion.it
infoservice@exclusion.it



fornisce sia la prevenzione che la cura. Ogni organo di questi sistemi (vescica, reni, uretra, uretere...) ha una propria funzione specifica e precisa che, se compromessa, può portare a problematiche anche molto gravi.

Le patologie renali

I reni sono di fondamentale importanza perché hanno il compito di rimuovere le sostanze di scarto dal sangue e mantenere il giusto equilibrio dei fluidi e dei minerali nell'organismo. Se i reni non riescono a svolgere la loro funzione le conseguenze possono essere molto gravi, come nel caso dell'insufficienza renale (acuta o cronica).

I gatti possono manifestare i primi sintomi di insufficienza renale precocemente ma i segni della patologia avanzata compaiono solo quando purtroppo il 75% della funzionalità renale è già compromessa. Una diagnosi precoce permette al medico veterinario di intervenire, e l'alimentazione ha un ruolo fondamentale nella gestione dell'Insufficienza Renale Cronica.

Altra patologia legata all'apparato renale sono i calcoli a base di ossalati. Le cause della loro comparsa sono molteplici ma più frequentemente sono da ricercare in diete non corrette con alimenti di scarsa qualità. La presenza di calcoli porta poi a diverse complicanze, tra cui l'infiammazione della vescica e le conseguenti cistiti.

Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Renal Maiale & Piselli e Riso è un alimento dietetico monoproteico formulato in due fasi (Fase I e Fase II) per supportare gatti con insufficienza renale cronica o con calcoli a base di ossalati. La prescrizione e l'utilizzo di un alimento (Fase I) o dell'altro (Fase II) avviene in base allo stadio e alla gravità della malattia, sempre sotto consiglio e controllo del medico veterinario.

Un rimedio mirato per ogni patologia

Sai bene anche tu negoziante che i sistemi urinario e renale del gatto sono molto delicati. È importante dunque ricordare sempre al cliente quanto sia fondamentale la prevenzione delle patologie legate a questi apparati, anche mediante l'alimentazione, che a volte





- **MONOPROTEIN FORMULA:** formulato con una sola fonte proteica animale per ridurre al minimo il rischio di intolleranze alimentari e ingredienti disidratati per un maggior apporto di nutrienti.
- **1+2:** entrambe le ricette sono realizzate con una sola fonte alternativa di proteine animali (solo maiale disidratato) e due fonti amidacee (piselli e riso).
- **PHASE I - LOW PROTEIN:** moderato tenore proteico, ma di alta qualità, per alleviare il carico renale.
- **PHASE II - VERY LOW PROTEIN:** ridotto tenore proteico, ma di alta qualità, per alleviare il carico renale.
- **LOW OXALATE:** bassa concentrazione di calcio, vitamina D e con sostanze alcalinizzanti dell'urina per ridurre la formazione dei calcoli a base di ossalati.
- **LOW PHOSPHORUS AND SODIUM:** bassa concentrazione di fosforo e di sodio per supportare la funzionalità renale.



SUPPORT THE URINARY SYSTEM

Exclusion dietary line for cats has been renewed: two recipes have been restyled, besides the launch of three new products

Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula is the line with single-protein formulas. The dietary recipes feature alternative sources of proteins, innovative ingredients, free from gluten and preserved with natural tocopherols.

The three most recent recipes (*Renal step I*, *Renal step II* and *Urinary*) are brand new for the cat line: they share the same nutritional philosophy of the line. *Hypoallergenic* and *Intestinal* have been restyled.

SPECIFIC SOLUTION TO EVERY DISEASE

As retailer, you already know that cats' urinary and renal system are very delicate. It is important to re-mind customers how fundamental it is the prevention of related diseases: even nutrition, which some-times can both prevent and treat. Each organ of these system (bladder, kidneys, urethra, ureter...) has a specific function: if compromised, this can lead even to serious problems.

RENAL DISEASES

Kidneys are fundamental, because they remove waste from blood, preserving the right balance of fluids and minerals in the organism. If they cannot fulfil their mission, there might be serious consequences, just like for renal insufficiency (acute or chronic). Cats can show early symptoms of renal insufficiency; however, the symptoms of advanced diseases only occur when 75% of their renal functionality is already damaged. Early diagnosis will help veterinarian slow down the disease. Diet plays a fundamental role in managing Chronic Renal Insufficiency.

Another disease related to the renal system is oxalate calculi. Their cause might be various, but they are most frequently related to incorrect diets with low-quality food. Calculi also lead to various complications, including bladder inflammation and cystitis.

Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Renal Pork & Peas and Rice is the single-protein food in two steps (Step I and Step II) that support cats with chronic renal insufficiency or with oxalate calculi. The prescription and use of one (Step I) or the other (Step II) varies according to stage and gravity of the diseases: only veterinarians can recommend the right product.

- **SINGLE-PROTEIN FORMULA:** one animal protein source to reduce the risk of food intolerance, plus dehydrated ingredients for extra nourishment.
- **1+2:** one dehydrated protein source (dehydrated pork only) and 2 carbohydrate sources (peas and rice).
- **PHASE I - LOW PROTEIN:** reduced intake of high-quality proteins to relieve renal load.
- **PHASE II - VERY LOW PROTEIN:** reduced intake of high-quality proteins to relieve renal load.
- **LOW OXALATE:** low concentration of calcium, vitamin D plus the presence of urine-alkalizing substances to reduce the formation of oxalate calculi.
- **LOW PHOSPHORUS AND SODIUM:** low quantities to support renal functionality.
- **MICROBIOME PLUS (FOS, MOS AND GOS):** to promote intestinal health.
- **NATURAL PRESERVATION:** only natural antioxidants to preserve food from oxidating damage.



- **MICROBIOME PLUS (FOS, MOS E GOS):** per promuovere la salute intestinale.
- **NATURAL PRESERVATION:** contiene solo antiossidanti naturali per preservare l'alimento dal danno ossidativo.

Le patologie urinarie

I problemi alle vie urinarie possono causare dolore e disagio al gatto. Forse la più comune è l'urolitiasi, ovvero la formazione nella vescica o nel tratto urinario di calcoli (detti uroliti), sotto forma di accumulo di minerali che, se in quantità eccessiva, non riescono ad essere espulsi e iniziano a cristallizzare.

Le cause scatenanti possono essere le infezioni dell'apparato urinario, il pH basico dell'urina, una dieta poco corretta o la predisposizione genetica. Se la causa della formazione dei calcoli è un'infezione, la prima cosa da fare è sicuramente trattarla, ma se i calcoli presenti sono di piccole dimensioni e non creano particolare disagio nell'animale, un'alimentazione dietetica specifica può favorire la dissoluzione dei calcoli ed evitare la formazione di recidive.

Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Urinary Maiale & Piselli e Riso è un alimento dietetico monoproteico formulato per supportare nutrizionalmente i gatti che soffrono di calcoli di struvite.

- **MONOPROTEIN FORMULA:** formulato con una sola fonte proteica animale per ridurre al minimo il rischio di intolleranze alimentari e ingredienti disidratati per un maggior apporto di nutrienti.
- **1+2:** formulato con un'unica fonte proteica animale (solo maiale disidratato) e 2 fonti di carboidrati (piselli e riso).
- **LOW PH:** acidificazione del pH urinario per la dissoluzione e la riduzione di recidive dei calcoli di struvite.
- **LOW MAGNESIUM:** bassa concentrazione di magnesio per ridurre la formazione dei calcoli di struvite.
- **URINE DILUTION:** diluizione dell'urina per ridurre i rischi di formazione dei calcoli di struvite.
- **MICROBIOME PLUS (FOS, MOS E GOS):** per promuovere la salute intestinale.
- **NATURAL PRESERVATION:** contiene solo antiossidanti naturali per preservare l'alimento dal danno ossidativo. (A.R.)



URINARY DISEASES

Urinary disorders can cause pain and discomfort in cats. The most common disease is urolithiasis, the formation of calculi (uroliths) in the bladder or in pets' urinary track. They start with a clump of various minerals contained in pets' urine: if the concentration is excessive, the organism might find it hard to throw them out and they will start to crystallize.

The causes might be related to urinary infections, urine basic pH, the wrong diet or genetic inclination. If the cause is an infection, recommend customers to treat it. However, if calculi are small and they are not particularly annoying, a specific diet might help dissolve them and avoid relapse.

Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Urinary Pork & Peas and Rice is the single-protein dietary food that nutritionally supports cats suffering from struvite calculi.

- **SINGLE-PROTEIN FORMULA:** one animal protein source to reduce the risk of food intolerance, plus dehydrated ingredients for extra nourishment.
- **1+2:** one dehydrated protein source and 2 carbohydrate sources.
- **LOW PH:** acidification of urinary pH for the dissolution of struvite calculi and the reduction of relapse.
- **LOW MAGNESIUM:** reduced quantities of magnesium to avoid the formation of calculi.
- **URINE DILUTION:** to reduce the formation of calculi.
- **MICROBIOME PLUS (FOS, MOS AND GOS):** to promote intestinal health.
- **NATURAL PRESERVATION:** only natural antioxidants to preserve food from oxidating damage.



NOTIZIE BREVI

CHAMPION PETFOODS ENTRA NELL'UNIVERSO MARS

Mars Petcare, parte di Mars Incorporated, ha annunciato di aver firmato un accordo definitivo per l'acquisizione di Champion Petfoods - leader nella produzione di pet food - da un gruppo di investitori guidato da Bedford Capital and Healthcare dell'Ontario Pension Plan. Presente da oltre 35 anni sul mercato con i due marchi *Orijen* e *Acana* diffusi in oltre 90 Paesi, Champion Petfoods è una scelta strategica per Mars Petcare, che permette alla multinazionale di integrare il suo portafoglio globale di prodotti per la nutrizione degli animali domestici e per la loro salute crescendo rapidamente, dato che i proprietari pet ricercano sempre più alimenti per animali ricchi di nutrienti. Ikdeep Singh, Global President di Mars Pet Nutrition, ha dichiarato: "Siamo entusiasti di accogliere Champion Petfoods con le sue oltre 800 persone di talento nella famiglia Mars Petcare. Il team Champion Petfoods è stato un pioniere nello sviluppo di alimenti naturali di alta qualità e premium per animali domestici".

Info: www.mars.com



L'AVVOCATO DALLA PARTE DEGLI ANIMALI

Norme, avvertenze e soluzioni in una guida pratica alla convivenza: nel volume *DIRITTI A 4 ZAMPE*, edito da Sperling & Kupfer, Salvatore Cappai, avvocato civilista, aiuta i tuoi clienti a vivere in serenità con i propri animali, rispettando non solo la loro natura ma anche le leggi che regolano la loro convivenza con l'uomo. L'autore ha scelto di parlare in modo semplice, empatico e accessibile di tutte le norme che regolano la vita



con cani, gatti, criceti o pappagalli. Il risultato è una guida pratica e agile per gestire ogni situazione quotidiana, dai viaggi alla convivenza condominiale; da come accedere ai diversi luoghi pubblici (ristoranti, supermercati, parchi, spiagge, ospedali) nel rispetto di tutti e senza rischi per il proprio pet, alle responsabilità

che ogni proprietario deve assumersi quando accudisce uno o più animali; dalle possibilità di affidamento in caso di separazione tra coniugi o conviventi, fino a come procedere se si vuole dare loro una degna sepoltura.

Info: www.sperling.it

ZOOMARK, AGGIUNTO UN PADIGLIONE

Si amplia l'area espositiva di *Zoomark International 2023*, il Salone internazionale dei prodotti e delle attrezzature per gli animali da compagnia in programma a BolognaFiere dal 15 al 17 maggio del prossimo anno. L'elevato numero di adesioni ha reso necessario aggiungere un nuovo padiglione a quelli inizialmente previsti. La new entry è il padiglione 21, che va ad aggiungersi agli altri ormai sold out, integrandosi perfettamente al layout della fiera.

Rispetto alle passate edizioni, *Zoomark International 2023* comincia così a segnare nuovi record. Ad oggi si sviluppa sulla superficie più vasta di sempre, circa 60.000 metri quadrati, distribuiti in ben 6 padiglioni: 21, 25, 26, 28, 29 e 30, più l'Area Mall.

Info: www.zoomark.it



PET IN AEREO CON IL PROPRIETARIO

Dal 1 novembre scorso i proprietari pet possono portare con sé il proprio amico a quattro zampe nella cabina dell'aereo sui voli della compagnia indiana Akasa Air. L'auspicio di tutti gli operatori del settore è che questa novità lanciata da una compagnia asiatica si possa estendere anche ad altre compagnie aeree europee. Il servizio Pets è in linea con la visione di Akasa di creare un'esperienza di viaggio inclusiva e più umana. In cabina, insieme al loro compagno umano, possono viaggiare pet fino a un massimo di 7 kg di peso. Gli animali con un peso superiore sono alloggiati nel vano di carico.

Info: www.akasaair.com



LA TOELETTATURA DEL BARBONE

in collaborazione con Paola Acco

La toelettatura del barbone sicuramente è una delle più complesse, poiché necessita di una grande manualità nell'utilizzo della forbice e della capacità visiva di impostare sul cane il taglio ideale a regola d'arte.

Scheda tecnica: il barbone in terrier clip

Per ottenere un ottimo risultato il punto di partenza è sicuramente un accurato lavaggio, seguito poi da un buon trattamento e dalla cardatura del pelo.

Il taglio in terrier clip prevede, a seconda della zona, una specifica e diversa rasatura. In particolare:

- zone dei piedi e interno orecchio: testina 40 (0,6mm);



STYLIST DOG TOELETTATURA
DI DENIS EROS VOLO
tel. 0934 680312
cell. 329 7380850
www.stylistdog.it
denis31@live.it



- zona muso, guance e sottogola a forma di "V": testina 10 (1,5mm);
 - zona orecchio esterno, scudetto e sottopancia: testina 10 (1,5mm);
 - zona posteriore della coda: testina 9 mm.
- Tutto il resto del corpo verrà invece toelettato interamente a forbice.

Per ottenere un'ottima toelettatura, dopo aver ben posizionato il cane sul tavolo, raseremo le zone di muso, guance e gola partendo dall'interno degli occhi fino alla punta del tartufo, mentre dall'esterno dell'occhio fino all'attaccatura dell'orecchio scenderemo sulla gola creando una "V".

Dall'attaccatura dell'orecchio fino alla punta inferiore raseremo invece la zona interna ed esterna.

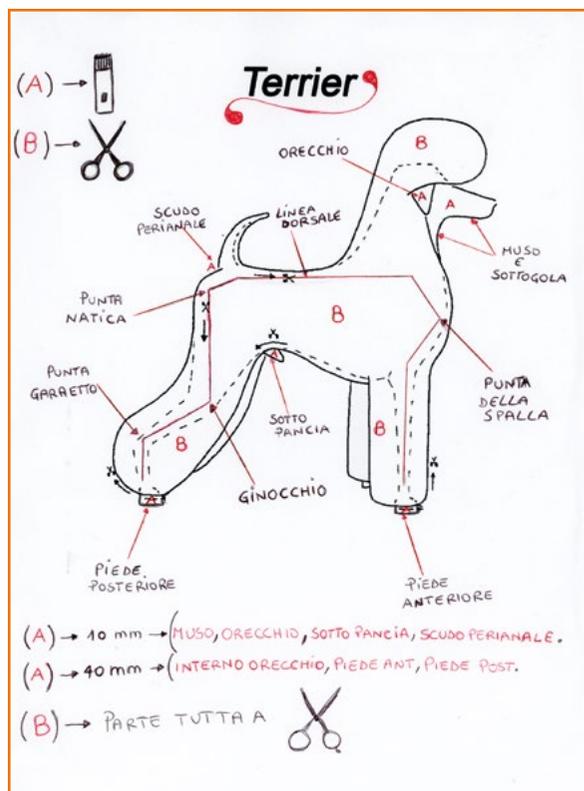
Ci sposteremo poi nella zona sottopancia, genitali e scudetto rasando accuratamente le parti, e infine toseremo i piedini, prestando molta attenzione alle zone interne ed esterne.

Le parti da toelettare a forbice

Per ottenere un ottimo taglio, bisogna impostare la linea del cane con dei punti di riferimento, raccordarli e rifinirli.

Il pelo va tagliato nel senso della crescita. È consigliabile partire dalle zone più sensibili per poi arrivare a quelle più semplici così, se il cane dovesse spazientirsi, il grosso del lavoro sarebbe già finito.

Dopo la rasatura, procediamo con la forbice



con un'inclinazione a 45 gradi partendo dalla punta della natica verso l'attaccatura della coda, continuando lungo la groppa e realizzando una linea dritta fino al garrese, cercando di mantenere il pelo molto corto per evidenziare maggiormente il collo del cane.

Completata la parte dorsale, ci spostiamo dalla punta della natica posteriore fino alla piega della gamba, assicurandoci che il pelo sia molto corto.

Da lì procediamo poi con i laterali del cane segnando la grassella all'incirca all'altezza del rene, creando la separazione delle due zone: quella anteriore, dove lavoreremo costato e torace, e quella posteriore della coscia. Quindi ci spostiamo nella zona della natica immaginando una linea retta che arrivi alla punta della spalla, per evidenziare lo stacco del petto con la gamba.

Modelliamo poi gli arti anteriori in modo che sembrino due piccoli tronchi, mentre per quanto riguarda gli arti posteriori creiamo sì dei tronchi, ma seguendo la linea del ginocchio. Dalla zona collo ci raccordiamo al garrese, facendo molta attenzione a non tagliare dietro le orecchie.

In ultimo completiamo il lavoro con la zona della testa, assicurandoci di aver conferito una buona proporzione al soggetto. Tenendo il muso inclinato verso il basso pettiniamo il ciuffo verso la schiena creando con la forbice l'attaccatura dell'orecchio. Rimettendo poi il muso in posizione normale e, pettinando il ciuffo in avanti e scuotendolo per far sì che ritorni in posizione naturale, andiamo infine a rifinire testa e collo a forbice.



DENIS EROS VOIO

Toellettatore per professione e passione, fin da piccolo è sempre stato affascinato dal mondo della cinofilia, argomento che ha sempre approfondito e sviluppato. Nel 2015 ha deciso di frequentare un corso professionale di toellettatura presso la Scuola di Ferruccio Soave a Villafranca di Verona e dopo un anno circa, nel 2016, ha aperto una propria attività a Caltanissetta, sua città natale, dove da subito ha riscontrato un grande successo. Nel frattempo ha partecipato a diversi stage formativi, correttivi e cosmetici e a diverse competizioni di toellettatura, ottenendo grandi risultati. Nel gennaio 2020 si è classificato al 3° posto in classe Barbone Gigante al Campionato Italiano Internazionale; nel febbraio 2020 ha ottenuto il 2° posto in Francia in classe Spaniel e nel novembre 2021, in Spagna, ha conquistato la medaglia d'oro per il 1° posto in classe Barbone Gigante all'Artero Grooming Slam. Nel giugno 2022 ha fatto l'en plein: premio speciale Spaniel, 2° posto classe Barbone, 3° posto classe Altri Peli e infine, il più importante, il Premio Gran Corona: è stato eletto Toellettatore dell'Anno 2022.



COME IN PASSERELLA

Un piccolo negozio di quartiere con una grande storia da raccontare, fatta di amore per gli animali e per il mondo della moda

Entrando da *Animal Food*, nel cuore del quartiere Monteverde Nuovo a Roma, si nota subito qualcosa di speciale... un'aria di creatività e ispirazione quasi artistica.

Facendo poi due chiacchiere con la proprietaria, Rebecca Giannini, ecco svelato il perché.



Rebecca racconta dei suoi studi presso l'Accademia di Costume e Moda che le hanno trasmesso un'attenzione particolare per design e fashion. "Quando ero giovane" racconta, "sognavo di diventare stilista. Poi un giorno un'amica mi ha chiesto se volessi rilevare il suo negozio di animali. Non avevo alcuna

esperienza nel commercio, ma ho voluto provare a mettermi in gioco e la mia passione per gli animali ha fatto il miracolo. Ed eccomi qui, dopo quasi 18 anni".

Dal fashion alla moda per cani

Nel 2006 Rebecca inizia a dedicarsi con dedizione a questa nuova attività rilevando *Animal Food*, un negozio presente nel quartiere fin dagli anni '80. Forte della sua identità e della sua formazione professionale, trova ispirazione negli studi di fashion e design per rendere unico il punto vendita esprimendo la sua piena creatività tra quelle quattro mura, invece che sulle passerelle. La prima cosa che il cliente nota entrando in negozio è infatti un delizioso armadietto per Fido, tributo alla passione per la moda che diventa



ANIMAL FOOD
tel. 0645420170
animalfood2006@libero.it



desiderio di vestire i cani di tutte le taglie, anche con una linea di cappottini disegnata in prima persona.

Musa, fonte di ispirazione

Vincente è stata l'idea di personalizzare il brand. "Ho preso carta e matita e ho disegnato il logo del mio negozio... E a chi potevo dedicarlo, se non a Musa? Come molti bambini nati negli anni '70 amavo Lassie, la bellezza di quella razza mi lasciava senza fiato. Quando ne vedevo uno mi incantavo a guardarlo per la sua andatura elegante e la folta gorgiera. E ben presto mi sono ritrovata la fortunata proprietaria di Musa, una splendida collie che è tuttora la mia fonte di ispirazione. Ho dedicato il mio negozio a lei,



che oggi ha 16 anni, compiuti lo scorso mese di ottobre”.

Grazie alla sua abilità nel disegno, Rebecca ha deciso dunque di stilizzare il bel profilo di Musa facendolo diventare il logo di *Animal Food*, immediatamente riconoscibile soprattutto fra altri appassionati di questa razza. Il logo diventa anche un gadget di oggetti originali che ogni anno a Natale vengono regalati ai tanti clienti fidelizzati.

La forza del piccolo negozio

Ancora oggi in un piccolo negozio di quartiere come *Animal Food* quello che differenzia è il rapporto di fiducia con il cliente, fatto di confidenza e quotidianità. Rebecca è una vera amante degli animali, gentile e appassionata ma soprattutto sempre informata su tutto quello che concerne nutrizione e cura. La sua passione è innata, fin da piccolissima era attratta da piccoli e grandi animali, soprattutto cavalli.

La filosofia di *Animal Food* è puntare su alimenti particolari di alta gamma e su abbigliamento di alta moda, per rivolgersi a una clientela che ama differenziarsi e che sceglie la qualità per offrire il meglio ai propri amici a 4 zampe.

“In un negozio di quartiere” spiega Rebecca, “competenza e professionalità sono fondamentali: noi siamo l’anticamera del veterinario, siamo le prime persone a cui si rivolge un proprietario quando ha bisogno di un consiglio o di un aiuto”.

Un momento assolutamente glam

Nel corso dei 18 anni di presenza a Roma, Rebecca ha sperimentato alcuni elementi di innovazione. “Ho cercato di fidelizzare il cliente



con il sorriso offrendo tutta la mia competenza e professionalità. Mi sono avvalsa anche di un mezzo di fidelizzazione alternativo denominato social shop, che all'epoca era molto innovativo, improntato su una app. Già negli anni '90 volevo essere all'avanguardia: proponevo una card personalizzata con la quale, al raggiungimento di una determinata soglia di punti, il cliente veniva premiato con una ricarica telefonica". *Animal Food* ha sempre organizzato eventi e promozioni tramite Facebook, ma soprattutto Rebecca ha avuto modo di esibire il suo lato fashion mettendo in passerella le proprie creazioni e facendo sfilare la linea di cappottini per cani disegnata di suo pugno, un momento assolutamente glam... all'interno di un maneggio. Una seconda sfilata, a cui hanno partecipato anche altri negozianti della piazza coinvolti dal comitato di quartiere, si è svolta proprio nel piccolo parco di fronte ad *Animal Food*.



PASSEGGIA E... REGISTRA

Dog Walk è l'app da consigliare al tuo cliente che vuole monitorare le sue passeggiate con Fido

Compagno inseparabile delle nostre vite, lo smartphone è per molti anche uno strumento per monitorare camminate e corse, controllare i passi fatti, la durata del giro in bici, della partita a calcio o della sciata. L'app *Dog Walk* risulta originale perché permette al tuo cliente di fare attività fisica insieme al proprio cane registrando i dati delle classiche passeggiate giornaliere, ma anche le attività sportive.

L'app ha un funzionamento molto semplice. Basta premere il pulsante Start e *Dog Walk* si preoccuperà di tutto il resto. L'app registra dati relativi a distanza, durata, mappa, calorie bruciate, numero di passi e velocità, creando di fatto un diario completo, o meglio un registro con tutti i dati per tenere sotto controllo il proprio allenamento e quello del proprio cane, sia su iPhone che su Apple Watch.

Durante il percorso il tuo cliente potrà eseguire una serie di operazioni aggiuntive tramite apposite funzionalità, come segnalare i luoghi nei quali Fido ha effettuato i suoi bisogni, scattare una foto o condividere la posizione in tempo reale con gli amici.

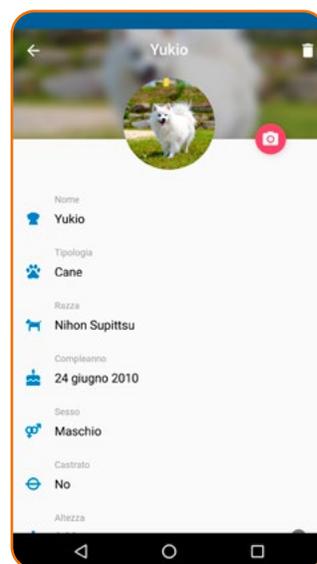
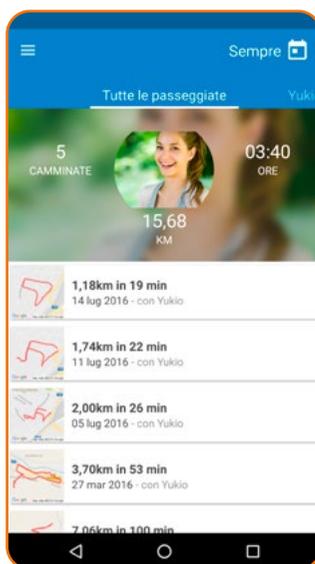


Un motivo in più per la passeggiata con Fido

L'app è pensata per essere utilizzata più volte al giorno e per controllare lo stato del proprio allenamento in modo dettagliato.

Oltre al versante fitness, *Dog Walk* permette di scattare un selfie insieme al proprio cane in modo da rendere il proprio diario giornaliero ancora più completo, potendolo naturalmente condividere sui social.

Funziona inoltre anche come motivatore personale, ricordando al tuo cliente quando è arrivato il momento di uscire per fare attività fisica o, semplicemente, per portare a spasso il suo cane.





TESTOLINA PROBLEMATICA?

La selezione spinta di alcune razze canine può portare con sé delle problematiche non indifferenti, che possono causare conseguenze anche importanti per la salute dell'animale

LINDA SARTINI

Quanto piacciono i cani di taglia mini o toy ai clienti del pet shop? Ormai sembrano essere quelli più “gettonati” e di moda, un po’ perché suscitano un certo senso di protezione nei proprietari e un po’ perché, così piccoli, danno l’idea di poterli portare sempre con sé, anche in borsetta. Di conseguenza il mercato risponde alle tendenze e gli allevatori, per soddisfare la richiesta, spingono sempre più la “produzione” incentivando, attraverso la selezione, la manifestazione di quei caratteri distintivi della razza che non sempre sono però vantaggiosi. Per questo motivo le razze brachicefale hanno il muso sempre più schiacciato con conseguenti problemi respiratori (la ben nota “sindrome brachicefalica”), i bassotti soffrono sempre più di ernia del disco e si osservano con sempre maggior frequenza problemi caratteristici di alcune razze mini come lo starnuto inverso, la lussazione della rotula, talune patologie cardiache o l’idrocefalia, oggetto di questo articolo.

Insomma ogni razza, soprattutto se soggetta a una selezione spinta e a continui incroci in consanguineità, ha i suoi problemi.

Cos’è l’idrocefalia

In parole semplici è una patologia in cui si verifica l’accumulo di liquido cefalorachidiano all’interno del sistema ventricolare il quale, in tutta risposta, si dilata per l’aumento della pressione endogena. Questa pressione anomala determina una compressione sul tessuto nervoso che va incontro a ipoplasia e atrofia, con conseguenti danni neurologici. Esistono fonda-



Nel chihuahua la testa arrotondata è una caratteristica molto ricercata



mentalmente due tipologie di idrocefalo. Il congenito, presente dunque dalla nascita, è sicuramente il più frequente e caratteristico di alcune razze canine e può presentarsi in forma progressiva più o meno grave. L'idrocefalo acquisito è invece un po' più raro e secondario solitamente ad altre patologie - come neoplasie, traumi o fenomeni infiammatori - in grado di determinare iperproduzione di liquido o di ostacolarne il drenaggio. L'idrocefalia di nostro interesse è indubbiamente quella di tipo congenito, che può iniziare a manifestarsi in forma più o meno evidente già a partire dalle prime settimane di vita del cucciolo.

Le razze maggiormente interessate

L'idrocefalo congenito interessa soprattutto le razze di taglia mini ed è molto più raro in quelle di taglia medio-grande e maxi. La razza più colpita, statisticamente parlando, è il chihuahua ma l'alterazione può presentarsi con una certa frequenza anche nel pinscher, nello spitz, nel barboncino, nel carlino, nel bulldog, nel bouledogue francese, nel volpino, nel boston terrier e nello yorkshire. E la lista potrebbe essere ancora lunga. Come già accennato, il chihuahua è la razza sicuramente più colpita: nel cucciolo, nel quale le ossa del cranio non sono ancora completamente calcificate, la pressione esercitata dal liquido cefalorachidiano determina una deformazione della calotta cranica che assume il tipico aspetto "a sfera" o "a pallina", molto caratteristico. Quanto più la testolina del giovane animale è rotonda e gonfia, tanto più spesso sottende a questo tipo di problema... Bella, senza dubbio, ma segno di una patologia congenita non trascurabile.

Segni clinici e problemi correlati

Qualunque alterazione anatomica e fisiologica comporta sempre delle conseguenze che si ripercuotono sulla salute dell'animale. Abbiamo detto che l'idrocefalo è l'accumulo di liquido cefalorachidiano all'interno delle cavità ventricolari con conseguente aumento della pressione e compressione dei tessuti nervosi. Cosa comporta tutto

Ogni razza, soprattutto se soggetta a una selezione spinta e a continui incroci in consanguineità, ha i suoi problemi



Cucciolo di chihuahua con testa spiccatamente arrotondata

PERCHÉ NE ABBIAMO PARLATO?

Le patologie congenite, soprattutto quella descritta in questo articolo, sono più frequenti di quanto non si pensi. Conoscere la predisposizione di razza è importante anche per il negoziante specializzato il quale, in questo modo, saprà cosa aspettarsi e potrà fare attenzione per quanto riguarda l'acquisto di soggetti da proporre ai clienti, scegliendo allevatori che possano fornire delle garanzie relative ai propri cuccioli e consigliando più che mai al proprietario di rivolgersi sempre al medico veterinario nell'immediato post acquisto o adozione.





L'alterazione può presentarsi con una certa frequenza anche in altre razze. Nella foto, uno spitz

ciò? Il cane affetto da idrocefalia in forma lieve o in fase iniziale può non mostrare sintomi e, se l'equilibrio si mantiene stabile, la patologia potrebbe non manifestarsi per tutta la vita dell'animale. Ma in caso contrario, tra i segni clinici possiamo aspettarci una sintomatologia prevalentemente di tipo neurologico: incoordinazione motoria, equilibrio instabile, movimenti circolari senza apparente motivo, problemi alla vista (fino alla cecità), udito deficitario, difficoltà nell'apprendimento, depressione, testa tenuta premuta contro il muro (nel tentativo di alleviare il fastidio), cambiamenti nel comportamento, aggressività ingiustificata, iper-reattività ad alcuni stimoli, accrescimento stentato, testa ruotata da un lato, episodi convulsivi, disorientamento, letargia. Questi sintomi possono essere tutti più o meno presenti e con diverso grado di gravità. Nei casi estremi le condizioni di vita del paziente possono diventare insostenibili e non compatibili con una sopravvivenza dignitosa.

Fondamentale è la diagnosi precoce: i soggetti appartenenti a razze predisposte o che mostrano specifici segni clinici andrebbero fatti valutare con attenzione dal veterinario di fiducia

Prevenire o curare?

Per via farmacologica è possibile ridurre la pressione intracranica, favorendo il drenaggio del liquido cefalorachidiano o riducendo la sua produzione, e controllare alcuni dei segni clinici. Ma spesso tutto ciò non è sufficiente e bisogna ricorrere alla chirurgia. Molto più importante è la prevenzione ma non esistono al momento per quanto ci risulta test genetici predittivi, quindi i riproduttori affetti dal problema andrebbero esclusi dagli accoppiamenti poiché con buona probabilità trasmetteranno la predisposizione alla patologia alla loro cucciolata.

Fondamentale è poi la diagnosi precoce: i soggetti appartenenti a razze predisposte o adulti e sub-adulti che mostrano i segni clinici descritti andrebbero fatti valutare con attenzione dal veterinario di fiducia, eventualmente con il supporto di colleghi esperti in neurologia e di una diagnostica per immagini avanzata (ad es. TAC e Risonanza Magnetica).





È VERO CHE...

Continua la nuova rubrica che vuole aiutare il gestore del pet shop a rispondere a ogni quesito, anche il più strano, posto dal cliente curioso e appassionato

LORENA QUARTA

È vero che... il cane può soffrire di ansia da separazione?

Verissimo, l'ansia da separazione colpisce il cane ogni volta che viene separato dalla sua famiglia: sia se viene portato in un ambiente nuovo (in pensione, ed esempio), sia se lasciato solo in casa. Allo stress causato da una situazione sgradita, si accompagnano fenomeni come dispetti (anche il cane più educato può cominciare a fare i suoi bisogni per tutta la casa), ululati (che possono continuare per ore, fino al ritorno dell'amato padrone) e atti distruttivi (come rosicchiare tappeti e mobili o grattare alla porta). L'ansia da separazione è il sintomo di un attaccamento morboso al padrone da parte di un cane troppo viziato oppure arrivato in famiglia dopo una vita difficile o aver subito il trauma dell'abbandono.



Alla base di questo comportamento c'è quindi un rapporto problematico cane-padrone. Per risolverlo è consigliabile rivolgersi a un esperto comportamentista o a un educatore cinofilo, che saprà dare i consigli migliori caso per caso (per alcuni cani i fiori di Bach, ad esempio, possono costituire un'ottima soluzione).

È vero che... il cane ama i giochi di naso?

Il cane vanta fino a 300.000.000 di recettori olfattivi contro gli appena 5.000.000 dell'uomo. Ovvio dunque che per Fido la discriminazione olfattiva sia un gioco da ragazzi e che sia perfetta per lui l'attività di "work nose" (lavoro di naso), un insieme di esercizi basati sulle capacità olfattive e sul piacere di vedere cane e padrone impegnati insieme in un'attività ludica. In molti centri cinofili si svolgono oggi diverse attività che sfruttano l'olfatto del cane (pista, ricerca oggetti, ricerca



persone, discriminazione olfattiva), ma anche il proprietario può cimentarsi: può cominciare mettendo in fila una decina di bocconcini e terminando con un mucchietto che indica quando smettere di annusare. Al comando “cerca” il cane, senza fretta di arrivare in fondo, deve seguire la pista senza saltare da un boccone all'altro. Gli esercizi di ricerca olfattiva si rivelano molto utili nelle giornate fredde o piovose, per abbassare il livello di attività emozionale del cane grazie a un passatempo che tiene l'animale mentalmente impegnato.



È vero che... ogni razza di cane ha il suo gioco preferito?

Avendo predisposizioni differenti, attraverso il gioco è possibile analizzare le caratteristiche di razza di un soggetto. Quindi, con le dovute eccezioni, ci si può fare un'idea di quali siano le attività ludiche preferite di alcuni gruppi di razze, poiché in realtà riflettono le loro attitudini naturali.



I retriever, ad esempio, impaziscono per i giochi da riporto, che si tratti di una pallina o di un legnetto, adorando correre a prenderlo per riportarlo al padrone. I levrieri invece sono cani da caccia che non impiegano l'olfatto ma la vista, quindi il loro gioco preferito è inseguire i propri simili. I terrier sono nati per la caccia in tana e si divertono a scavare buche, dunque tunnel di agility o giochi di scavo sono l'ideale; i segugi sono nati per cercare,

ecco perché i loro giochi preferiti sono quelli di ricerca, i cani da pastore sono invece molto collaborativi con l'uomo e per questo preferiscono giocare insieme al proprietario e adorano i giochi da riporto. I cani da compagnia possono essere tendenzialmente pigri o al contrario, come il barbone, molto attivi, si tratta di razze molto legate all'uomo che amano giocare soprattutto insieme a lui. I molossi sviluppano un grande attaccamento al padrone, con cui hanno voglia di divertirsi soprattutto con palline, ossi e giochi “a prova” del loro morso.

È vero che... il gatto preferisce mangiare di notte?

Anche se domestico, il micio di casa resta un animale notturno che ama fare attività anche mentre tutti dormono. Difficile, quindi, che trascorra tutta la notte a dormire, perché come i cugini selvatici si dedicano alla caccia nelle ore notturne, o meglio crepuscolari, cacciando soprattutto all'alba e al tramonto, così il gatto casalingo tende ad alimentarsi anche durante le ore piccole.



Non c'è comunque alcuna controindicazione nel lasciare una ciotola (o un dispenser automatico) a disposizione in modo che il micio possa mangiare quando ne ha voglia, anche di notte. In questo caso per lo spuntino notturno è preferibile ricorrere alle crocchette, che si deteriorano in misura molto minore rispetto al cibo umido, soprattutto nei periodi più caldi.

È bene ricordarsi che, una volta presa l'abitudine dello spuntino notturno, difficilmente il gatto la perderà.

È vero che... il gatto adora strusciarsi su persone e oggetti?

Verissimo. I motivi possono essere diversi e si tratta di un comportamento più frequente nei maschi che nelle femmine. Quando strofina la sua testa sulla mano, ad esempio, in genere è per una richiesta di coccole, per far capire quanto voglia un po' di attenzione da

parte del proprietario. Il micio tende ad avere questo atteggiamento solo nei confronti delle persone di cui si fida, che facciano o meno parte del suo nucleo familiare.

Un altro motivo per cui tende a strusciarsi è più istintivo ed è relativo all'atto di marcare il territorio: rilasciando ferormoni, infatti, il gatto stabilisce quanto considera di sua proprietà, trasformando tutto ciò che viene marcato in oggetti familiari. Ecco perché può strusciarsi indifferente contro le gambe del proprietario oppure sulla mobilia di casa, sul divano, sul suo tiragraffi o altri oggetti che considera suoi.

È vero che... il coniglio non va mai lavato?

Per un animale timido come il coniglio l'esperienza del bagno può essere sgradita, se non addirittura traumatica, anche se ci sono casi in cui ricorrere ad acqua e sapone è obbligatorio, ad esempio se l'animale è affetto da diarrea o si sporca nella zona perianale. In alternativa al classico bagno



è consigliabile l'utilizzo di salviettine umidificate ma se proprio il ricorso all'acqua è necessario occorre fare molta attenzione nel mettere l'animale sotto il getto di acqua tiepida, badando che non faccia movimenti improvvisi cercando di divincolarsi.

Un coniglio in salute pulisce d'abitudine con cura la sua pelliccia, un aiutino lo si può dare nel periodo di muta, soprattutto se si tratta di un soggetto a pelo lungo, spazzolando il pelo regolarmente per evitare la formazione di nodi e l'ingestione del pelo morto.





QUANDO IL PORCELLINO D'INDIA NON STA BENE...

Riconoscere i principali segni di malessere in un guinea pig è fondamentale per salvaguardare la sua salute. Scopriamo insieme quali sono i più comuni sintomi da percepire tempestivamente

LINDA SARTINI

Ospitare un pet in negozio, anche se per un breve periodo, rappresenta una grossa responsabilità: significa fare di tutto perché si mantenga in buona salute, in primo luogo per rispetto nei confronti dell'animale stesso e in secondo luogo per offrire alla clientela un soggetto in ottime condizioni.

Fornire acqua, cibo, un ricovero adeguato, socialità e arricchimenti ambientali è fondamentale ma, nonostante tutto l'impegno del negoziante, l'animale potrebbe ammalarsi. Per questo è importante percepire quanto più precocemente possibile i segnali di malessere, al fine di dedicare al paziente le cure mediche adeguate. Il porcellino d'India (*Cavia aperea porcellus*) è un animale preda e come tale, anche se ormai addomesticato e abituato al contatto con l'essere umano, tende a nascondere le proprie debolezze: per questo non è sempre così semplice cogliere quei segnali importanti che

dovrebbero mettere in allarme il negoziante.



Ospitare un pet in negozio rappresenta una grossa responsabilità

Il porcellino sano

Tutti conosciamo l'aspetto e il comportamento di una cavia in salute: è attiva, curiosa, esplora, interagisce con l'uomo e con i compagni, emette vocalizzi, ha un appetito insaziabile, produce feci e urine di aspetto e quantità tipici, ha un bel pelo uniforme e



lucido, è grassottella “il giusto”, ha muso, naso e occhi puliti, si muove in maniera fluida e senza incertezza, se “preoccupata” fugge e si nasconde, e così via... Questa è la normalità, quella che mostra un animale in buone condizioni di salute. Quali sono, dunque, i segnali che possono lasciar intendere uno stato di disagio, sofferenza e malattia?

Il porcellino “sospetto”

Come appena accennato, la cavia tende a nascondere gli stati di malessere, pertanto spesso è necessario un po' di occhio clinico per poter individuare un sintomo lieve, mentre più semplice è riconoscere uno stato di disagio in fase avanzata. Consideriamo per esempio l'alimentazione: il porcellino che mangia meno o addirittura smette del tutto prelude sicuramente a qualcosa di piuttosto grave ma si tratta comunque di un sintomo generico, poiché l'anoressia è comune alla maggior

parte delle patologie che provocano sofferenza, come problemi dentari, disturbi gastroenterici, malattie metaboliche, endo- ed ectoparassiti, calcoli all'apparato urinario o neoplasie. Il rifiuto del cibo non deve essere sottovalutato per nessun motivo, poiché basta un solo giorno di digiuno completo per spingere l'animale verso un punto di non ritorno. La presenza di cibo fresco non consumato,



Caviette in negozio

di mangime che non diminuisce nella ciotola o del fieno che non viene considerato, lascia intendere che l'animale non si stia nutrendo correttamente e questo è un campanello di allarme veramente importante. La mancata emissione di feci (stipsi) può anch'essa dipendere da diversi fattori così come, al contrario, la diarrea, cioè l'espulsione di feci liquide che porterà in tempi rapidi alla disidratazione: quella di osservare il fondo della gabbia per verificare la corretta produzione fecale, il loro aspetto e consistenza, è un'abitudine che dovrebbe diventare parte integrante della routine del negoziante. Anche l'osservazione delle urine è importante, in quanto la cavia può produrre fisiologicamente urine di colore aranciato se alimentata con verdure fresche per la presenza al loro interno di pigmenti, ma se quell'urina contenesse sangue o coaguli potrebbe preludere a cistite o calcoli.

Manipolare regolarmente gli animali è altrettanto utile e fondamentale, poiché consente al negoziante di verificare la condizione corporea (l'animale sta dimagrendo oppure ingrassando?), lo stato della cute e della pelliccia (il mantello è uniforme o sono presenti aree alopeciche, sono visibili

ectoparassiti oppure lesioni, c'è della forfora sospetta o ancora croste o noduli nascosti dal pelo?), la condizione delle estremità degli arti (sono presenti ulcere o croste sulla superficie plantare?), la reattività e il sensorio (l'animale protesta ed emette vocalizzi oppure si lascia prendere senza provare a fuggire ed è inerte tra le nostre mani?), l'aspetto di muso, occhi, orecchie e naso (sono

Il porcellino d'India è un animale preda e come tale, anche se ormai addomesticato e abituato al contatto con l'essere umano, tende a nascondere le proprie debolezze



presenti muco, concrezioni o croste?) e, con un po' di buona volontà, la condizione di bocca e denti (è presente saliva che fuoriesce dalla cavità orale, i denti sono della lunghezza giusta e l'occlusione è corretta?).

Parliamo ora della respirazione, che deve essere valutata in prima battuta osservando l'animale in tranquillità all'interno della propria gabbia: avete sentito per caso qualche starnuto o vi siete resi conto che il respiro è più veloce

e affannoso, magari vi è anche presenza di muco e il soggetto tende ad affaticarsi facilmente? Potrebbero essere in corso affezioni a carico delle alte (rinite) o basse vie respiratorie (bronchite o broncopolmonite). È importante poi osservare l'animale anche nella sua tranquillità, per controllare se si muove bene e in maniera fluida oppure se sono presenti segni di zoppia o sembra riluttante a muoversi, meno interessato o reattivo agli stimoli circostanti o ancora se si gratta frequentemente e intensamente.



Il porcellino d'India è un animale preda e come tale tende a nascondere le proprie debolezze

È importante percepire quanto più precocemente possibile i segnali di malessere, al fine di dedicare al pet le cure mediche adeguate

Le principali patologie

Abbiamo considerato finora solo i segni clinici, non tutti ovviamente ma i principali e più comuni, cioè quei sintomi che il negoziante specializzato deve saper riconoscere per individuare precocemente uno stato di malessere per rivolgersi, se necessario, al veterinario al quale spetta il compito di formulare una diagnosi e provvedere a prescrivere le terapie o eseguire gli interventi più appropriati.

Ma quali sono le principali patologie che possono affliggere una cavia? Le più comuni sono ipovitaminosi C (carenza di vitamina C o scorbuto), malocclusione dentale (crescita abnorme dei denti e loro deviazione, che può causare lesioni alla cavità orale e anoressia), pododermatite (lesioni ulcerose a carico della superficie plantare degli arti), calcoli e infezioni vescicali, bronco-



Grave malocclusione dentale in una cavia

polmonite, enteriti e stasi gastroenterica, patologie dell'apparato riproduttore (ad es. cisti ovariche, infezioni e tumori uterini), ectoparassitosi (rogna, infestazioni da altri acari o da pulci) ed endoparassitosi (presenza di parassiti all'interno dell'apparato gastroenterico).

In conclusione, ricordiamo solo una regola fondamentale: che nessun segno clinico e nessuna alterazione nel comportamento normale dell'animale devono essere sottovalutati e che il fattore "tempo" è sempre fondamentale.





LE NUOVE LEGGI SUGLI ESOTICI

Dal 27 settembre sono entrati in vigore tre Decreti Legislativi destinati a incidere notevolmente sul commercio di molti animali da compagnia. Vediamo in particolare come incideranno sul mercato acquaristico

ALESSANDRO MANCINI

La stretta sui "wild"

Dei tre decreti emessi dal Ministero della Salute (134, 135 e 136 del 05/08/2022), ci interessa in particolare il n. 135: "Disposizioni di attuazione del regolamento (UE) 2016/429 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 9 marzo 2016 in materia di commercio, importazione, conservazione di animali della fauna selvatica ed esotica e formazione per operatori e professionisti degli animali, anche al fine di ridurre il rischio di focolai di zoonosi, nonché l'introduzione di norme penali volte a punire il commercio illegale di specie protette, ai sensi dell'articolo 14, comma 2, lettere a), b), n), o), p) e q), della legge 22 aprile 2021, n. 53".

Sostanzialmente la nuova legislazione si propone di operare una notevole stretta sull'importazione e detenzione di specie selvatiche ed esotiche, nonché sulle cosiddette "specie pericolose" già

oggetto di un discusso provvedimento legislativo del Ministero dell'Ambiente del 19 aprile 1996, che peraltro interessò solo marginalmente il mercato acquaristico. Con un suo decreto e di concerto con altri ministeri, il Ministero della Transizione ecologica dovrà redigere, entro il 23 marzo 2023, i criteri da applicare nell'individuazione delle specie che non si possono detenere, predisponendo una lista di specie vietate e prevedendo tempi e modalità per l'aggiornamento dello stesso. In pratica si tratterà di specie che costituiscono un pericolo per la salute e l'incolumità pubblica o per la biodiversità. La redazione della lista negativa comporterà una serie di ob-



Il D.L. 135/2022 inciderà soprattutto sulle importazioni di pesci marini tropicali



blighi, a cominciare dal fatto che chi si troverà in possesso di esemplari delle specie vietate potrà detenerli solo fino alla loro morte naturale, senza però farli riprodurre. La loro presenza dovrà inoltre esser denunciata alla Prefettura entro 90 giorni dalla data di entrata in vigore del Decreto, mentre i negozi in loro possesso dovranno mettersi in regola entro il 27 settembre 2023, dopo opportuna identificazione e una specifica formazione per gli operatori.

La lista positiva

Il divieto di prelievo in natura è sanzionato dal D.L. in questione: *“Chiunque importa, detiene, commercia e fa riprodurre animali vivi di specie selvatiche ed esotiche prelevati dal loro ambiente naturale - nonché gli ibridi tra esemplari delle predette specie e di altre specie selvatiche o forme domestiche prelevati dal loro ambiente naturale - è punibile con l'arresto fino a sei mesi o con una ammenda da 20 mila fino a 150 mila*

euro”. Nel frattempo, entro la scadenza di 30 giorni prevista dall'articolo 5, comma 1, del D.L. 135/2022, è stata pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale una "lista positiva", comprendente 6 (!) specie di animali esotici e selvatici di cui è ammesso il prelievo dal loro ambiente naturale per farne "animali da compagnia". La lista è stata adottata con decreto del Ministero della Salute, di concerto con la Transizione Ecologica, e sarà aggiornata ogni 5 anni. Le 6 specie (tutte acquatiche e quindi di interesse - si fa per dire - acquaristico) sono le seguenti:

1. *Proterorhinus semilunaris* (Western tubenose goby);
2. *Chromodoris quadricolor* (Nudibranco pigiama);
3. *Acanthurus chirurgus* (Pesce chirurgo);
4. *Acanthurus coeruleus* (Blue tang);
5. *Pomacanthus maculosus* (Yellowbar angelfish);
6. *Zebrasoma xanthurum* (Yellowtail tang).



Zebrasoma xanthurum è una delle 6 specie della "lista positiva", dunque ancora importabile e allevabile

L'Italia è il quinto Paese europeo, dopo Paesi Bassi, Cipro, Lussemburgo e Belgio, a rendere operative le restrizioni che riguardano gli animali selvatici

Domestici e selvatici

Come si può notare, una lista tanto breve quanto... "strampalata" e incomprensibile per chiunque operi sul mercato acquaristico. Ma facciamo qualche passo indietro nel tempo. L'Allegato I - Parte B del regolamento (UE) 429 in vigore dal 31/03/2016 elencava le specie animali che possono essere considerate "da compagnia" tra le quali tutti gli "animali acquatici ornamentali" (quindi di fatto tutti i pesci e invertebrati da acquario), ma rispetto ad esso - che per la sua genericità non incideva minimamente sul mercato acquaristico - il D.L. 2022 introduce il requisito che non si tratti di esemplari di specie esotiche e selvatiche prelevati dal loro ambiente naturale (e nemmeno di ibridi): la provenienza di un animale esotico o selvatico "da compagnia" (anche ibrido) non può essere l'ambiente naturale. In sostanza, la lista positiva pubblicata in Gazzetta Ufficiale non interviene in senso selettivo sulle tipologie di specie "da compagnia" individuate dall'Allega-





Pesci e invertebrati marini di cattura stabulati presso un esportatore di Giacarta (Indonesia)

to UE, ma opera una limitazione della loro provenienza dall'ambiente naturale, ammettendola soltanto per le 6 specie suddette. La lista positiva individua le sole specie esotiche e selvatiche che sono prelevabili in natura, in deroga al divieto generale fissato dall'art. 3 (Divieti concernenti gli esemplari vivi di specie selvatiche ed esotiche e i loro ibridi) del D.L. 135/2022, quindi in base al rischio sanitario, al rischio per la biodiversità o alla compatibilità con la detenzione in cattività per ragioni comportamentali, fisiche, biologiche ed etologiche. Le 6 specie possono pertanto essere prelevate dal loro ambiente naturale al fine dell'importazione, commercializzazione e detenzione. Si tratta in pratica degli unici animali selvatici che possono ancora essere catturati in natura a fini commerciali. Ai fini del criterio "biodiversità" è stato l'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA) a condurre una valutazione, attribuendo un punteggio di rischio ad ogni specie animale selvatica esotica presente in Italia e ad ogni specie animale selvatica esotica che potenzialmente potrebbe essere introdotta in Italia. Da questo ranking sono scaturite le sei specie elencate dal D.M. 11 ottobre 2022.

Ma cosa cambia?

Teoricamente non sarebbe più possibile importare in Italia esemplari di "animali acquatici" (di fatto pesci e invertebrati) prelevati in natura, ovvero non riprodotti in cattività. Si tratta in pratica della quasi totalità dei pesci marini tropicali (eccetto alcuni *Amphiprion* e pochi altri) e degli invertebrati marini tropicali che non siano coralli duri o molli. Per questi ultimi infatti - essendo richiesta la documentazione CITES già da molti anni - è relativamente semplice dimostrare la provenienza da riproduzione, peraltro già ben sperimentata e praticata con successo da molti esportatori. Esattamente opposta la situazione in acqua dolce: la quasi totalità dei pesci tropicali importati dall'Asia e dall'Est Europa (ovvero l'80-90% del mercato) è costituita da *captive born*, solo una modesta quota di pesci sudamericani e africani viene ancora prelevata in natura. È però facile prevedere che in più di un caso non sarà agevole dimostrare la provenienza da allevamento piuttosto che dall'habitat naturale. C'è da sperare che l'attesa (e temuta da molti, visti i precedenti...) "lista negativa" del marzo prossimo chiarisca tutti i dubbi, o almeno si spera, in quanto dovrà mettere nero su bianco tutte quelle specie che, per i motivi sopra elencati, probabilmente non vedremo mai più nuotare in un acquario...

Sostanzialmente la nuova legislazione si propone di operare una notevole stretta sull'importazione e detenzione di specie selvatiche ed esotiche, nonché sulle cosiddette specie pericolose





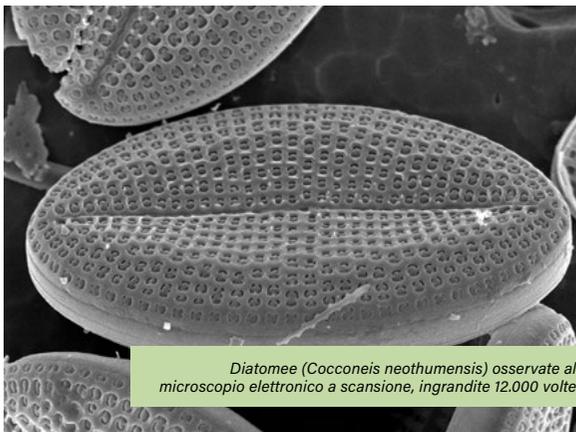
LE DIATOME: ECOLOGIA CHIMICA IN UNA GOCCIA D'ACQUA

Solitamente l'acquariofilo e il negoziante le ignorano, riconoscendole a stento. Eppure sono vere e proprie fabbriche di composti, alcuni utili, altri molto tossici

VALERIO ZUPO

Microalghe

Esistono migliaia di specie di microalghe, organismi fotosintetici generalmente unicellulari, che possono vivere nel plancton essendo dotate di una qualche mobilità (ad esempio mediante ciglia o flagelli), oppure nel benthos, attaccate a superfici varie o come epifiti di alghe o piante acquatiche. Nella generalità dei casi si tratta di organismi eucarioti, ma alcuni di essi sono procarioti, come nel caso dei cianobatteri, che però sono mixotrofi, ovvero possono nutrirsi di "energia" quando dispongono di luce sufficiente per fotosintetizzare, ma anche di materiale organico disciolto, in mancanza di meglio. Tra le varie microalghe possibili le diatomee rappresentano senza



Diatomee (Cocconeis neothumensis) osservate al microscopio elettronico a scansione, ingrandite 12.000 volte

dubbio un caso a parte, essendo contenute in una teca di silicio composta da due parti incastrate l'una nell'altra - come una capsula con il proprio coperchio di vetro - chiamate "frustuli". Trattasi quindi di una specie di capsula di vetro, che solitamente può assumere forme molto appariscenti ma è osservabile bene solo al microscopio elettronico a scansione, trattandosi di un organismo piccolissimo.

Al microscopio ottico appaiono solitamente come perline, di forma più o meno allungata, talvolta munite di lunghe appendici

appuntite o riunite in catenelle, fasci o raggieri, sempre bellissime da osservare per la grande varietà di forme. Trattandosi di organismi ubiquitari sono sempre presenti in acquario. Le troviamo quando analizziamo le feci dei pesci (i frustuli silicei si conservano anche dopo la digestione con acidi) ma anche quando osserviamo al microscopio i materiali filtranti, i feltri algali prelevati dal fondo e, spesso, quando filtriamo l'acqua, perché in alcune condizioni divengono molto abbondanti, tanto da produrre un effetto lattiginoso.



Onnipresenti ma diverse

Dunque le diatomee sono sempre presenti negli acquari, soprattutto in quelli marini, anche se la loro abbondanza è molto variabile. In alcuni casi sono semplicemente presenti in pochi individui tra le fibre di lana di perlon del filtro. In altri casi formano cosiddetti “bloom”, ovvero si riproducono a dismisura dividendosi esponenzialmente varie volte ogni ora, sino a produrre una tipica colorazione lattiginosa dell'acqua. Osservando un campione d'acqua lattiginosa al microscopio è possibile notare in molti casi un incredibile numero di minuscole diatomee, spesso allungate e appuntite, come quelle del genere *Nitzschia*, che hanno velocità di riproduzione sbalorditive in condizioni adeguate. In realtà ogni specie di diatomea ha specifiche abilità riproduttive. Ad esempio le *Cocconeis* sono molto lente e in alcuni casi si dividono in due solo una volta ogni 2-3 giorni. *Cylindrotheca* e *Fragilaria* invece si possono dividere molto rapidamente se dispongono di sufficiente luce e nutrienti, anche una volta ogni dieci minuti. Si comprenderà così perché le diatomee in alcuni casi non si fanno notare in acquario mentre in altri casi possono divenire invasive.



Nell'acquario marino le diatomee formano patine che occasionalmente possono ricoprire ogni superficie e talvolta producono lattiginosità

In genere quando le patine marroncine che sono genericamente ascritte alla presenza di diatomee cominciano a coprire ogni cosa, si suggerisce all'acquariofilo di limitare la quantità di silicati in soluzione, come se questi costituissero la causa del problema. Nulla di più sbagliato!

Le diatomee non proliferano perché trovano i silicati con cui costruire il loro scheletro esterno, ma perché le condizioni ambientali divengono favorevoli alla loro riproduzione. Ancora di più: le diatomee sono solitamente in grado di proliferare per molte generazioni pur vivendo in liquidi totalmente privi di silicati. Le loro teche si assottigliano e prelevano elementi dai frustuli degli individui morti. Talvolta cambiano un poco forma e soffrono, tuttavia

continuano a riprodursi a lungo anche se i silicati sono assenti. Eliminiamo dunque dalle nostre considerazioni questo elemento superfluo: le diatomee non si riproducono a causa di un eccesso di silicati. Però se abbondano i composti organici in soluzione, se sono presenti tanti fosfati e nitrati, se la luce è adeguata alla loro crescita (generalmente non amano la luce intensa), se il potenziale redox è relativamente basso (in modo da favorire l'assunzione di nutrienti in forma ridotta) allora esse possono cominciare a riprodursi a dismisura.

Alcuni provano a eliminarle con antibiotici, antialghe o solfato di rame. Anche questa è una pratica insensata. Le diatomee sono l'effetto dell'inquinamento, non la causa. Eliminarle senza correggere le cause non serve a nulla. Meglio rivedere l'ecologia della vasca e correggere quanto necessario. Semmai, in caso di bloom, per evitare danni a pesci e invertebrati, potremo utilizzare un filtro a maglie strette (es. spugna e lana di perlon) per trattenerne grandi quantità, riuscendo così a ottenere un'acqua più trasparente. Peraltro eliminare le diatomee in sospensione servirà a sottrarre al sistema una discreta quantità di nutrienti, avviandoci verso una soluzione “ecologica” del problema.

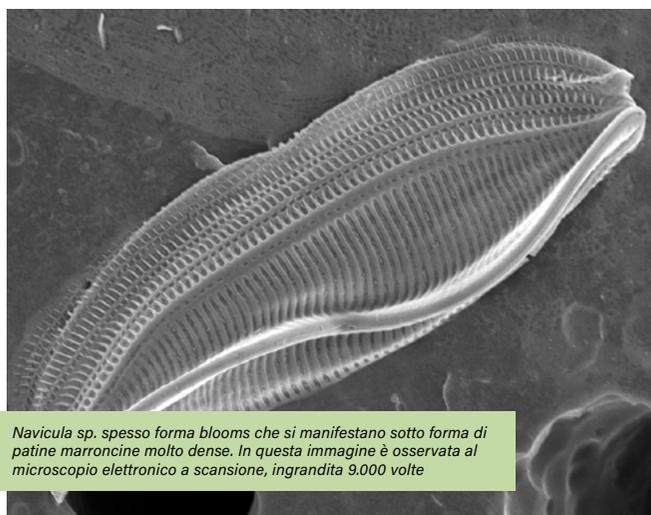
Le diatomee sono sempre presenti negli acquari, soprattutto in quelli marini, anche se la loro abbondanza è molto variabile



Microscopiche fabbriche di composti chimici

Le diatomee non dovrebbero essere considerate solo per la loro presenza “fisica”. Bisognerebbe invece apprezzare la loro straordinaria capacità di produrre composti chimici. Esse, come tutti i vegetali, sono dotate delle classiche vie biosintetiche che conducono alla produzione di proteine, vitamine, carboidrati e pigmenti. Tra questi ultimi, le diatomee eccellono per la produzione di xantine, che possono avere tantissime funzioni ecologiche e fisiologiche. Sono usate, ad esempio, in medicina umana come vasodilatatori, antiossidanti e regolatori del metabolismo animale. Alcune diatomee producono anche significative quantità di Astaxantina, un composto indispensabile per la fisiologia di crostacei ed echinodermi, che è divenuta un eccellente integratore nelle pratiche di nutraceutica. Lo stesso composto è molto utile per ravvivare i colori di pesci e invertebrati. Pertanto possiamo considerare che un acquario contenente le giuste specie di diatomee potrà aiutare a mantenere pesci e invertebrati in buona salute e ben colorati.

Le diatomee possono però produrre anche composti tossici, come aldeidi, ossilipine e persino acido domoico, un composto estremamente tossico che induce ogni anno mortalità anche nell'uomo (quando le diatomee vengano accumulate ad esempio da molluschi eduli che poi finiscono sui nostri mercati). Questi composti sono prodotti generalmente per dissuadere gli erbivori dal consumo di diatomee. Tuttavia sono espulsi nell'acqua quando le diatomee muoiono. E quali diatomee producono maggiori quantità del tossico acido domoico? Ovviamente proprio quelle che formano bloom, come *Pseudonitzschia* e *Nitzschia*. Ecco perché quando l'acqua lattiginosa è ricca di diatomee i pesci cominciano a respirare affannosamente e gli invertebrati si chiudono.



Navicula sp. spesso forma blooms che si manifestano sotto forma di patine marroncine molto dense. In questa immagine è osservata al microscopio elettronico a scansione, ingrandita 9.000 volte

Le possibili soluzioni

In questi casi è opportuno somministrare composti tossici e antialghe per uccidere le diatomee? Conviene filtrare su UV o somministrare ozono? Come suddetto, questi sono rimedi peggiori del problema stesso. Uccidere istantaneamente tante diatomee potenzialmente tossiche significa versare nell'acqua enormi quantità di composti in grado di distruggere ogni forma di vita. Meglio eliminare le cause che provocano il problema e rallentarne lo sviluppo. Piccole quantità di acqua ossigenata non uccideranno le diatomee, ma permetteranno di far aumentare il potenziale redox, rendendo la loro vita meno facile. Esse cominceranno a riprodursi più lentamente. La luce dovrebbe essere molto intensa per produrre foto-ossidazione in questi organismi sciafili. Una intensa aerazione potrà contribuire a stabilizzare l'ambiente. Infine un filtro stretto che elimini dalla soluzione meccanicamente gran parte delle diatomee (si potranno notare in poche ore delle patine marroncine molto dense depositate sulla superficie della lana di perlon) permetterà di sottrarre anche sostanze nutritive e di giungere rapidamente alla soluzione. Ovviamente anche uno stesso filtro a diatomee permette di... sottrarre diatomee all'acqua.

In ogni caso converrà studiare a fondo il problema e cominciare a osservare al microscopio le diatomee per cercare di identificarle: buone o cattive? Bisogna considerare le diatomee come ospiti “importanti” di ogni acquario, per sfruttare le potenzialità di quelle utili e difenderci da quelle dannose, proprio come da anni facciamo con i batteri.





GUADAGNARE CON IL VIVO: LA MOLTIPLICAZIONE DELLE PIANTE IN NEGOZIO - II PARTE

Pesci, invertebrati e piante sono ormai diventati la principale voce di entrate per la maggior parte dei negozi fisici di acquariofilia. Riprodurli, piuttosto che acquistarli all'ingrosso, non è quasi mai remunerativo ma può contribuire a fidelizzare una clientela sempre più esigente e abituata ad acquistare on line

ALESSANDRO MANCINI

Il mese scorso (*Zampotta Pet Business*, novembre, pag. 90) abbiamo spiegato la differenza tra moltiplicazione e riproduzione delle piante in acquario e descritto come avviene la propagazione effettuata per talea. Continuiamo ora il nostro viaggio nel mondo vegetale... in vasca.

Piante madri con tante figlie

Le piante a rosetta con crescita a cespuglio (*Cryptocoryne*, *Echinodorus*, *Acorus*) e quelle striscianti a prato o cespuglio (*Lilaeopsis*, *Glossostigma*, *Elatine*, *Sagittaria*, *Hemianthus*) quando si “allargano” eccessivamente emettono stoloni che generano piante-figlie e in poche settimane possono tranquillamente raddoppiare la propria estensione. Si parla in questo caso di “piante madri”, offerte con questa denominazione da molte serre a un costo ovviamente superiore ai normali vasetti proprio per la loro capacità di produrre per molto tempo (anche anni) piante-figlie. Moltiplicarle è semplice, grazie alla continua produzione di stoloni striscianti su cui si sviluppano plantule a crescita piuttosto rapida. Quando queste pianticelle avventizie avranno prodotto almeno 5-6 foglioline, si possono staccare con una lametta o un paio di forbicine affilate per poi ripiantarle in vasetti con grodan o direttamente su un fondo soffice e ben fertilizzato. Soprattutto in *Echinodorus spp.* la



Plantule (piancicelle avventizie) nate spontaneamente su fronde di *Ceratopteris*



moltiplicazione vegetativa è abbastanza agevole anche in negozio, ottenibile per divisione degli stoloni prodotti in buon numero dalla “pianta madre” oppure separando le plantule che spesso si sviluppano con radici autonome sull’infiorescenza o sul rizoma.

Le felci trasformiste

Le felci acquatiche, grazie anche alla loro relativa primitività (le felci esistono sulla Terra da almeno 400 milioni di anni), hanno

mantenuto nel corso della loro evoluzione diverse modalità di propagazione, piuttosto che specializzarsi in una sola. Ciò spiega perché la maggior parte di esse può moltiplicarsi in più modi differenti ma tutti efficaci e soprattutto proficui per chi voglia “farle in casa”. Nella felce di Sumatra (*Ceratopteris spp.*), ad esempio, la riproduzione agamica (vegetativa) si ottiene facilmente sia per mezzo di talee che di germogli fogliari (plantule o pianticelle avventizie), questi ultimi generati specialmente lungo i margini delle foglie galleggianti. Anche la felce di Giava (*Microsorium pteropus*) produce plantule sulle foglie, in particolare su quelle più vecchie: in tal caso le pianticelle vanno fissate con filo sottile su un legno sul quale proseguiranno poi la propria crescita.

Galleggianti invadenti

Senza dubbio le piante galleggianti, pur costituendo una categoria assai eterogenea (comprendente specie spesso neppure lontanamente imparentate tra loro), sono tra le più redditizie da propagare vegetativamente in negozio. Questo sia per la facilità e velocità con cui un po’ tutte si moltiplicano

(requisito essenziale in natura per colonizzare in breve tempo ampie estensioni fluvio-lacustri o palustri), al punto da essere spesso considerate infestanti, sia perché nella maggioranza dei casi sono vendibili fin da subito o comunque in brevissimo tempo, non essendovi necessità di farle sviluppare ad una “taglia minima” di mercato. Le modalità riproduttive sono svariate, la più comune è l’emissione dei soliti stoloni che possono anche ramificarsi generando così svariate pianticelle,



Le felci galleggianti del genere *Salvinia* possono propagarsi in modi diversi



Moltiplicazione vegetativa per stoloni striscianti in *Sagittaria*

La maggior parte delle felci acquatiche può moltiplicarsi in più modi differenti ma tutti efficaci e soprattutto proficui per chi voglia “farle in casa”

come nel giacinto d’acqua (*Eichhornia crassipes*) e nella castagna acquatica (*Trapa spp.*). Anche la lattuga d’acqua (*Pistia stratiotes*) si moltiplica tramite stoloni che spuntano da minuscoli infossamenti alla base delle foglie più vecchie, da cui si sviluppano le nuove pianticelle che successivamente si separano dalla pianta madre. Le salvinie (*Salvinia spp.*), invece, oltre agli stoloni possono moltiplicarsi per divisione spontanea del rizoma che porta le “foglie” galleggianti.



BACHECA

CLASSIFIED ADS

LAVORO/OFFERTA

Sweet Wipes / Responsabile Commerciale Estero



Azienda italiana produttrice di salviette e tappetini per animali domestici, con sede in provincia di Cremona, ricerca Responsabile Commerciale Estero per potenziamento e sviluppo. www.amoremio.pet.com

Info:

inviare CV a vendite@sweetwipes.com

Also / Agenti plurimandatari

Industria specializzata nella produzione di alimenti per animali da compagnia Animalin® e prodotti di ogni genere (guinzagli, traverse, shampoo, snack&masticativi, cuscineria), cerca agenti plurimandatari e/o procacciatori d'affari con portafoglio clienti consolidato di qualsiasi canale (pet shop, agrarie, garden center, GDO, GDS, veterinari, farmacie) per le aree ancora disponibili in Italia. Si cercano persone fortemente motivate e intraprendenti che abbiano il desiderio di crescere insieme all'azienda e lo spirito di lavorare in team. Si garantisce, in virtù dei risultati raggiunti, la possibilità di crescere all'interno della struttura, alto margine provvigionale, piano incentivi e premi per raggiungimento di fatturato, inquadramento Enasarco, dopo un periodo di prova. Contattare se veramente interessati e solo dopo aver visionato il sito web www.alsoitalia.it nella finestra download:

www.alsoitalia.it/cataloghi.php

Trattamento economico al di sopra della media.

Info: Inviare CV a also@alsoitalia.it, tel. 090632636

Funhobby Italia / Agenti plurimandatari

Azienda leader nel settore di prodotti per animali domestici ed acquariologia, con esclusiva distribuzione nazionale di brand affermati, per proseguire il trend di crescita e potenziare la propria rete vendita, ricerca agenti di commercio plurimandatari per zone libere.

Si offre portafoglio clienti, interessante trattamento provvigionale, incentivi al raggiungimento degli obiettivi.

Info: inviare CV a info@funhobby.it, tel. 0240032002

Azienda / Agenti di commercio

Nota azienda nel settore abbigliamento e accessori per cani di piccola taglia made in Italy, ricerca agenti di commercio per il potenziamento della propria rete vendita nel settore pet, nelle seguenti aree territoriali: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia e Sardegna.

Si richiede esperienza maturata nel settore, spiccata attitudine alla vendita e professionalità.

Sono previsti interessanti trattamenti provvigionali.

Info: cell. 3482996910

Imo Galanti & C. / Agenti mono e plurimandatari



Azienda storica nel settore pet ricerca agenti mono o plurimandatari per la distribuzione di articoli e alimenti per cani, gatti, roditori, uccelli e pesci. Si offre ottimo pacchetto prodotti, alta competitività su qualità e prezzi per oltre 1.500 referenze sempre in accrescimento. Importante trattamento provvigionale con possibilità di crescere all'interno della struttura. Preferibili candidati con consolidato pacchetto clienti. Richiesta massima serietà ed esperienza pregressa nel settore.

Info:

tel. 0773663916, inviare CV a info@galantipet.it

Azienda / Agenti di commercio

Gruppo leader nel mercato della veterinaria e del pet food ricerca agenti e informatori plurimandatari su tutto il territorio nazionale per ampliamento della propria rete commerciale. Si offre interessante trattamento provvigionale e incentivi al raggiungimento di determinati obiettivi.

Info: inviare richieste alla redazione: info@zampotta.it - Rif. 11/A

Spinipet / Agenti di commercio

Giovane azienda in forte espansione specializzata nella distribuzione di accessori e snack ricerca agenti ben inseriti nel settore per potenziare la propria rete vendita.

Sono previsti supporto commerciale e un ottimo trattamento provvigionale.

Info: inviare CV a info@spinipet.eu, cell. 3534389470

SA.RE / Agenti plurimandatari

Giovane azienda produttrice di cucce e cuscini per animali domestici sita a Monselice (PD) cerca agenti/rapresentanti plurimandatari per potenziamento e sviluppo della rete vendita nelle seguenti regioni: Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Trentino, Emilia Romagna, Toscana, Marche, Abruzzo e Umbria.

Info: tel. 0429781162, n.ferrigo@saresrl.it

Azienda / Responsabile Commerciale

Azienda produttrice di alimenti completi e complementari per animali da compagnia ricerca responsabile commerciale Italia.

Si richiede conoscenza del mercato e dinamicità per ampie prospettive di sviluppo.

Info: inviare richieste alla redazione: info@zampotta.it - Rif. 7/A



Ruri Vivis / Agenti plurimandatari

Distributore esclusivo per l'Italia di mangimi superpremium per cani e gatti, per il completamento della propria struttura di vendita, ricerca agenti plurimandatari per le zone di Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna e Toscana.

Info: inviare CV a info@rurivivis.it

Hobby Fish / Agenti plurimandatari

Azienda nel settore dell'acquariologia da oltre 30 anni cerca agenti plurimandatari per il canale specializzato. Si richiede posizione Enasarco e conoscenza del settore.

Info: inviare CV a hobbyfish@tiscali.it, tel. 096655132

DRN / Agenti Specializzati

Azienda leader nella nutrizione e dermatologia veterinarie ricerca figure di agenti specializzati per ampliamento della propria rete commerciale nel canale parafarmacie e pet shop.

Si richiedono esperienza maturata nel settore, professionalità e attitudine alla vendita.

Info: Inviare CV a customer-care@drnsrl.it

ATTIVITÀ E ATTREZZATURE / OFFERTA

Cedesi / Attività

Cedesi, vicino a Bergamo, lavaggio self service per cani con più di 10 anni di attività, con annesso pet shop vendita al dettaglio di alimenti e accessori di prima scelta, con saletta toelettatura ben attrezzata; posizionato in zona con passaggio pedonale e automobilistico, 2 vetrine fronte strada pacchetto con più di 1.500 tesserati sempre in crescita.

L'attività è stata un po' trascurata per motivi familiari, ma la ripresa è sicuramente garantita.

Possibilità di affiancamento per alcuni mesi da concordare.

Cedesi più volentieri a persone già con esperienza.

Info:

cell. 3920985601

Cedesi / Attività

Cedesi attività di toelettatura e di lavaggio self-service a Padova aperta da più di 5 anni.

Il pacchetto clienti comprende più di 1000 tesserati; l'attività di toelettatura per ora è sfruttata solo come part-time e può essere quindi più che raddoppiata.

Il negozio si compone di una zona dedicata alla toelettatura professionale e un'altra dove sono presenti due box chiusi per il lavaggio self-service; è l'unico a Padova ed è in una posizione comoda sia per chi vive in centro storico che anche per chi sta in periferia.

Non è in franchising ma tutto di proprietà (a parte le mura).

Info: cell. 3496386920 sig. Michele

Cedesi / Attività

Cedesi attività ultraventennale con annessa toeletta in locale adiacente. Portafoglio clienti, locale 3 serrande, 120 mq, zona Roma, Alberone (S. Giovanni), in ampio viale con possibilità di comodo parcheggio poiché strada a senso unico.

Eventuale possibilità di iniziale affiancamento.

Locale sito in via Cesare Baronio 140/142/144.

Info: tel. 0696048292, cell. 3347916596,
marcyroma61@gmail.com

Cedesi / Attività

Cedesi attività agraria, garden, ferramenta e petshop a Sacile in provincia di Pordenone, su strada principale di passaggio.

Aperta del 1998 con 220mq di negozio, punto di riferimento importante per la cittadina di Sacile e paesi limitrofi.

Clientela referenziata e prodotti in esclusiva.

Info: cell. 3405935009 sig. Stefano

COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO

LA BACHECA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato via email (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 email. La redazione si riserva il diritto di accettare la pubblicazione degli annunci. Zampotta Pet Business 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.



CONTATTI

BUSINESS CONTACTS

Legenda



ACQUARI & CO. / FISH & CO.

-  **Alto S.r.l.** **090632636**
SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina **fax 0906258082**
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
-  **Aquaristica S.r.l.** **0516814188**
Via A. Labriola, 10/12 - 40010 Sala Bolognese (BO) **fax 0516814294**
www.aquaristica.it - info@aquaristica.it
-  **Aquilini Andrea** **tel. 0731288091**
Via Abruzzi, 10 - 60030 Monsano (AN)
www.aquilini.it - info@aquilini.it
-  **Askoll Uno S.r.l.** **0444930260**
Via Industria, 30 - 36031 Povolara di Dueville (VI) **fax 0444930380**
www.askoll.com - askoll@askoll.com
-  **Bionatura Impianti S.r.l.** **0399241247**
Piazza Durini, 15 - 22043 Arcore (MB)
www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it
-  **CE.A.B. di Ferrari Pierluigi** **0302667121**
Via Pietro Rescatti, 20 - 25124 Folzano (BS) **fax 0302168469**
www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it
-  **Croci S.p.a.** **3297534632**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - shop@croci.net
-  **Ferplast S.p.a.** **0445429111**
Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI)
www.ferplast.com - info@ferplast.com
-  **Funhobby Italia S.r.l.** **0240032002**
Corso Vittorio Emanuele 119 - 80059 Torre del Greco (NA)
www.funhobby.it - info@funhobby.it
-  **Kuda Tropical Fish S.r.l.** **0373234461**
Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR) **fax 0373236714**
www.kudafish.it - info@kudafish.it
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Porsa Italy S.r.l.** **0303363047**
Via Romolo Gessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS) **fax 0303363048**
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com
-  **Pro.D.Ac. International S.r.l.** **0495971677**
Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD) **fax 0495971113**
www.prodacinternational.it - info@prodac.it
-  **Reef International S.a.s.** **0331792443**
Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA)
www.reef-international.com - info@reef-international.com
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) **fax 0241291840**
www.recordit.com - record@recordit.com
-  **T.A.F. Trans Aquarium Fish S.a.s.** **0119866465**
Via Casale, 27 - 10060 Scalenghe (TO) **Cell. 3517228553**
www.tafsrl.to - info@tafsrl.to
-  **Teco S.r.l.** **0544408333**
Via G. Ricci Curbastro 8 - 48124 Fornace Zarattini (RA) **fax 0544280084**
www.teconline.com - info@teconline.com
-  **Trixie Italia S.p.a.** **0444835329**
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI) **fax 0444833352**
www.trixie.de - info@trixie.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 - 06061 Castiglione del Lago (PG) **fax 0759656020**
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

CANI & GATTI / DOGS & CATS

-  **Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l.** **092426604**
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) **fax 092422424**
www.adragna.it - info@adragna.it
-  **Agras Delic S.p.a.** **010588586**
Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova **fax 010588914**
www.schesir.it - contact@agras-delic.com
-  **Aldog** **0363938698**
Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG)
www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it
-  **Almo Nature S.p.a.** **010253541**
P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova
www.almonature.eu - info@almo.it
-  **Alpi Service S.n.c.** **011975941**
Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN) **fax 011974453**
www.alpiservice.com - info@alpiservice.com
-  **Avitabile Napoleone S.r.l.** **fax 0815737522**
Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) **fax 0815737522**
www.tewua.it
avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it
-  **Baldecchi S.n.c.** **0550674991**
Via Binda, 7/9 - 52028 Terranuova Bracciolini (AR) **fax 0559705352**
www.baldecchi.it - baldecchiscnc@baldecchi.it
-  **Bama S.p.a.** **0583286353**
Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU) **fax 0583287754**
www.bamagroup.com - info@bamagroup.com
-  **B. Braun Milano S.p.a.** **02662181**
Via V. da Seregno, 14 - 20161 Milano **fax 0266218290**
www.bb.raun.com - servizio.clienti@bb.raun.com



	Boehringer Ingelheim Animai Health Italia S.p.a. Via Giovanni Lorenzini, 8 - 20139 Milano www.merial.com - merial.italia@merial.com	02535581 fax 025355822		Fasson Food By Ma-pell S.r.l. c.so Asti 6 bis - 12051 Alba (CN) www.fassonfood.it - info@fassonfood.it	3356814216
	Camon S.p.a. Via Lucio Cosentino, 1 - 37041 Albaredo d'Adige (VR) www.camon.it - camon@camon.it	0456608511 fax 0456608512		Ferplast S.p.a. Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castलगomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	0445429111 fax 0445429115
	Candioli S.p.a. Via Manzoni, 2 - 10092 Beinasco (TO) www.candioli.it - info@candioli.it	0113490232 fax 0113490526		Ferribiella S.p.a. Strada Trossi, 33 - 13871 Verrone (BI) www.ferribiella.it - info@ferribiella.it	0152558103 fax 0152558083
	Carbone Pet Products S.r.l. Via Antonio Gramsci, 1537 - 51036 Larciano (PT) www.petproducts carbone.it - info@petproducts carbone.it	0573837868 fax 0573859163		Formevet S.r.l. Via Savona, 97 - 20144 Milano www.formevet.com - vetline@formevet.it	024345891 fax 0243458922
	Cerere S.p.a. Corso Romano Scagliola, 189 - 12052 Neive (CN) www.cerere.com - marketing@cerere.com	017367271		Forza10/SANYPet S.p.a. Via Austria, 3 - 350138 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com	0429785401
	Cesarano S.a.s. Via Nolana, 42 - 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - info@cesarano.it	0818507330		Funhobby Italia S.r.l. Corso Vittorio Emanuele 119 - 80059 Torre del Greco (NA) www.funhobby.it - info@funhobby.it	0240032002
	Ceva Salute Animale S.p.a. Viale Colleoni, 15 - 20864 Agrate Brianza (MI) www.ceva-italia.it - marketing.italy@ceva.com	03965591		Gheda Mangimi S.r.l. Via Comuna Santuario, 1 - 46035 Ostiglia (MN) www.gheda.it - gheda@gheda.it	038632677 fax 038632664
	Chemi-Vit S.r.l. Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com	0522887959 fax 0522888200		Gimborn Italia S.r.l. Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimborn.it - marketing@gimborn.it	05225452 fax 0522945365
	Ciam S.r.l. Via Piemonte, 4 - 63100 Ascoli Piceno (AP) www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it	0736250484		Heiniger AG Industrieweg 8 - 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland) www.heiniger.com - info@heiniger.com	+41/62/9569200 fax +41/62/9569281
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - shop@croci.net	3297534632		Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l. Via A.G. Eiffel, 15 - 00148 Roma www.hillspet.it	06545491
	Disegna Group Via Marsan, 28/30 - 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it	0424471424 fax 0424476392		Imac S.r.l. Via Ghisa, 14 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
	Diusa Pet Italia S.r.l. Via Piemonte, 10 - 46051 San Giorgio Bigarello (MN) www.diusapet.it - info@diusapet.com	3429476845		Innovet Italia S.r.l. Via Einaudi, 13 - 35030 Saccolongo (PD) www.innovet.it - innovet@innovet.it	0498015583 fax 0498015737
	Dorado S.r.l. Via Romea, 10 - 30010 Monsole di Cona (VE) www.exclusion.it - info@exclusion.it	042659140		Italsystem S.a.s. Via Corciano, 14 - 47914 Rimini www.italssystem.com - info@italssystem.com	0541731428 fax 0541731328
	Elanco Italia S.p.a. Via dei Colatori, 12 - 50019 Sesto Fiorentino (FI) www.elanco.it - italia_elanco@elanco.com	0554640825		Iv San Bernard S.r.l. Via Castelli, 7 - 50056 Montelupo F.no (FI) www.ivsanbernard.it - info@ivsanbernard.it	0571509106 fax 05711656081
	Farm Company S.r.l. Via Amendola, 532 - Regione Spolina - 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it	015511310		Landini Giuntini S.p.a. Via Rosa Luxemburg, 30 - 06012 Città di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it	075851781 fax 0758517804
	Farmina Pet Foods Italia Via Nazionale delle Puglie - 80035 Nola (NA) www.farmina.com - info@farmina.it	0818236000 fax 0815122135		Life Petcare S.r.l. Via di Basserone, 57 - 52041 Badia al Pino (AR) www.lifepecare.it - info@lifepecare.it	0575411013 fax 0575416496
	Fashion Dog S.r.l. Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it	tel. e fax 059687984		Linea 101 S.r.l. Via Agostino Novella, 4 - 42025 Cavriago (RE) www.linea101.it - info@linea101.it	0522086489



	Mantovani Pet Diffusion S.r.l. Via Giulio Pastore, 31 - 40053 Valsamoggia (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	051969413		PET 360 S.r.l. Via Camisana, 34 - 34040 Torri di Quartesolo (VI) www.pet360.it - info@pet360.it	04441574109
	Marpet S.r.l. Via Don Sasselli d'Era, 13 - 37041 Albaredo d'Adige (PD) www.marpet.it - info@marpet.it	0456600134 fax 0457000124		Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r.l. Via San Maurizio, 184/15 - 10073 Cirié (TO) www.petitamis.it - info@petitamis.it	3334168155 0119222641 fax 0119224084
	Mars Italia S.p.a. V.le Milano Fiori Str. 2 Pal C3 - 20090 Assago (MI) www.pedigree.it	025776111 fax 0257510890		Pets Fitness tel. Via Soderini, 8 - 60027 Osimo (AN) www.petsfitness.com - info@petsfitness.com	0717108160
	Mennuti Group S.r.l. Via Ponte Cerretano, 10/14 - 50050 Carreto Guidi (FI) www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it	0571581661		Pet Village S.r.l. Via Stradello, 35 - 48124 Madonna dell'Albero (RA) www.petvillage.it - info@petvillage.it	054464418 fax 0544684190
	Mister Pet S.p.a. Via Pedemontana, 35 - 43029 Mamiano di Traversetolo (PR) www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com	0521340323 fax 0521340319		Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 052253616
	Monge & C. S.p.a. Via Savigliano, 31 - 11030 Monasterolo di Savigliano (CN) www.monge.it - info@monge.it	0172747111 fax 0172747198		Porrini Group Via Maestri del Lavoro, 23/25 - 25014 Castenedolo (BS) www.porrinigroup.com - info@porrinigroup.com	0302791814
	Morando S.p.a. Via Chieri, 61 - 10020 Anzeno (TO) www.morando.it - info@morando.it	0119433311 fax 0119434289		Rebo S.r.l. Via Mestre, 31 - 11050 Cairate (VA) www.happydog.it - www.happycat.it - info@happydog.it	0331502700 fax 0331502703
	Mp Bergamo S.r.l. Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	0358361269 fax 0354496738		Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
	Mp Group S.r.l. Via dell'Industria, 7/1 - 42025 Cavriago (RE) www.versele.it - mp@versele.it	0522941521		Royal Canin Italia S.r.l. Via Anton Checov, 50/2 - 20151 Milano www.royalcanin.it - info@royal-canin.it	023347611
	MPS 2 S.r.l. Via Zambon, 17 - 36051 Creazzo (VI) www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it	0444572190		Stefanplast S.p.a. Via Piazza, 47 - 36020 Villaganzerla (VI) www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it	0444639011 fax 0444638315
	MSD Animal Health Italia Via Fratelli Cervi snc - Centro direzionale Milano 2 Palazzo Borromini - 20090 Segrate (MI) www.exspot.it - www.scalibor.it	02516861 fax 0251686685		Sweet Wipes S.r.l. Via Medesine, 15/21 - 26041 Roncadello (CR) www.amoremiovet.com - vendite@sweetwipes.com	0375 599139
	MSM Pet Food S.r.l. Via dell'Agricoltura, 5 - 25028 Verolanuova (BS) www.msmpetfood.com - info@msmpetfood.com	0309361245		Ticinense Petfood S.r.l. Via Vigentina, 102 - 27100 Pavia www.ticinense.it - info@ticinense.it	0382573789 fax 0382575576
	My Family S.r.l. Strada Solero, 1/A - 15048 Valenza (AL) www.myfamily.it - info@myfamily.it	0131950063 fax 0131952944		Trixie Italia S.p.a. Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
	Nestlé Purina Petcare S.p.a. Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI) www.purina.it	0281811 fax 0281817133		Velma Group S.r.l. Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	0423715319
	N.P. Industries S.r.l. Via Valcellina, 37 - 33097 Spilimbergo (PN) www.disugual.it - info@disugual.it	0432699322		Vitakraft Italia S.p.a. Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	075965601 fax 0759656020
	On Site S.r.l.u. Via Nazionale, 5 - 23012 Castione Andevenno (SO) www.onsite.pet - info@onsite.pet	0342200070		WINNER PLUS Pet Food S.r.l. Via Italia, 4 - 00060 Capena (RM) www.winnerplus.eu - info@winnerplus.eu	0690375587
	Original Legno Italia S.a.s. di Maltese & C. Z.I. Fegotto - 91013 Calatafimi-Segesta (TP) www.original-legno.it - info@original-legno.it	0924514511		Wonderfood S.p.a. Strada dei Censiti, 1 - 47891 Repubblica di San Marino www.wonderfood.com - info@wonderfood.com	0549943311 fax 0549943312



UCCELLI / BIRDS

	All Pet S.r.l. Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA) www.allpet.it - info@allpet.it	0296450470 fax 0296450464
	Borgovit S.r.l. Via Roma, 48 - 22046 Merone (CO) www.borgovit.it - info.borgovit.it	031650344 fax 031651419
	Chemi-Vit S.r.l. Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com	0522887959
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - shop@croci.net	3297534632
	Fioretta Rag. Gianni S.n.c. Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC) www.fiory.com - info@fiory.com	0341530138 ax 0341530392
	Formevet S.r.l. Via Savona, 97 - 20144 Milano www.formevet.com - info@formevet.it	024345891 fax 0243458922
	Imac S.r.l. Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
	Manitoba S.r.l. Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR) www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com	0375310418 fax 037591348
	Mantovani Pet Diffusion S.r.l. Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	051969413
	Mp Bergamo S.r.l. Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	0358361269 fax 0354496738
	Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 0522553616
	Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
	Trixie Italia S.r.l. Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
	Valman S.r.l. Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI) www.padovanpetfood.com - info@valman.it	0444975663
	Velma Group S.r.l. Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	0423715319
	Vitakraft Italia S.p.a. Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	075965601 fax 0759656020
	Viten S.r.l. Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD) www.viten.it - info@viten.it	0432664401

PICCOLI MAMMIFERI / SMALL MAMMALS

	Also S.r.l. SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it	090632636 fax 0906258082
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - shop@croci.net	3297534632
	Fioretta Rag. Gianni S.n.c. Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC) www.fiory.com - info@fiory.com	0341530138 fax 0341530392
	Gimborn Italia S.r.l. Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimbom.it - marketing@gimborn.it	05225452 fax 0522945365
	Imac S.r.l. Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
	Manitoba S.r.l. Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR) www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com	0375310418 fax 037591348
	Mp Bergamo S.r.l. Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	0358361269 fax 0354496738
	Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 0522553616
	Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
	Trixie Italia S.r.l. Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
	Valman S.r.l. Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI) www.padovanpetfood.com - info@valman.it	0444975663
	Velma Group S.r.l. Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	0423715319
	Vitakraft Italia S.p.a. Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	075965601 fax 0759656020
RETTILI & ANFIBI / REPTILES & AMPHIBIANS		
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - shop@croci.net	3297534632
	Imac S.r.l. Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
	Mantovani Pet Diffusion S.r.l. Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	051969413



 **Pineta Zootechnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootechnici.com - info@pinetazootechnici.com

tel. e fax 0522553616

 **Rinaldo Franco S.p.a.**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com

0248376157
fax 0241291840

 **Trixie Italia S.r.l.**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it

0444835329
fax 0444833352

 **Velma Group S.r.l.**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

0423715319

 **Vitakraft Italia S.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

075965601
fax 0759656020

MARKETING & SERVIZI

 **IPV Pack S.r.l. Unipersonale**
Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E
35010 Carmignano di Brenta (PO)
www.ipvpack.com - info@ipvpack.com

0499431318
fax 0499431370

 **Masidef S.r.l. - Storedesign**
Via Oberdan, 125 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.masidef.com - info@masidef.com

029651011

 **Polypro S.p.a.**
Via Roma, 118 - 40012 Calderara di Reno (BO)
www.polypro.it - info@polypro.it

0510958560

 **Vimax S.r.l.**
Via Rezzonico, 23 - 22100 Como
www.zampotta.it - info@zampotta.it

031301059
fax 031301418

INSERZIONISTI

sovracoperta **VITAKRAFT ITALIA**
Il coperta **MISTER PET**
III coperta **IV SAN BERNARD**
IV coperta **PRODAC INTERNATIONAL**

ADVANCE/AFFINITY 31
BAMA GROUP 39
CERERE 29
DORADO 19
ENPA 51

FASSON FOOD 33
FUNHOBBY 41
MISTER PET 6, 45
MONGE 37
MY FAMILY 2-3

REBO ITALIA 25
RINALDO FRANCO 1, 35, 43
WINNER PLUS PET FOOD 21
WONDERFOOD 5

Zampotta
PET BUSINESS

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

DICEMBRE / GENNAIO 2023 - N° 10

 Zampotta Magazine  328 9226601
 ZampottaMag  zampotta magazine

Direttore editoriale
Cristina Mandaglio

Direttore responsabile
Cristina Mandaglio
cristina.mandaglio@zampotta.it

Coordinatore editoriale
Valeria Longhi
valeria.longhi@zampotta.it

Revisore Scientifico e settore veterinario
Cristiano Papeschi

Hanno collaborato a questo numero:
Marina Moretti, Daniela Graziadio,
Giulia Peduzzi, Luca Scrimieri, Nicola
Benincasa, Assunta Incarnato, Francesco
Caruccio, Silvia Marini, Emilio Gerboni,
Linda Sartini, Lorena Quarta, Alessandro
Mancini, Valerio Zupo

Direzione e Redazione
Vimax srl, Via Rezzonico 23 - 22100 Como
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

Segreteria di Redazione
valeria.longhi@zampotta.it

Produzione grafica
Anna Lioce

VIMAX
Pet Trade Service

Editing
Giulia Peduzzi
Ufficio pubblicità
Vimax srl, Via Rezzonico 23 - 22100 Como
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

Representative for the U.S. and Canada
Richard A. Wartell - Judi Block Associates P.O. Box
1830, Willits, CA 95490 U.S.A.
phone +1/707/4569200 - fax +1/815/3710757
rwartell@write.com

Servizio Abbonamenti
abbonamenti@zampotta.it - fax 031301418

Stampa
Papergraf International srl - Borgorico (PD)

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI COMO N°15/11
ISCRIZIONE NEL REGISTRO OPERATORI
COMUNICAZIONE ALL'AGCOM N. ROC 21368

Tutti i diritti riservati. Ogni riproduzione è vietata se non autorizzata espressamente per iscritto dall'Editore. Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito... anche se non pubblicato.

Note Legali

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, agrigrore, tolettatori, veterinari, allevatori e rappresentanti. Viene inoltre inviata gratuitamente in Italia e in tutto il mondo a produttori, grossisti, importatori, esportatori, associazioni e stampa specializzata del settore pet.

This magazine is distributed by Vimax srl to all Italian pet shops, seed shops, groomers, vets, breeders and agents. It is also sent to all Italian and foreign manufacturers, wholesalers, importers, exporters, associations and specialized press working in the pet field.

Sebbene la rivista venga inviata con abbonamento gratuito, si rende noto che i dati in nostro possesso sono impiegati nel pieno rispetto del D.Lgs 196/2003.

L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla succitata legge. In conformità a quanto disposto dal Codice di deontologia relativo al Trattamento di dati personali art. 2, comma 2, si comunica che presso la nostra sede di Como, via Rezzonico 23, esiste una banca dati a uso redazionale. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti dal D.Lgs 196/2003 (consultare, modificare o cancellare i dati) contattando presso la nostra sede di Como, tel. 031301059, fax 031301418, il responsabile Valeria Longhi (abbonamenti@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. +39/031301059, fax +39/031301418. Responsible for the treatment of personal data is Ms. Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)



Iv SAN BERNARD®

HAKIRA



アキラ

fatte a mano
made in Japan

info@ivsanbernard.it
www.ivsanbernard.it



CONTROLLARE L'ACQUA?... È INDISPENSABILE



PRODAC TEST

Ogni acquario è un meraviglioso ecosistema e per garantire i suoi equilibri ottimali, l'acqua va controllata periodicamente.

PRODAC offre una linea di tests per condurre in maniera autonoma, semplice e precisa un'accurata analisi dei principali parametri dell'acqua: pH (acqua dolce e marina); GH; KH; NO₂; NO₃.

www.prodac.it - info@prodac.it

Follow us:

