

Zampotta

PET BUSINESS

FEBBRAIO 2022 - N° 1

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

+ FOOT TRAFFIC
+ CLIENTI
IN NEGOZIO
**= maggiore possibilità
di vendita**

E TU, SEI PRONTO?

L'editoriale di Cristina Mandaglio

**COME TROVARE
NUOVI CLIENTI**
con la giusta strategia
di marketing

**COME STABILIRE
I PREZZI**
senza perdere guadagno

- Monge Supreme,
il futuro nella ciotola

Monge
Supreme



Monge[®] Supreme

RICETTA DEDICATA
ALLO STILE DI VITA
E ALLE DIVERSE
FASCE D'ETÀ



RICETTA

PLUS

INGREDIENTI
FUNZIONALI



NO CRUELTY TEST

GREENCOMPANY



SO
D



13 RICETTE PER

3



**TRA POCO NEI
VOSTRI STORE**

COPRI IL GUSTO DEI SUPERFOOD

Una gamma SUPERPREMIUM,
formulata per il canale specializzato
e destinata ad un consumatore
attento, informato ed esigente.



PER IL PALATO RAFFINATO DI OGNI GATTO!
Kitten, 6 Adult e 4 Sterilised



**COTTO AL
VAPORE**



**GRAIN FREE
FORMULA**



Ricette esclusive studiate con
TONNETTO STRIATO, scelto con cura
e pescato nel rispetto dell'ambiente
e della biodiversità. Con SUPERFOOD e
verdure, come Baby-Carrots, Spinaci,
Piselli, Broccoli, ma anche Quinoa,
Alghe e Pesci selezionati, come
Spigola, Triglia, Cozze per una dieta
ricca di valori nutrizionali,
varia ed equilibrata.



natural · nutrition · system

Salute, benessere,
e vitalità al **1^o** posto

Alimenti ideati per sostenere l'equilibrio dell'organismo



INGREDIENTI 100% NATURALI

WINNERPLUS.EU

SALVARE UN CUCCIOLO NON HA PREZZO E CON Pet-Ag È FACILE FARLO



Pet-Ag è leader di mercato a livello mondiale, per i Neonatal Milk Replacers, latti artificiali per cuccioli, gattini e molti altri mammiferi. Le formulazioni dell'ESBILAC e del KMR, hanno le stesse caratteristiche del latte materno ed un'alta digeribilità per l'assenza di farine di cereali e per il basso contenuto di lattosio. I migliori allevatori di tutto il mondo usano ESBILAC e KMR per allattare artificialmente i cuccioli ed i gattini orfani dei loro allevamenti, anche nelle situazioni più critiche.



Every Animal. Every Day.



chifa
DAL 1944

Distributore per l'Italia: info@chifa.it • www.chifa-pet.it

myfamily

memopet 



MADE IN ITALY





- Fatti interamente in Italia
- Materiali di altissima qualità
- Tante colorazioni disponibili
- Facili da utilizzare in famiglia grazie all'APP **memopetID**

scoprili tutti www.memopet.com

Esponi memopet nel migliore dei modi grazie alla linea di espositori dedicati



**Non perdere l'occasione di essere
tra i primi ad
offrire la rivoluzione memopet**

CHIAMA SUBITO 0131.950063



Prodotto in Italia da
MyFamily S.r.l. Valenza (AL) - Italy
 T. 0131 950063 | info@myfamily.it
 Distribuito da
MyFamily USA Inc. Orlando (FL)
MyFamily BRASIL Ltda. Caxias do Sul (RS)

COPERTINA

"in evidenza"

Tra i primi al mondo

(Monge)

6



FEBBRAIO 2022 - N° 1

EDITORIALE

di Cristina Mandaglio

5

E tu, sei pronto?



CANI & GATTI

54 Solo il meglio dalla natura
(Winner Plus Pet Food)

56 Come il gioco diventa sostenibile
(Vitakraft Italia)

58 Per rispondere alle esigenze del gatto
(Agras Pet Foods)

60 Per chi vuole il meglio
(MyFamily)

62 Sempre insieme nel benessere
(Consorzio Zodiaco)

64 Riciclare, strategia vincente
(MPS 2)

66 Personalizzare la sua dieta
(PARS)

68 Protezione totale
(Ceva Salute Animale)

69 Consulente di gioco
(Croci)

70 Parola d'ordine: innovare
(Collar)

72 Vuoi provare nuove esperienze?
(Royal Canin)

91 Prurito... ma non solo!
(L. Sartini)

94 È vero che...
(L. Quarta)

ACQUARI & CO.

81 Gli esotici gamberi d'acqua dolce
(A. Mancini)

84 Il bianco... che va sempre di moda
(L. Di Tizio)

88 Ricominciamo dal guppy
(V. Zupo)

FIERE & INIZIATIVE

52 Petfood Forum Europe
(Petfood Forum)

74 Premiare la qualità
(Quality Award)

UCCELLI

96 Il corteggiatore ballerino
(G. Ravazzi)

RUBRICHE

76 La voce di...

78 Negozio del mese

80 Notizie brevi

98 Bacheca

100 Contatti

104 Inserzionisti

BUSINESS

18 Tecniche di Vendita

22 Strategia Aziendale

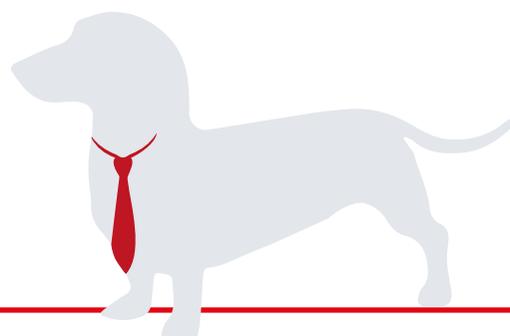
28 Pubblicità & Marketing

32 Social Media Marketing

36 Visual Merchandising

40 Emozioni & Business

44 Business Semplice



l'editoriale di
CRISTINA MANDAGLIO



E TU, SEI PRONTO?

Pre-Covid, Post-Covid... La pandemia sembra sia stata lo spartiacque dal vecchio al nuovo mondo.

Non servono grandi esperti per affermare che tutto quanto accaduto dalla primavera del 2020 ha avuto un fortissimo impatto sulle attività di vendita sia nel nostro che in altri settori.

Anche tu avrai notato e sperimentato diversi cambiamenti nel comportamento dei tuoi clienti che, in altre condizioni, si sarebbero verificati in un decennio.

Perché ne parliamo?

Perché il punto vendita è in costante evoluzione, quindi raccogliere informazioni per comprendere in anticipo i trend diventa vitale per essere competitivi sul mercato.

Assistiamo a un fatto interessante.

Se durante i vari lockdown il processo di acquisto di beni e servizi si è orientato verso l'online, ora è il momento di un ulteriore cambiamento che ti può coinvolgere direttamente.

I proprietari pet infatti manifestano nuove esigenze e hanno aspettative più difficili da soddisfare rispetto a due anni fa. E a te negoziante spetta quindi il compito di ripensare l'approccio verso di loro.

Parliamo di un vero e proprio cambio di mentalità, che ti chiede di essere flessibile e pronto ad aprirti a nuove opportunità.

Cosa è cambiato?

Quello che oggi cercano i tuoi clienti è una vera e propria esperienza di acquisto.

Hanno bisogno di (ri)sentirsi al centro e questo aspetto è importante tanto quanto la qualità dei prodotti e dei servizi che proponi.

(Ri)mettere il cliente al centro significa immedesimarsi in lui, pensare come lui, creare per lui esperienze gratificanti, piacevoli, diverse.

Per renderlo parte dell'esperienza che vive nel tuo negozio puoi servirti di contenuti mirati, sfruttare momenti di interazione, rendere più nuovi e personalizzati prodotti e servizi, mantenendo quel 'tocco umano' che lo fa sentire al centro delle tue attenzioni. In questo modo il tuo pet shop potrà avere un enorme valore aggiunto rispetto alle vendite online e alla grande distribuzione.

Perché nel tuo negozio fisico hai la possibilità di trattare direttamente con il tuo cliente. Su questo piano si gioca e si giocherà il vero differenziale competitivo.

Ricordalo.

E tu, sei pronto?





Tra i primi al mondo

Da sempre in grado di intercettare nuove tendenze per il tuo negozio, Monge corre avanti pensando a un futuro ecosostenibile

Mai come in questo momento il pet shop ha bisogno di partner affidabili che siano una garanzia per i clienti. Monge, tra i leader nel mercato del pet food, rappresenta un punto fermo nel panorama mondiale: è infatti una delle aziende cresciute di più negli ultimi anni ed è oggi un riferimento e un top player non solo a livello italiano ma anche globale.



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



Baldassarre Monge, fondatore e
Presidente dell'azienda
Baldassarre Monge, company's
founder and President

Nel 2021 l'azienda ha raggiunto un fatturato di 360 milioni di euro - con una crescita del 18% nel canale specialist e del 12% nel canale GDO - balzando in 22esima posizione a livello mondiale... un bel salto in avanti, considerando che solo quattro anni fa occupava la 35esima! Alle spalle di questo successo c'è una solida realtà familiare che pensa al futuro, con visione, innovazione e investimenti costanti per superare nuovi record produttivi. "Raccontare la storia della mia azienda è come sfogliare un album di famiglia", ha sempre detto il fondatore Baldassarre Monge. "Un album colmo di ricordi e ricco di valori, affetti, passi-

oni, perseveranza e tradizione. Ci sono ancora molte pagine da riempire con immagini di innovazione, successi e umanità che continueranno la nostra storia. La storia di una famiglia, di un'azienda e di un futuro migliore e sostenibile per tutti". Pensare al futuro per Monge significa che per il 2022 è previsto un investimento di 25 milioni di euro per rafforzare lo stabilimento di Monasterolo di Savigliano (CN) e superare nuovi record produttivi.



La famiglia Monge al completo
Monge family

Monge "Innovation Company" incontra le richieste del mercato

Tra i dati positivi del post pandemia c'è la crescita degli animali da compagnia nelle famiglie italiane, con un aumento del 7%, circa 700/800mila pet in più nel corso dell'ultimo anno. I cambiamenti riguardano anche le modalità di acquisto e il comportamento dei tuoi clienti, i cosiddetti Pet Parents.



Il trend più interessante è quello rappresentato dalla parola “benessere”: il cibo non solo deve essere buono, ma deve far stare bene l'animale apportando i nutrienti ideali e di alta qualità. Da qui deriva la tendenza verso i prodotti naturali, le ricette grain free e monoproteiche.

La seconda parola è “sostenibilità”, termine che si sta affermando sempre più nel mondo del pet food, verso il quale il consumatore si dimostra molto sensibile.

Uno studio attento sulle necessità del proprietario pet e sui suoi bisogni sta alla base della strategia aziendale. Monge ha sempre cercato di essere molto propositiva: non basta lanciare il giusto numero di novità, occorre essere attenti e reattivi nel migliorare i prodotti che nei negozi vanno per la maggiore e sostituire quelli con minor appeal. Una nuova linea, per essere apprezzata, deve essere proposta con le caratteristiche oggi ricercate dal consumatore, a partire dalle referenze, dalle novità degli ingredienti, da packaging e materie prime sostenibili e da una qualità vera e percepita in ogni componente del brand.



La sede dell'azienda, a Monasterolo di Savigliano
Company's plant in a Monasterolo di Savigliano

Monge intercetta da sempre le nuove tendenze

In occasione di Zoomark International 2021 l'azienda ha presentato tante novità, tra le quali la linea *Monge Supreme*, una gamma superpremium di altissima qualità di alimenti umidi per gatti, innovativa in termini di visual packaging e ingredienti in quanto contiene superfood: super alimenti particolarmente ricchi di nutrienti, cioè materie prime considerate benefiche per la salute e il benessere degli animali. Per il pet shop si tratta di un trend di diffusione davvero importante che deriva dal settore dell'alimentazione umana, la quale ne ha riscoperto i benefici. Tra i superfood presenti nelle formule *Monge Supreme* troviamo quinoa, zucca, olive e broccoli nelle buste da

AMONG TOP PLAYERS

Monge has always succeeded in anticipating new trends for your shop: the company runs towards an eco-sustainable future

Specialized shops are in need of reliable partners, who represents a guarantee for customers, now more than ever. Monge, among the leaders in pet food, is a staple in the worldwide panorama: it is one of the companies that has grown the most over the past years and it is now a point of reference and a top player not only in Italy but also worldwide.

In 2021, the company's turnover reached 360 million Euros – +18% in the specialist channel and +12% in mass retail channel – reaching 22nd place worldwide...a big leap forward, considering that four years ago the company had 35th place!

Behind this success there is a strong family oriented to the future, with vision, innovation and *fa pure il logo un pochino più grande (374 mm) visto che è reda di copertina tranquilla constant investment to overcome new manufacturing records. "Talking about the story of my company is just like browsing through family photo books", said founder Baldassarre Monge. "A photo book full of memories and rich in values, bonds, passions, perseverance and tradition. There are still pages to fill with pictures of innovation, successes and humanity, which will continue our story. The story of a family, a company and a better and sustainable future for everyone". According to Monge, thinking about the future means to invest 25 million Euros in 2022 to strengthen the plant in Monasterolo di Savigliano (CN) and overcome new manufacturing records.*

MONGE "INNOVATION COMPANY" MEETS THE NEEDS OF THE MARKET

Among the positive figures of post pandemic there is the growth of pets in Italian families, +7%, nearly 700/800 thousands more pets during the past years. Changes also affects the purchasing habits and behaviour of your customers, Pet Parents.

The most interesting trend is related to the word "well-being": food not only has to be tasty, it must also ensure the pet's well-being by providing the necessary quality nourishing ingredients. Hence comes the trend of natural products, grain-free and single-protein recipes.

The second word is "sustainability", which is increasingly strong in the pet food sector: customers are very sensitive to the trend.

An attentive study on the needs of pet owners and their needs lies behind the company's strategy. Monge always tried to be propositional: launching the right quantity of new products is not enough, it is also important to improve the most popular products and replace those with less appeal. To become popular, a new line must embody the features required by customers starting from recipes, ingredients, packaging, sustainable ingredients and a quality that is real and perceived for each brand product.

MONGE ALWAYS INTERCEPTS NEW TRENDS

During Zoomark International 2021 the company presented several news, including *Monge Supreme*, the super premium range of top-quality wet food for cats, innovative in terms of visual packaging and ingredients. It contains superfood: super ingredients rich in nourishing substances, which are beneficial for the health and well-being of pets. For specialized shops it is an important trend related to human-grade food. Among superfood contained in Monge Supreme formulas there are: quinoa, pumpkin, olive and broccoli in 80g pouches, while Matcha tea, coconut, ginkgo biloba are in 80g tins. All ingredients are fine and rich in antioxidants and minerals. The recipes contain delicious fish morsels with elevated biologic intake – palatable and digestible thanks to steam cooking – plus



80 g, e tè verde matcha, cocco, ginkgo biloba nelle lattine da 80 g, tutti ingredienti ricercati particolarmente ricchi di antiossidanti e minerali.

Le ricette contengono squisiti pezzi di pesce ad elevato valore biologico - resi appetibili e digeribili mediante cottura a vapore - e sono arricchite con verdure e fibre vegetali per favorire il mantenimento del peso corporeo ideale del gatto e la sua vitalità quotidiana.

Il proprietario pet è un cliente che ricerca sempre più prodotti naturali e anche il settore delle lettiere ha fatto grandi passi in questa direzione: il mercato si sta allontanando dalle lettiere minerali e si orienta verso quelle sostenibili. A questa tendenza rispondono le lettiere *Monge Easy Green*, eco-friendly e biodegradabili al 100%, che contengono fibre vegetali ecocompatibili e a basso impatto ambientale. In più sono davvero "easy", si possono smaltire nel WC o nel compostaggio.

Monge ha inoltre cercato di sviluppare nuovi prodotti in grado di intercettare i bisogni e le richieste dei consumatori più esigenti e moderni.

Oltre il 95% degli alimenti sono made in Italy e gli ingredienti sono prevalentemente di origine italiana. Le crocchette sono formulate con carne fresca come primo ingrediente e con un ridotto contenuto di cereali. I bocconi sono cotti al forno, unico caso in Europa, per avere una consistenza sempre al "dente" e i paté sono cucinati al vapore per risultare ancora più cremosi e gustosi.

Pensiero strategico verso una crescita sostenibile

"Negli ultimi anni" - commenta il Direttore Generale Luciano Fassa - "la mission di tutti i dipendenti e della forza vendita è quella della crescita sostenibile. Un pensiero strategico che ha permesso di avanzare in questi anni molto più di come si sviluppasse il mercato: prima di tutto con la qualità delle ricette e dei prodotti, poi con una grande attenzione al green e alla sostenibilità. In Italia sono aumentate le richieste di prodotti di alta qualità e di fascia premium e superpremium e Monge ha fatto del suo meglio per intercettarle. I nuovi trend sono innanzitutto il made in Italy, il no cruelty test, le ricette monoproteiche e i prodotti grain free, ovvero senza cereali, e l'azienda ha cercato di interpretare al meglio queste esigenze. Abbiamo dedicato grande attenzione alla qualità delle materie prime e lavorato moltissimo sulla formulazione, sugli ingredienti, sulla tracciabilità e sulla formazione di tutti i dipen-

vegetables and fibres to help preserve cats' ideal body weight and their daily vitality.

Pet owners are increasingly looking for natural products and the litter sector took great steps forwards: the market is moving away from mineral litters in favour of sustainable litter. Such as *Monge Easy Green*, eco-friendly and 100% biodegradable with eco-compatible vegetable fibres with low environmental impact. Moreover, they are really "easy" and can be flushed in the toilet or compost.

Monge tried to develop new products capable to intercept the needs of the most demanding and modern customers.

Over 95% of products is manufactured in Italy and ingredients are mainly Italian. Kibbles contain plenty of fresh meat as first ingredient, with reduced cereal intake. Morsels are oven baked (the only product in Europe) to ensure "al dente" texture, while pate is steam cooked for extra taste and creaminess.

STRATEGIC FOCUS ON SUSTAINABLE GROWTH

"In the past years" - says General Director Luciano Fassa - "the mission of all employees and sales force is sustainable growth. This strategic focus helped us grow far over the market development: first of all with quality recipes and products, but also with special attention to green and sustainability. In Italy the demand for high-quality, premium and super premium products have increased and Monge did its best to intercept them. The new trends are made in Italy, no cruelty test, single-protein recipes and grain-free food: the company tried to meet this demand at best. We paid great attention to the quality of raw ingredients and worked hard on formulas, ingredients, traceability and the training of all employees. We always had one principle: providing our beloved customers, but also those who try them for the first time, the best at the right price. The quality is not-only perceived but also real in every product. For Monge, quality means to ensure the pets' health, feed them correctly throughout their life, ensuring their growth with a healthy, tasty and genuine diet suited for all breeds, ages and lifestyles. The final goal of each product is to please customers and in particular their pets, with guarantees and beneficial effects through constant consumption".

THE MARKET SHARE GROWS

In the past years Monge recorded the most relevant market share increase, both in the specialist and mass retail channels, as we will see below.

In 2021 *Monge Natural Superpremium* still is the most important and dynamic brand of the company: Monge dry: +19%, Monge wet +31%, compared to the previous year.

Relevant performance for *Monge VetSolution* diet with +38% and *Monge BWild Grain Free*: after a major growth in 2020, the company ended 2021 with +31%.

Gemon, which covers the high premium segment, ends 2021 with +18% (dry) and +16%(wet).

Monge also recorded impressive results in mass retail trade with *Excellence* (+ 28%) and *Lechat* and *Special Dog Classic* dry, both with positive growth.

In 2021 litter grew over 50%.

According to the latest reports available, Monge further improved its share in the specialist channel: it is the first company, therefore world market leader, in the segment of dry dog food in pet shops chains, with the highest growth rate in shops.

Monge is also absolute world market leader in the segment of wet dog food in specialized shops + shop chains: the company grows more than its competitors.

INTERNATIONAL COMPANY

The excellent results in Italy are reflected by a constant growth worldwide. In 2021 the export market has grown over 30%. Monge



denti, sempre con un solo principio: fornire ai nostri affezionati consumatori, ma anche a chi per la prima volta si avvicina ai nostri prodotti, il meglio al giusto prezzo. Una qualità non solo percepita, ma soprattutto reale, in ogni prodotto. Per Monge, qualità significa anzitutto far star bene l'animale nel tempo, nutrirlo in modo corretto in tutte le fasi della sua vita, farlo crescere con un'alimentazione buona, sana, genuina adatta a ogni razza, età e stile. L'obiettivo finale di ogni prodotto è certamente soddisfare il cliente, ma prima di tutto il suo pet, garantendo certezze e benefici nel tempo attraverso un consumo quotidiano”.



Domenico Monge, Amministratore Delegato
e Luciano Fassa, Direttore Generale
Domenico Monge, Managing Director
and Luciano Fassa, General Director

Cresce la quota di mercato

Negli ultimi anni Monge è stata l'azienda con il più significativo incremento di quota di mercato sia nel canale specialist che nel canale GDO, come possiamo vedere dai dati che seguono.

Nel 2021 *Monge Natural Superpremium* continua a essere il marchio più importante e più dinamico dell'azienda. Monge secco: +19%, Monge umido +31% rispetto all'anno precedente.

Davvero notevoli poi le performance delle diete *Monge VetSolution* con il +38% e della linea *Monge BWild Grain Free* che, dopo un grande incremento nel 2020, ha chiuso il 2021 con il +31%.

Infine il marchio *Gemon*, che presidia il segmento high premium e chiude il 2021 con il +18% delle linee secco e il +16% dei prodotti umidi.

Anche nel canale GDO Monge ha ottenuto importanti risultati con il marchio *Excellence* (+ 28%) e con *Lechat* e *Special Dog Classic dry*, che segnano entrambi valori positivi.

Infine le lettiere, che nel 2021 mostrano una crescita superiore al 50%.

Dalle ultime rilevazioni disponibili Monge ha ulteriormente rafforzato la sua quota nei canali specialist: è infatti prima azienda, e quin-

popularity worldwide has strongly increased. Export team, led by Domenico Monge and Export Head Manager Stoycho Terziev, reached nearly 100 countries in five continents in 2021. The goal for 2022 is to increase growth by 40%, strengthening partnerships with existing customers and gaining new customers in other countries. There are a few areas the company chose not to enter, but there is an ongoing approaching process.

The turnover from foreign countries recorded an increase on *Monge* and *Gemon* brands, and so did Simba brand. The company launched new *Monge VetSolution* and *Monge BWild* lines on the foreign market in advance, because of its strategic importance. The new lines were appreciated in all countries.

NEW PLANT IS COMING

The excellent turnover result is also related to the investment made by Monge family in industrial and logistic areas.

Three years ago the company started to plan the strengthening of the manufacturing and supply chain area. The goal was to build one of the most important pet food plants in Europe with a distinguishing feature: being the first company capable to produce 100% of the calorie intake of cats and dogs and empty cans within one plant.

In 2019 the company started the third broadening project of the dry food plant, which was inaugurated in 2013. Monge also launched a development plan to strengthen the equipment through technological innovations in line with Business Plan 4.0.

According to the plan, by 2023 the company will increase the production of wet food for cats and dogs with the following goals:

- doubled manufacturing capacity in tin line (from 1 to 2 million cans per day);
- new manufacturing line of single-serve food ensuring top quality in terms of technology and automation, which will begin from scratch (Green Field concept);
- increase of the manufacturing line of dry food.

The plan will be carried out with INVITALIA. Throughout the development agreement, it supports the project with non-refundable aid amounting to nearly 10 million Euros, donated by the Minister of Economic Development.

As for the logistic and supply chain area, the new automated storehouse was inaugurated over one year ago, with an area of over 7,300 square metres and a stocking capacity of 42,500 pallets units. It is one of the largest in Italy, the largest in the pet food sector. A second automated storehouse is planned ahead, with inauguration expected in 2024/2025. The company also plans to hire new employees.

HOW MONGE BUILDS A SUSTAINABLE FUTURE

■ Real commitment towards the market.
Monge promotes policies focusing on sustainable economy: internal production of empty cans (recyclable just like trays). 80% of energy consumed is self produced through solar panels placed on the plant's roof, a cogenerator and a turbine. The whole plant is warmed with recycled hot water, which is necessary throughout production. Over 90% of waste is recycled.

■ Real commitment towards well-being.
Monge products stand out for high-quality raw ingredients, mostly from Italy. Recipes are developed by nutritionists: thanks to research, innovation and experience, they can offer specific products after pets needs. Fresh meat improves palatability and digestibility, with a single protein for single-protein diet. Some recipes are low-cereal, other recipes are grain-free. They are all free from added artificial colouring and preserving agents. Quality is also respect for pets. Monge products are No Cruelty Test: the only test is "in the bowl".

■ Real commitment towards transparency.
Among Monge values, transparency towards customers is one of the



di leader di mercato assoluto, nell'ambito del secco cane nelle catene pet, con il più alto tasso di crescita nei pet shop.

E per quanto riguarda l'umido cane le cose vanno ancora meglio: Monge è leader assoluto in quota di mercato pet shop + catene, ed è anche l'azienda che cresce di più rispetto a tutti i competitor.

Un'azienda internazionale

Agli ottimi risultati ottenuti dall'azienda sul mercato italiano corrisponde una crescita ininterrotta anche nel mondo, con il mercato export che nel corso del 2021 è cresciuto più del 30%. La notorietà di Monge e dei suoi brand a livello internazionale è aumentata notevolmente. Il team export, guidato in prima persona da Domenico Monge e dal responsabile Export Stoycho Terziev con il suo team di Export Manager, ha raggiunto nel 2021 quasi quota 100 tra i paesi serviti nei 5 continenti. L'obiettivo per il 2022 è aumentare la crescita al 40% per rafforzare le collaborazioni con i clienti esistenti e acquisirne di nuovi e in altri paesi. Ci sono diverse aree geografiche che l'azienda per scelta non ha ancora raggiunto, ma è in corso un processo di avvicinamento.

Il fatturato sviluppato all'estero ha registrato un'accelerazione con i brand *Monge* e *Gemon*, e altrettanto successo ha avuto il marchio *Simba*. All'estero, inoltre, sono state presentate in anteprima rispetto al mercato italiano le nuove diete umide *Monge VetSolution* e la linea *Monge BWild*, con un'accoglienza molto positiva.

In arrivo un nuovo stabilimento

Un sostegno importante all'eccellente risultato del fatturato è legato alle imponenti risorse messe a disposizione dalla famiglia Monge per gli investimenti industriali e logistici.



Gli uffici e il magazzino della sede di Monasterolo di Savigliano
Offices and storehouse in Monasterolo di Savigliano plant

most important. The ingredients list is easy and clear. The company spends energy and investments on modern solutions, which ensure Italian quality. "Monge, the pet food that speaks clearly" is not just a catchphrase but the company's daily commitment.

■ Real commitment towards the environment.

Monge manufactures cat and dog food with special attention to the environment. The logistic fleet distributes products at short and medium distance. Trucks are in the vanguard of ecology, including those powered with liquid natural gas. The trucks' routes are optimized for both raw ingredients supply and product delivery and the supply of packaging material. Drivers' training is also important: together with the technology of modern trucks, it helps save relevant quantities of fuel every year.

LEADER IN ADVERTISING INVESTMENTS

In 2021 Monge was on stage with relevant promotional campaigns on TV, radio, press, hoarding and digital channels. Monge is the first Italian investor in pet food advertising. During the past year Gerry Scotti (with *Monge Natural Superpremium* and *BWild*) and Antonella Clerici (with *Excellence*) were testimonials of TV advertisings on Canale 5 and Rai Uno national TV channels.

For Sanremo Music Festival, the company launched a new commercial on all national channels: "Nutrition Masters" musically presented the company's values. A new world, pleasant and funny, to remember how important pets are and how important a perfectly balanced nutrition is, with ingredients necessary for pets' well-being. Another relevant investment on TV and radio was made during the European Football Championship to support our team.

In Autumn, Monge launched a TV campaign marking the new superfood trends, focusing on the joy pets bring in our life.

The company was also on air with broad radio advertising campaigns on all national radio channels". Monge wanted to support those who live with cats or dogs, taking care of them as real members of the family.

Moreover, by presenting super premium products available in pet chains and traditional pet shops, Monge still supports and promotes the Specialist channel.

There is also great attention to the digital world, with two important campaigns of influencer marketing that will continue in 2022 as well.

Tre anni fa si è aperto un grande cantiere di progettazione per rafforzare l'area produttiva e di supply chain con l'obiettivo di creare uno dei più importanti stabilimenti di pet food in Europa, con una caratteristica primaria: essere l'unica azienda in grado di produrre in un solo sito produttivo il 100% di fabbisogno calorico di cani e gatti e di lattine vuote all'interno dei propri stabilimenti.

Nel 2019 si è dato il via per la terza volta al progetto di ampliamento dello stabilimento dry food, inaugurato solo pochi anni prima, nel 2013. Monge ha inoltre lanciato un piano di sviluppo per potenziare gli impianti del sito piemontese grazie a innovazioni tecnologiche in linea con il Piano Industria 4.0.

Il progetto prevede in particolare, entro l'anno 2023, l'aumento della produzione di alimenti umidi per cani e gatti con i seguenti obiettivi:

- raddoppio della capacità produttiva nella linea lattine, da 1 milione a 2 milioni al giorno;



- nuova linea di produzione monodose di altissimo livello in termini di tecnologia e automazione, che inizierà da zero (concetto Green Field);
- ampliamento della linea di produzione dry food.

L'operazione avviene con il supporto di INVI-TALIA che, attraverso il contratto di sviluppo, sostiene il progetto con un contributo a fondo perduto di quasi 10 milioni di euro messi a disposizione dal Ministero dello Sviluppo Economico.

Per quanto riguarda l'area di logistica e di supply chain, è ormai attivo da oltre un anno il nuovo magazzino automatico, che si sviluppa in un'area di oltre 7.300 mq e con una capienza di oltre 42.500 posti pallet. Si tratta di uno dei più grandi magazzini automatizzati esistenti oggi in Italia, certamente il più grande nell'ambito del pet food. È in previsione la realizzazione di un secondo magazzino automatico che dovrebbe essere inaugurato nel 2024/2025. L'azienda prevede anche di assumere nuovo personale.

Come Monge costruisce un futuro sostenibile

- L'impegno concreto a favore del pianeta. Monge promuove politiche indirizzate allo sviluppo di un'economia sostenibile, ad esempio producendo internamente le lattine vuote che, come le vaschette, sono riciclabili all'infinito. L'80% dell'energia consumata è autoprodotta grazie a pannelli solari installati sui tetti dello stabilimento, un cogeneratore e una turbina. Il riscaldamento di tutto il sito produttivo avviene attraverso il riutilizzo dell'acqua calda necessaria nelle fasi di produzione. Oltre il 90% dei rifiuti prodotti è mandato a recupero.
- L'impegno concreto a sostegno del benessere. I prodotti Monge si distinguono per l'utilizzo di materie prime di alta qualità e, per la maggior parte, di origine italiana. Le ricette sono sviluppate da nutrizionisti che, grazie alla ricerca, all'innovazione e all'esperienza, riescono a proporre alimenti specifici per le esigenze degli amici a quattro zampe. Viene utilizzata carne fresca per migliorare appetibilità e digeribilità e una sola proteina nei prodotti per la dieta monoproteica. Alcune ricette sono a basso contenuto di cereali, altre sono grain free, tutte senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti. Qualità è anche rispetto per gli animali: i prodotti Monge sono No Cruelty Test. L'unica prova è quella "della ciotola".
- L'impegno concreto a sostegno della trasparenza.

Tra i valori che contraddistinguono il gruppo Monge, la trasparenza verso il consumatore è sicuramente quello cardine che si esplicita in chiarezza e facilità di comprensione degli ingredienti riportati in etichetta. L'azienda dedica energia e investimenti alla ricerca di soluzioni all'avanguardia per garantire una qualità tutta italiana. "Monge, il pet food che parla chiaro" non è solo uno slogan, ma l'impegno quotidiano di ogni componente dell'azienda.



- L'impegno concreto a sostegno dell'ambiente. Monge produce cibo per cani e gatti con tanta attenzione verso l'ambiente. La flotta logistica distribuisce i prodotti a breve e medio raggio ed è composta da mezzi ecologicamente all'avanguardia, tra cui quelli alimentati a gas liquido naturale. Vengono ottimizzati i percorsi degli automezzi sia per il ciclo di reperimento delle materie prime e della consegna del prodotto finito, sia per il rifornimento dei materiali utili al confezionamento. Importante è anche la formazione degli autisti che, in aggiunta alla tecnologia dei moderni mezzi pesanti, consente il risparmio di ingenti quantità annue di carburante.

Leader negli investimenti pubblicitari

Nel 2021 Monge è stata protagonista con grandi campagne promozionali in TV, radio, stampa quotidiana e periodica, affissione e sui canali digitali: l'azienda è il primo investitore in pubblicità nel settore del pet food in Italia. Durante l'anno Gerry Scotti (con *Monge Natural Superpremium* e *BWild*) e Antonella Clerici (con *Excellence*) sono stati testimonial di importanti telepromozioni su Canale 5 e Rai Uno. E in occasione del Festival di Sanremo è sta-



ta fatta un'importante campagna con soggetto "Monge, i maestri della nutrizione" on air su tutte le reti principali ed emittenti radio, con uno spot che raccontava i valori dell'azienda presentati in chiave musicale. Un modo nuovo, piacevole e divertente, per ricordare quanto siano importanti i nostri pet e quanto conti un'alimentazione perfettamente bilanciata con ingredienti indispensabili al loro benessere sempre in "perfetta armonia". Un altro importante investimento Tv e radio è stato fatto durante gli Europei di calcio per motivare la nostra squadra.

In autunno Monge ha lanciato inoltre una campagna TV che ha segnato i nuovi trend dei superfood, un bel messaggio di serenità e sorrisi che ci regalano i nostri pet ogni giorno.

Anche in campo radiofonico l'azienda è stata presente su tutte le principali reti nazionali con i suoi consigli per tutti coloro che hanno un cane o un gatto e se ne prendono cura come membri della famiglia. Inoltre attraverso la presentazione di prodotti superpremium, reperibili nelle catene e nei pet shop tradizionali, Monge continua a sostenere e promuovere la rete di negozi specializzati.

Non manca poi l'attenzione per il mondo digital, con due importanti attività di influencer marketing che l'azienda porterà avanti anche nel 2022.

Insieme a veterinari e allevatori

Monge ha attivato negli ultimi anni un'intensa collaborazione con il canale allevatori in Italia e all'estero dando vita nel 2017 al progetto *Monge Breeders*, sempre più importante nella strategia di dialogo con i nuovi proprietari pet. Il team breeders e molti allevatori si interfacciano quotidianamente con il team R&D e con i nutrizionisti Monge per migliorare e individuare nuove ricette che, una volta verificate e usate con regolarità, possano essere disponibili sugli scaffali dei migliori pet shop. Il progetto è cresciuto nel tempo e oggi migliaia di allevatori professionisti rappresentano una colonna portante del fatturato della società. A loro è dedicata una forza vendita composta da un responsabile e da agenti sul territorio nazionale. Inoltre, fino a prima dell'emergenza pandemica, Monge ha presidiato costantemente tutti i principali eventi di settore in collaborazione con ENCI e con altre associazioni di categoria. Gli allevatori professionisti del team Monge Breeders sono diventati anche specialisti nella vendita e nel dialogo con i colleghi: per questo motivo *Monge Natural Superpremium Best for Breeders* è diventato un prodotto di riferimento nel

TOGETHER WITH VETERINARIANS AND BREEDERS

In the past years Monge started an intense collaboration with the breeder channel in Italy and abroad, starting *Monge Breeders* project in 2017, which is increasingly important in the strategic dialogue with new pet owners. Breeders team and plenty of breeders speak daily with Monge R&D team and nutritionists, to improve and study new recipes that, once they start to be tested and used regularly, can be available in the best specialized shops. The project has grown with time and thousands of professional breeders now represent a pillar of the company's turnover, developed with an exclusive sales force including one manager and representatives in Italy.

Moreover, before the beginning of Covid pandemic Monge took part in the main events of the sector, in collaboration with ENCI and category associations.

Monge Breeders team includes professional breeders, who also became expert in selling and dealing with other breeders through the years: that is why *Monge Natural Superpremium Best for Breeders* became a reference product in the Italian and European breeder market. Moreover, *Monge* and *Gemon Best for Breeders* lines only include products dedicated to breeders, with recipes and sizes specifically developed for the segment.

The project of veterinarian medical representatives was also born in 2017 inspired to the same principles, at the same time of *Monge VetSolution* launch. It is an important network of veterinarian medical representatives: experts with elevated skills in pet nutrition, who started building professional and personal partnerships with Italian veterinarians. The team started collaborations with SCIVAC and other category associations, developing specific projects, sponsoring leading events of the sector and also planning meetings with breeders, veterinarians, nutritionists and world-famous speakers on common topics, on Monge news, future projects and the features of *Monge Natural Superpremium*, *Monge VetSolution* and *Monge BWild*.

mercato allevatori in Italia e in molti paesi in Europa. Inoltre le linee *Monge* e *Gemon Best for Breeders* vantano prodotti e referenze dedicate esclusivamente a questo mondo, con formati e ricette studiate appositamente per presidiare nel migliore dei modi questo segmento.

In contemporanea con il lancio di *Monge VetSolution*, nel 2017, è nato con la stessa filosofia il progetto che raduna una rete importante di informatori veterinari, professionisti con grandi competenze nell'alimentazione di piccoli animali, che ha iniziato a costruire relazioni professionali e personali con il mondo dei veterinari italiani. Sono nate collaborazioni con SCIVAC e le altre associazioni di categoria, sviluppando progetti ad hoc dedicati al solo mondo veterinario, sponsorizzando eventi di primo piano del settore e programmando incontri sul territorio con allevatori, veterinari, nutrizionisti e relatori di fama internazionale in cui affrontare tematiche di interesse comune, presentare le novità Monge, i progetti a venire, i plus dei prodotti *Monge Natural Superpremium*, *Monge VetSolution* e *Monge BWild*. (A.O.)



LETTIERE EASY GREEN

Al proprietario pet che ricerca prodotti naturali anche per l'igiene del proprio gatto sono dedicate le lettiere *Easy Green 100% Orzo Italiano*, novità presentata in occasione di Zoomark International 2021 e *Easy Green 100% Mais Italiano con Carboni Attivi*. La loro granulometria è piacevole al tatto del micio, per questo si definiscono "soft touch". Grazie all'alto potere assorbente e agglomerante in pochissimi secondi è possibile raccogliere la "palla" creata dall'urina. Sono adatte ai cuccioli poiché non rilasciano polveri e contengono fibre vegetali ecocompatibili e a basso impatto ambientale. Si tratta di prodotti davvero "easy": si possono smaltire nel WC o nel compostaggio. La lettiera con carboni attivi è potenziata con l'aggiunta di carbone attivo vegetale (prodotto dalla lavorazione dei gusci delle noci di cocco) che riduce con più efficacia i cattivi odori. Sempre tra le lettiere vegetali sono disponibili anche *Easy Green 100% Mais Italiano* e *Easy Green*, tutte made in Italy, naturali, ecologiche e organiche.



EASY GREEN LITTER

Dedicated to pet owners looking for natural products for their cats' hygiene: *Easy Green 100% Italian Barley* (presented at Zoomark International 2021) and *Easy Green 100% Italian Corn with Active Carbon*. They are soft touch: it is pleasant for cats to touch them. Moreover, they are convenient thanks to their absorbing and clumping power: after just a few seconds it is possible to collect the urine "ball". They are suited for kittens and prevent foul odours. Moreover, they are eco-friendly: they contain eco-compatible vegetable fibres with low impact on the environment. It can be easily flushed in the toilet or in compost. The litter with active carbon is combined with vegetable active carbon (from coconut), which effectively reduce foul odours. Vegetable litter products also include *Easy Green 100% Italian Corn* and *Easy Green*: made in Italy, natural, eco-friendly and organic.

MONGE SUPREME



particolarmente ricchi di antiossidanti e minerali. Le ricette contengono squisiti pezzi di pesce ad elevato valore biologico, resi appetibili e digeribili mediante cottura a vapore e arricchiti con verdure e fibre vegetali per favorire il mantenimento del peso corporeo ideale del gatto e la sua vitalità quotidiana. La formulazione contiene frutto-oligosaccaridi (FOS) e prebiotici per il benessere intestinale. *Monge Supreme* è prodotto in Thailandia senza coloranti e conservanti aggiunti ed è No Cruelty Test.

Per i clienti che amano i superfood, *Monge Supreme* è una linea di prodotti in pratiche buste e lattine da 80 g per gattini in accrescimento, gatti adulti e gatti sterilizzati, preparata con materie prime selezionate per le loro proprietà nutrizionali. Le bustine sono formulate con superfood come quinoa, zucca, olive e broccoli mentre le lattine con tè verde matcha, cocco e ginkgo biloba, tutti ingredienti ricercati



MONGE SUPREME

For customers loving superfood, *Monge Supreme* is the line of products in handy pouches and 80g cans for growing kittens, adult cats and neutered cats. They are made with raw ingredients selected according to their nutritional features. Pouches contain superfoods such as quinoa, pumpkin, olives and broccoli. Tins contain Matcha tea, coconut and ginkgo biloba, which are rich in antioxidants and minerals. Recipes contain delicious fish bites with elevated biological value, palatable and digestible thanks to steam-cooking. They are supplemented with vegetables and vegetable fibres to support the maintenance of cats' ideal body weight and their daily vitality. The formula includes fructo-oligosaccharides (FOS) and prebiotics for intestinal well-being. *Monge Supreme* is made in Thailand without added colouring and preserving agents and it is No Cruelty Test.

MULTIPACK MONGE GRILL PER CANI E GATTI

Il proprietario cerca un'alimentazione che faccia stare bene l'animale nel tempo? Per loro ecco i bocconcini *Monge Grill*, una delle linee di punta nel canale specializzato, cotti al forno con una tecnologia esclusiva che crea appetibilità straordinaria e unica nel suo genere. Con i nuovissimi Multipack *Monge Grill* il tuo cliente può offrire ogni giorno qualcosa di nuovo: la pratica e conveniente scatola contiene 12 buste in diversi gusti ideali per variare l'alimentazione dell'amico a quattro zampe.

Le confezioni per cani adulti comprendono 12 buste da 100 g ciascuna e sono proposte in tre squisiti gusti:

- *Monge Grill*, bocconcini cotti al forno al gusto Manzo, Merluzzo o Pollo e Tacchino;
- *Monge Grill*, bocconcini cotti al forno al gusto Salmone, Maiale o Agnello con Ortaggi.

I Multipack per gatti sterilizzati o adulti sono composti da 12 buste da 85 g ciascuna nei deliziosi gusti:

- *Monge Grill*, bocconcini cotti al forno al gusto Vitello, Galletto o Trota (per gatti sterilizzati);
- *Monge Grill*, bocconcini cotti al forno al gusto Coniglio o Agnello (per gatti adulti).

Monge Grill è un alimento completo e bilanciato con carni di altissima qualità. Le ricette sono formulate senza cereali, made in Italy, No Cruelty Test e senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti.



MULTIPACK MONGE GRILL FOR CATS AND DOGS

What if pet owners look for food ensuring pets' well-being over time? Here are oven-baked *Monge Grill* morsels, one of the flagship lines in the specialist channel. The morsels are baked with an exclusive technology providing a unique and extraordinary palatability. Thanks to new Multipack *Monge Grill*, your customer can offer something new every day: handy and convenient box with 12 pouches and different flavours to vary the diet. Dog multipacks includes 12 100g pouches and these recipes:

- *Monge Grill*, oven-baked morsels Beef – Cod – Chicken and Turkey;
- *Monge Grill*, oven-baked morsels Salmon – Pork – Lamb with Vegetables;

Multipacks for adult or sterilised include 12 85g pouches:

- *Monge Grill*, oven-baked morsels Veal – Cockerel – Trout (for neutered cats);
- *Monge Grill*, oven-baked morsels Rabbit – Lamb (for adult cats).
- *Monge Grill*, is the complete and balanced food with high-quality oven baked meat. Recipes are free from cereals, made in Italy, no cruelty test, no added artificial colouring or preserving agents.

LECHAT EXCELLENCE

La linea dedicata alla GDO *LeChat Excellence* si arricchisce di nuovi prodotti umidi: i *Paté Monoproteine* e i *Bocconcini Maltagliati*, in sfiziosi nuovi gusti, alimenti completi e bilanciati formulati per favorire la vitalità quotidiana del gatto nel rispetto dei suoi fabbisogni nutrizionali. I gustosi paté e i deliziosi bocconcini maltagliati, con carne o pesce, non contengono cereali grazie alla selezione di fonti alternative di carboidrati, come i piselli. I paté sono formulati con una singola fonte proteica animale. La gamma *LeChat Excellence* offre prodotti per gattini, gatti adulti e gatti sterilizzati.



LECHAT EXCELLENCE

LeChat Excellence line dedicated to mass retail now includes new wet products: *Paté Monoproteine* and *Maltagliati Morsels* in delicious recipes. They are complete and balanced products supporting cats' everyday vitality and their nutritional needs. Tasty pates and delicious morsels with meat or fish do not contain cereals, thanks to the selection of alternative carbohydrate sources, such as peas. Pates contain a single animal protein source. *LeChat Excellence* offers products for kittens, adult cats and neutered cats.

MONGE FRUIT

Monge Fruit è la linea premium composta da soffici paté cotti al vapore con mini bocconcini teneri e gustosi, arricchiti con pezzi di frutta. La combinazione di carne fresca (altamente digeribile e appetibile) e frutta - fonte di fibre, vitamine e minerali antiossidanti - rende *Monge Fruit* un alimento unico, dal gusto delizioso, in grado di apportare elementi utili per il sistema immunitario e il regolare funzionamento dell'intestino.

Sono disponibili 6 ricette in comode vaschette da 100 g, ognuna con un frutto diverso: *Paté con Bocconcini con Agnello e Mela*; *Paté con Bocconcini con Anatra e Arancia*; *Paté con Bocconcini con Maiale e Ananas*; *Paté con Bocconcini con Pollo e Lamponi*; *Paté con Bocconcini con Salmone e Pera*; *Paté con Bocconcini con Tacchino e Mirtilli*. Ideali per cani di piccola taglia o come premio per i cani più grandi, le vaschette *Monge Fruit* sono made in Italy, No Cruelty Test e senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti.



MONGE FRUIT

Monge Fruit is the premium line of soft, steam-cooked pates with soft and tasty small morsels and fruit bites. The combination of fresh meat (extremely digestible and palatable) and fruit - source of fibres, vitamins and antioxidant minerals - makes *Monge Fruit* a unique and delicious product capable to support the immune system and the regular intestinal functionality. It comes in 6 recipes and handy 100g trays, each with a different fruit: *Pate with Morsels with Lamb and Apple*; *Pate with Morsels with Duck and Orange*; *Pate with Morsels with Pork and Pineapple*; *Pate with Morsels with Chicken and Raspberries*; *Pate with Morsels with Salmon and Pear*; *Pate with Morsels with Turkey and Blueberries*. They are suited for small dogs or as reward for larger dogs: *Monge Fruit* are made in Italy, No Cruelty Test and free from added artificial colouring or preserving agents.

MULTIPACK SPECIAL DOG E LECHAT EXCELLENCE: ANCORA PIÙ SCELTA!

Sono in arrivo sugli scaffali della GDO i pratici Multipack Special Dog e LeChat Excellence, appositamente pensati per diversificare la dieta del pet. Le confezioni contengono 12 buste proposte in due deliziosi gusti (6+6), per offrire ancora più scelta ai palati sopraffini di cani e gatti.

CANI. 12 buste da 100 g ciascuna nei gusti:

- Bocconcini in salsa cotti al forno con Agnello o con Coniglio, per Cani Mini Adulti.
- Bocconcini in salsa cotti al forno con Manzo o con Selvaggina, per Cani Medium Adulti.

GATTI. 12 buste da 100 g ciascuna nei gusti:

- Bocconcini in salsa cotti al forno con Anatra o con Coniglio per Gatti Sterilizzati.
- Bocconcini in salsa cotti al forno con Manzo o con Salmone, per Gatti Adulti.

Special Dog e *LeChat Excellence* sono alimenti completi e bilanciati con carni di altissima qualità cotte al forno. Le ricette sono formulate senza cereali e contengono carne fresca, per appetibilità e digeribilità ottimali. Sono made in Italy, No Cruelty Test e senza coloranti né conservanti artificiali aggiunti.



MULTIPACK SPECIAL DOG AND LECHAT EXCELLENCE: EVEN MORE CHOICE!

Handy Multipack *Special Dog* and *LeChat Excellence* are coming on mass retail shelves. They are specific to vary the pet's diet. Packages contain 12 pouches and two delicious flavours (6+6), in order to ensure even more choice to cats and dogs.

DOGS. 12 100g pouches:

- Oven-baked bites with sauce with Lamb or Rabbit, for Mini Adult Dogs.
- Oven-baked bites with sauce with Beef or Game, for Medium Adult Dogs.

CATS. 12 100g pouches:

- Oven-baked bites with sauce with Duck or Rabbit for Neutered Cats.
- Oven-baked bites with sauce with Beef or Salmon, for Adult Cats.

Special Dog and *LeChat Excellence* are complete and balanced products with oven-baked high-quality meat. Recipes are free from cereals and contain fresh meat, for excellent palatability and digestibility. They are made in Italy, No Cruelty Test and without added artificial colouring and preserving agents.

MONGE NATURAL SUPERPREMIUM - MONOPROTEIN

Per offrire un prodotto gustoso e bilanciato ai tuoi clienti, tutte le ricette sono il risultato della ricerca made in Italy, grazie a continui confronti con allevatori, consumatori e nutrizionisti. *Monge Natural Superpremium* ha un'unica fonte proteica animale come primo ingrediente, associata a fonti di carboidrati resi altamente digeribili mediante il processo di estrusione. Per i pet nelle prime fasi di vita sono state formulate 12 nuove referenze che vanno ad affiancarsi alla già ricca proposta di prodotti per gatti kitten e cani puppy fino a 12 mesi.

- Kitten (1-12 mesi) - Manzo 400g/1,5 Kg;
- Kitten (1-12 mesi) - Anatra 400g/1,5 Kg;
- All Breeds Puppy & Junior Maiale con Riso e Patate 2,5/12 Kg;
- All Breeds Puppy & Junior Trota con Riso e Patate 2,5/12 Kg;
- All Breeds Puppy & Junior Anatra con Riso e Patate 2,5/12 Kg;
- Mini Puppy & Junior Salmone con Riso 2,5/7,5Kg.



MONGE NATURAL SUPERPREMIUM - MONOPROTEIN

In order to ensure tasty and balanced products, all recipes are the result of made-in-Italy research, thanks to constant discussion with breeders, consumers and nutritionists. *Monge Natural Superpremium* contains one single animal protein source as first ingredient, combined with carbohydrate sources extremely digestible thanks to extrusion. For pets during their first months there are 12 new recipes, joining the broad range of recipes for kittens and puppies up to 12 months.

- Kitten (1-12 months) - Beef 400g/1.5 Kg;
- Kitten (1-12 months) - Duck 400g/1.5 Kg;
- All Breeds Puppy & Junior Pork with Rice and Potatoes 2.5/12 Kg;
- All Breeds Puppy & Junior Trout with Rice and Potatoes 2.5/12 Kg;
- All Breeds Puppy & Junior Duck with Rice and Potatoes 2.5/12 Kg;
- Mini Puppy & Junior Salmon with Rice 2.5/7.5 Kg.

IL "MIX FEEDING"

Gli alimenti umidi hanno il vantaggio di essere altamente appetibili e fornire una fonte extra di idratazione grazie al loro contenuto di salsa, gelatina e brodo di cottura. Quelli secchi invece apportano energia e nutrienti e sono di facile somministrazione e conservazione. La combinazione di alimenti secchi e umidi permette di sommare i benefici di entrambi i metodi di alimentazione: è questo il "mix feeding", per garantire il giusto apporto di gusto e nutrienti nella vita quotidiana dei nostri animali.

Puoi scegliere di:

1. Somministrare gli alimenti secchi la mattina così da fornire l'energia per la giornata, e quelli umidi la sera.
2. Mischiare gli alimenti secchi e umidi nella ciotola e suddividerli in due pasti, da servire uno la mattina e l'altro la sera.

Gli abbinamenti dei prodotti secchi e umidi sono possibili con le linee *Monge Natural Superpremium* e *Monge BWild*, ricette formulate senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti, made in Italy e No Cruelty Test.



"MIX FEEDING"

Wet food is palatable and provide extra hydration, thanks to sauce, jelly and cooking broth. Dry food provides energy, besides being easy to feed and to preserve. The combination of dry and wet food piles up the beneficial effects of both. Mix feeding is the combination of wet and dry food with the same animal protein sources to ensure the correct intake of flavour and nourishing substances every day.

There are two ways to combine wet and wet food:

1. Use dry food in the morning, to provide energy for the day, and wet food in the evening.
2. Mix wet and dry food in the bowl and divide them into two meals: one for the morning and one for the evening.

Combining wet and dry food is possible with *Monge Natural Superpremium* and *Monge BWild* lines, which are free from artificial added colouring and preserving agents, made in Italy and no cruelty test.



Iv SAN BERNARD®

LUXURY CARE



THE BEST

for Dogs & Cats

Mirco Spinghieri

ivsanbernard.it

+ FOOT TRAFFIC + CLIENTI IN NEGOZIO

= maggiori possibilità di vendita

NICOLA BENINCASA

Quattro idee per far decollare il tuo business incrementando gli ingressi "fisici" nel tuo negozio

Ormai in ambito retail marketing (l'insieme di attività di marketing messe in atto per spingere il consumatore finale all'acquisto di prodotti o servizi) è abitudine distinguere tra due fonti di traffico: quello online e quello degli ingressi delle persone in negozio, il cosiddetto "foot traffic", ovvero il traffico a piedi.

Vediamo ora insieme come è possibile aumentare il numero di clienti che arrivano "fisicamente" in negozio in modo da far decollare le tue vendite in questo nuovo anno.

Cominciamo.

Aumentare il traffico pedonale è un elemento cruciale per la tua attività: più persone in store significa più possibilità di vendere e coinvolgere i tuoi clienti.



Ovviamente il primo passo è quello di scegliere una buona posizione. Assicurati che il tuo punto vendita sia in una zona di passaggio, con una buona percentuale di traffico pedonale. È altresì cruciale che ci sia spazio per parcheggiare: la facilità di parcheggio è una delle ragioni che spingono oggi un cliente a scegliere un negozio piuttosto che un altro.

Una buona posizione però da sola non basta. Ecco allora 4 strategie che puoi attivare subito per aumentare il traffico pedonale in negozio e quindi le tue vendite.





PREMIUM MENÙ Rabbit

22%
FIBRE



 *Prelibate ricette*
RICCHE DI INGREDIENTI NATURALI
FIBRE LUNGHE - GRAIN FREE - NO OGM



Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia (ITALY) - Tel./Fax +39.0522.553616
www.pinnypet.com - info@pinnypet.com

CHE COS'È IL TRAFFICO PEDONALE?

Il traffico pedonale è l'insieme delle persone che raggiungono fisicamente il tuo punto vendita. Come tutte le altre metriche di marketing va misurata correttamente.

È chiaro che più persone ci saranno in negozio, maggiori saranno le possibilità di vendere.

Sono molti gli strumenti che puoi utilizzare per misurare queste metriche.

È davvero fondamentale che tu riesca a calcolare:

- il tempo medio trascorso dai clienti in negozio;
- il tempo medio passato a fare acquisti su base annua;
- i tipi di prodotti o articoli più richiesti.

Se riesci confronta poi questi dati con quelli degli altri negozi in zona.

È molto importante monitorare questi dati. Per farti un esempio: a Disneyland controllano che la velocità delle persone all'interno del parco sia costante. Se notano un rallentamento significa che mancano indicazioni o che sono date male. E quindi intervengono.

Le informazioni sono cruciali in negozio per aumentare le vendite:

chiarezza = vendita,

confusione = mancata vendita.

COME MISURARE IL TRAFFICO PEDONALE?

Esistono diversi modi per misurare il traffico pedonale. Per la maggior parte i rivenditori utilizzano la propria rete WiFi, contapersone, sensori di calore, telecamere di sorveglianza e sistemi di punti vendita per integrare i dati nell'analisi del traffico dei clienti e ricevere le informazioni che desiderano.

Gli strumenti sopra menzionati contano il numero di persone che visitano il tuo punto vendita e tengono traccia del comportamento dei clienti e di altri parametri (come il numero di minuti trascorsi in negozio).

Questa è la parte più semplice.

COME AUMENTARE IL TRAFFICO PEDONALE?

Ecco allora le 4 strategie che ti ho promesso per aumentare il traffico nel tuo pet store e quindi le tue vendite.

1. Sfrutta i banner pubblicitari

La comunicazione fuori dal negozio è fondamentale. Oggi puoi stampare online a prezzi davvero contenuti banner di qualsiasi forma e dimensione.

Puoi trovare moltissimi siti di print-on-demand che fanno al caso tuo (ti suggerisco pixartprinting.it/).

In sostanza devi catturare l'attenzione.

Un buon consiglio è quello di avere all'esterno un elemento che richiami immediatamente ciò che vendi, come la sagoma di un cane o di un gatto.

2. Offri l'opzione del ritiro in negozio

Oggi online e offline devono comunicare in modo diretto. Fai in modo che le persone possano ac-

Assicurati che il tuo punto vendita sia in una zona di passaggio, con una buona percentuale di traffico pedonale



Fai in modo che le persone possano acquistare online o per telefono e che possano venire a ritirare il prodotto in negozio



quistare online o per telefono e che possano venire a ritirare il prodotto in negozio.

Questo fenomeno si chiama BOPIS (buying online and pick up in store).

Secondo uno studio di *Innovating Commerce Serving Communities*, oltre il 50% degli acquirenti adulti utilizza BOPIS e il 67% di questi consumatori aumenta il valore del proprio ordine quando sa di poterlo ritirare immediatamente.

Questa opzione consente loro di risparmiare tempo.

Oggi non puoi davvero farne a meno.



3. Sfrutta la presenza online

Le persone cercano sul web le informazioni. Quindi devi avere una forte presenza online, soprattutto in ambito locale.

Le persone oggi cercano le informazioni sul web. Quindi devi avere una forte presenza online, soprattutto in ambito locale

Crea una solida strategia di SEO nella tua zona (ottimizzazione dei motori di ricerca) per portare traffico al tuo sito. Sito che, se necessario, deve ovviamente essere ottimizzato.

Sempre in ambito locale, devi prestare attenzione a siti come Google My Business, Yelp o le mappe Apple. Ricorda: la tua presenza online deve essere davvero forte.

La stessa strategia va applicata anche ai canali social: organizzati e sfrutta Facebook, In-



**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 Confocommercio. www.turbobusiness.it

stagram e Tik Tok per attirare clienti nel tuo negozio.

4. Organizza eventi in store

Ne abbiamo già parlato in un precedente articolo. Organizza eventi (almeno uno al mese) per portare persone nel tuo pet shop. In questo modo avrai di fronte a te un pubblico che non aspetta altro che comprare.

Un esempio che sta funzionando alla grande con un nostro cliente è l'aver organizzato masterclass con persone che hanno appena accolto in casa un cucciolo. Ogni mese spieghiamo loro come sceglierlo, educarlo e ovviamente le mandiamo via a mani... "piene" di prodotti.



CONCLUSIONI

Insomma, ci sono molti modi per far sì che le persone entrino nel tuo punto vendita. Scegli tu quali.

Fondamentale è che online e offline parlino tra loro. Con una strategia condivisa avrai risultati come mai prima.

Fammi sapere che cosa hai organizzato.

Alle tue vendite.



COME STABILIRE I PREZZI

senza perdere guadagno e reputazione

ASSUNTA INCARNATO

Determinare il prezzo di vendita è una delle decisioni di business più delicate da prendere. Vediamo tre strategie per stabilirlo in maniera esatta

“**C**ome posso determinare correttamente il prezzo del mio prodotto?
Se chiedo troppo poco me lo comprano in tanti ma alla fine non copro i costi...
Se chiedo troppo temo che non me lo compri nessuno...
E allora che faccio?”

Questa è la domanda che mi ha posto, a ragione, un nuovo cliente qualche tempo fa. Dico a ragione, perché la corretta determinazione del prezzo di vendita può fare davvero la differenza tra un'azienda che rischia di chiudere, una che vivacchia, e una che prospera alla faccia dei concorrenti.

Ma nonostante le apparenze non è una questione semplice e di immediata soluzione: in realtà determinare il sistema di offerta è una delle cose più difficili e impegnative che un imprenditore deve affrontare.

Perché?

Perché il prezzo non ha a che fare unicamente con il denaro, con gli euro che i tuoi clienti pagano per avvalersi del tuo prodotto o servizio.

Il prezzo in realtà è complesso da determinare perché:

- determina innanzitutto la redditività della tua impresa;
- influenza la percezione che i clienti hanno della tua azienda e del tuo prodotto e/o servizio;
- è un elemento di confronto con i tuoi concorrenti (diretti, indiretti, potenziali e futuri);
- deve essere coerente con l'immagine della tua azienda, e quindi del tuo brand.

Oggi, a differenza di qualche decennio fa, la concorrenza è maggiore e più agguerrita. E soprattutto, in tanti settori, globale



Sensible Mini XS

HAPPY DOG
All you feed is love

Per **piccoli buongustai**
dalle grandi aspettative.

WWW.HAPPYDOG.IT

Novità!



- Per cani **fino a 5kg di peso**
- **Design** accuratamente studiato
- **Deliziose ricette** altamente digeribili
- Alimento super premium con **materie prime di alta qualità**

Con
crocchette
extra-small



Determinare il prezzo di vendita è quindi un processo che richiede test, prove e misurazione dei risultati.

Non c'è una soluzione uguale per tutti, e anche se tu riuscissi a trovare un mix perfetto dovresti comunque monitorare nel tempo la sua efficacia.

Da dove cominciare?

Vediamo insieme quali sono le strategie più utilizzate.

STRATEGIA BASATA SUI COSTI

I libri di Economia aziendale usualmente affrontano la problematica facendo riferimento al costo di acquisto o produzione.

Secondo questo approccio il prezzo di vendita dovrebbe essere correlato ai costi sostenuti per la produzione e/o l'acquisto del prodotto.

E se ci pensi la maggior parte degli imprenditori fa proprio così: "Compro a 10 e vendo a quattro volte tanto".

Uhm...

Generalmente ti sconsiglio caldamente di seguire questo approccio. Perché? Perché questa strategia poteva andare bene qualche decennio fa, ma può essere controproducente oggi.

Oggi, a differenza di qualche decennio fa, la concorrenza è maggiore e più agguerrita. E, soprattutto, in tanti settori, globale.



A seconda di ciò che vendi, potresti infatti avere un concorrente, anche lontano, che grazie alle particolari condizioni del suo mercato o Paese è in grado di offrire ciò che offri tu sostenendo però la metà del costo, e quindi potendo permettersi di praticare un prezzo sensibilmente più basso rispetto al tuo.

Quindi tu compri a dieci e vendi a quaranta. Lui compra a uno e vende a sei. Tu allora per ade-

guarti diminuisce i prezzi fino a vendere sottocosto. Ma, in questo modo, rischi di compromettere irrimediabilmente la tua attività nel giro di poco tempo.

Talvolta produrre qualcosa in Italia costa molto più che in altri Paesi. E non necessariamente perché le imprese estere siano più spregiudicate rispetto a quelle italiane; spesso hanno più semplicemente un differente sistema economico, burocratico, normativo, fiscale.

Certo in molti settori c'è anche tanta mancanza di regolamentazione e tanto abusivismo.

È ingiusto.

Spesso le norme sono poco chiare o facilmente eludibili. I controlli assenti. Gli abusi molti. Ma nell'attesa che qualcosa cambi, che fare?

È necessario cambiare strategia.



STRATEGIA BASATA SULLA DOMANDA

In alternativa è possibile adottare una strategia che tenga conto del tuo numero di clienti, in particolare della variazione di clienti (positiva o negativa) che subiresti all'aumentare o al diminuire del prezzo di vendita che proponi.

Certamente, secondo questo approccio, il prezzo viene determinato dal numero di clienti, dalla tipologia di prodotto offerto, dalla stagionalità, dalla presenza di soluzioni alternative, etc.



Per fare un esempio, un settore che tipicamente utilizza questa strategia di determinazione dei prezzi al pubblico è quello del trasporto aereo: il prezzo del biglietto dipende tantissimo dalla clientela (economy, business), dalla presenza di servizi aggiuntivi più o meno richiesti, dal giorno della settimana nel quale avviene la prenotazione, dal giorno del viaggio, etc.

Tuttavia anche in questo caso bisogna stare attenti alla concorrenza.

Potrebbe facilmente entrare nel tuo settore un concorrente in grado di offrire lo stesso prodotto o servizio a un prezzo più basso.

E anche in questo caso rischi di uscirne con le ossa rotte.

Ma allora, se sempre e in ogni caso bisogna considerare la concorrenza come potenziale minaccia...

Il prezzo non ha a che fare unicamente con il denaro, con gli euro che i tuoi clienti pagano per avvalersi del tuo prodotto o servizio

Forse la strategia vincente potrebbe essere quella di renderci unici e inimitabili, in modo da NON avere concorrenza?

STRATEGIA BASATA SULLA CONCORRENZA E SUL POSIZIONAMENTO

Il tessuto economico italiano è fatto per la maggior parte di micro e piccole imprese, che generalmente non hanno i mezzi economici e finanziari per competere con quelle di maggiori dimensioni.



Queste al contrario si possono permettere di praticare, anche se solo per poco tempo, un prezzo più basso, spesso sottocosto, per rubarti i clienti e far morire la tua impresa di fame (= liquidità).

Cosa fare allora?
Evitare di avere concorrenti.

Ma come?
Trovando nicchie di mercato non adeguatamente servite o comunque non facilmente raggiungibili dai grandi colossi.

È questa, a mio modo di vedere, la strategia vincente delle micro e piccole aziende italiane.





IL BILANCIO CONFESSA!

È possibile per un imprenditore capirne di numeri, anche se non è un laureato in Economia?

Fatturato traballante, margini sempre più risicati, liquidità che non si sa bene che fine fa...

Oggi più che mai un imprenditore - per gestire la propria impresa in maniera consapevole e prendere decisioni strategiche corrette - non può solo affidarsi all'intuito, ma deve guardare ai numeri che davvero contano.

In questo libro, frutto di tanti anni di esperienza al fianco di imprenditori come te, viene spiegato in maniera semplice ed estremamente pratica tutto quello che devi sapere per monitorare la situazione economica, patrimoniale e finanziaria della tua impresa e incrementare velocemente Fatturato, Utili e Liquidità.

Disponibile al link: <https://incarnato.consulting/ilbc-libro>.

Quindi se vuoi prosperare, devi differenziarti da quello che fanno gli altri.

Differenziarti in base a cosa vendi, come lo vendi, a chi lo vendi.

Rendere quello che fai assolutamente unico e speciale (e quindi non imitabile).

UN ESEMPIO REALE: IL CASO GROM (MA CHISSÀ PER QUANTO)

Grom è una catena di gelaterie fondata a Torino nel 2003.

I soci fondatori della società, Guido Martinetti e Federico Grom, hanno avviato l'attività con un investimento iniziale di 32.500 euro per socio, un prestito bancario di 60.000 euro e alcune donazioni a fondo perduto da parte dei genitori.

Tredici anni dopo, nel 2016, il fatturato di Grom ha sfiorato i trenta milioni di euro.

La leggenda vuole che l'idea fosse venuta in mente a Guido che, durante una pausa pranzo in un parcheggio, lesse un'intervista al Presidente di Slow Food Carlin Petrini, che si lamentava dell'impossibilità di mangiare il gelato come si faceva una volta.

E non è un caso che lo slogan di Grom sia diventato, infatti, "Il gelato come una volta".

Leggenda o meno, i soci fondatori identificarono una nicchia ben precisa: in un mercato come quello del gelato esistevano infatti la gelateria preconfezionata industriale (i prodotti da supermercato) e le gelaterie di strada/asporto, che tendenzialmente non offrono un prodotto davvero fatto a mano (secondo le statistiche, solo una minima parte del gelato cosiddetto artigianale è fatto di ingredienti genuini).

La strategia vincente potrebbe essere quella di renderti unico e inimitabile in modo da NON avere concorrenza, trovando nicchie di mercato non adeguatamente servite o comunque non facilmente raggiungibili dai grandi colossi

Grom, quindi, si è inserita in una nuova nicchia di mercato: gelato davvero artigianale, fatto con ingredienti freschi, rispettando la stagionalità dei prodotti, in collaborazione (addirittura) con slow food.

Ma non è solo una questione di prodotto.

Anche le modalità di vendita rafforzano continuamente l'idea del prodotto fresco e genuino.

Il personale di Grom è vestito in un determinato modo, il gelato è contenuto in alcuni pozzetti (= come una volta!) invece che in normali banchi frigo, e sembra che i soci fondatori abbiano addi-



rittura messo in piedi un'impresa agricola che garantisca l'approvvigionamento delle materie prime (biologiche e comunque ecosostenibili).

E il prezzo?

Essendo diventata Grom leader nel suo mercato di riferimento, ha potuto stabilire abbastanza liberamente il prezzo di offerta dei suoi prodotti.

Anzi, per poter essere credibile, ha dovuto fissare un prezzo mediamente più alto rispetto alla concorrenza.

Se il prezzo proposto fosse stato basso, come sarebbe stato possibile credere che ingredienti di qualità, spesso ricercati e di difficile reperibilità, potessero costare come le polverine industriali che vengono generalmente utilizzate per far il c.d. gelato artigianale?

Qualche anno fa la società è stata venduta a Unilever per una cifra astronomica. Alla fine, un colosso americano ha deciso di acquistare un'impresa di eccellenza tutta italiana. Ma è stato fatto un errore (madornale).

Unilever ha deciso di ampliare la distribuzione e di vendere il gelato Grom anche nei supermercati. Ma come è possibile che il gelato Grom sia fatto come una volta, se lo troviamo vicino ad Algida, Motta, Sammontana, venduto cioè come un comune alimento prodotto industrialmente? Non è fatto più come una volta? Non lo so...

Ma non credo sia un caso che negli ultimi anni Grom abbia aumentato sì i ricavi, ma anche che abbia accumulato perdite per 14 milioni di euro.

Ho scelto questo esempio per dimostrarti come, in realtà, le piccole e medie imprese italiane abbiano tutte le carte in regola per vincere la guerra dei prezzi e prosperare. E che non è detto che i grandi colossi americani adottino sempre le migliori strategie imprenditoriali.

Anzi.
Riflettici.



**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



ABBEVERATOIO AUTOMATICO PER CANI - IN ACCIAIO INOX (Art. 201)

- Dimensioni: 27x27x10 cm
Capacità: 2,5 litri
Attacco acqua destro o sinistro
da 1/2" maschio
Tappo a vite di scarico acqua

FERRZOOTECNIA

Via Belgio, 16 - 41122 Modena
Tel. 059 31.34.26 - Cell. 338 37 44 643
www.ferrzootecnia.it - ferrzootecnia@gmail.com

I DUE PRINCIPALI STRUMENTI DELLE VENDITE

Come usarli, integrarli e renderli efficaci

LUCA SCRIMIERI

Social e videomarketing: ecco alcuni veloci consigli per usarli nelle tue campagne di vendita evitando passi falsi

In molti si chiedono se gli annunci su canali social come Facebook, Instagram o YouTube o tramite videomarketing portino buoni frutti nella vendita di prodotti o servizi. La risposta è sì, ma è necessario qualche accorgimento. Ecco alcuni consigli.

CANALI SOCIAL

La prima cosa fondamentale è ideare la tua offerta e venderla con una campagna precisa e concreta, che non sia troppo generica. Definita la tua offerta (cucce per cani di grossa taglia, ad esempio), avrai bisogno di un buon testo e di una creatività vincente ed efficace. Il primo si traduce in un messaggio persuasivo, la seconda in una grafica attraente.

Crea una pagina di destinazione (detta anche *landing page*). Deve essere focalizzata sulla tua offerta e su una sola conversione: vendita di un prodotto, compilazione di un modulo di informazioni, prenotazione di una visita, iscrizione ad una newsletter. Scegli un solo obiettivo di conversione.

La pagina di destinazione deve far capire subito al tuo cliente quali vantaggi e guadagni avrà. Elenca i benefici principali, spiega perché sei il negozio giusto per le sue esi-





HOME DESIGN

pet beds and cushions



Scopri tutti i prodotti di design, scarica il catalogo o richiedilo al tuo agente di zona.



dopo che il cliente ha eseguito l'azione richiesta dalla pagina di destinazione. Usala non solo per dire grazie ma per aggiungere qualcos'altro: invita a scrivere su WhatsApp, fai visitare un'altra pagina del sito, oppure ricorda un'iniziativa/evento futuro.

La creatività, l'idea, il messaggio sono ciò che ti farà emergere rispetto alla miriade di campagne che vengono sponsorizzate ogni giorno sui social. Sii diretto ma non banale, sii esaustivo ma genera curiosità, sii originale.

In coerenza con il tuo marchio e la tua reputazione.

Che aspetto ha un formato creativo su Facebook?

Per un'immagine scegli un formato orizzontale (1200x628 pixel) o, meglio ancora, quadrato (1200x1200).

Per i video invece un formato 4:5 con una durata di circa 30 secondi, o anche meno, con invito a cliccare. Includi sempre i sottotitoli per far leggere chi ha l'audio disattivato.

Consiglio. Devi ritagliarti un budget per queste campagne. Se non sponsorizzi i post con campagne costantemente accese, è preferibile non perder tempo con la gestione organica dei social. Questo non significa che devi trascurarli ma che la loro sola gestione organica non può essere una fonte diretta di business.

VIDEOMARKETING

L'utilizzo di video ormai spopola sui social anche perché, grazie a un minimo di attrezzatura, si possono realizzare dei prodotti davvero interessanti e apprezzati dagli utenti che infatti sembrano prediligere la visione di un video piuttosto che la lettura di un testo.

La prima cosa fondamentale è ideare la tua offerta e venderla con una campagna precisa e concreta, che non sia troppo generica

Il video è il formato di contenuti che sta dominando molti canali promozionali: una ricerca HubSpot mostra come a livello internazionale gli utenti preferiscano vedere contenuti principalmente video da parte dei marchi, seguiti dalle e-mail/newsletter, dalle immagini e dagli articoli di Blog. Il 90% degli utenti afferma, secondo questa ricerca, che i video li aiuta a prendere decisioni di acquisto.

Come mai? Semplice, perché:

- permette di creare e far crescere un seguito intorno alla tua attività o alla tua personalità;
- ti aiuta ad allargare il tuo pubblico, a comunicare a gente che non ti conosce e che altrimenti non potrebbe conoscerti;
- permette di descrivere i benefici dei prodotti che vendi e di fornire consigli utili per il benessere degli amici quattrozampe;
- permette di collegarsi a te, di avvicinarti e farti avvicinare dalla gente in un modo diverso dal solito.



Cosa fare? Potresti puntare ad un video alla settimana come obiettivo finale, ma puoi cominciare con uno al mese. La durata può variare da 1 a 15 minuti, a seconda della tua capacità di intrattenere il pubblico e della piattaforma su cui verrà pubblicato.

Possono bastare anche pochi minuti, purché ciò che dici sia interessante da ascoltare. Pensa a ciò di cui hanno bisogno i tuoi

clienti, alle domande e ai dubbi che hanno o che potrebbero avere. Usa i video per anticipare le domande, risolvere dubbi, informare.



All'inizio potrebbe non essere semplice metterci la faccia, può risultare imbarazzante parlare di fronte ad una videocamera, per questo ti conviene preparare una sorta di scaletta. Ti renderai conto che non ti basteranno pochi minuti per parlare di argomenti interessanti e che con il tempo diventerà tutto più semplice. Sii spontaneo, non cercare la perfezione. Gli utenti apprezzano la sincerità e l'onestà.

Puoi utilizzare i video per parlare del tuo pet shop, degli eventi che organizzi, per riprendere momenti di svago nell'area cani del parco vicino al tuo negozio... Racconta, parla, mostrati, ne riceverai un gran beneficio a livello di visibilità e vendite.

E se riesci, fai una post-produzione del video con una copertina iniziale e dei sottotitoli, con un montaggio che vada a tagliare pause e tempi morti.

Vedrai che imparerai a pianificare i contenuti, identificare il pubblico e affinare il target cui rivolgerti nonché i canali su cui diffonderli.

La creatività, l'idea, il messaggio sono ciò che ti farà emergere rispetto alla miriade di campagne che vengono sponsorizzate ogni giorno sui social

Consiglio. Inserire una chiamata all'azione (*call to action*) alla fine del video che induca il pubblico a fare qualcosa (visitare il sito web del tuo negozio, iscriversi a una newsletter, scaricare un coupon promozionale o materiale informativo sui tuoi prodotti).

Pensa alla barriera di ingresso più bassa per creare un collegamento con i tuoi potenziali clienti: magari un semplice sconto sul primo acquisto...

Abbi pazienza. Non scoraggiarti. È necessario un po' di tempo per avere visualizzazioni. Il tempo ripagherà l'attesa e tutto lo sforzo che hai dedicato.

Usa YouTube. È un social potente, secondo motore di ricerca dopo Google, e in una campagna pubblicitaria andrebbe preso sempre in considerazione.

Idea: se hai budget e puoi avvalerti di un'agenzia di professionisti organizza un format televisivo. Un vero e proprio telegiornale del pet shop con un minimo di palinsesto in cui si danno notizie, si mostrano interviste, magari effettuate da bambini in veste di speaker.



**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

ELIMINA I CANALI SOCIAL INUTILI

risparmiando tempo e soldi

SILVIA MARINI

Ogni giorno viene lanciato un nuovo social network che promette di essere migliore, più sicuro, utile e veloce di quello del giorno prima. Ma è davvero necessario essere presenti su tutti? Analizziamoli e scopriamo come usarli al meglio

Sullo scorso numero di Zampotta Pet Business (dicembre/gennaio, pagina 38) abbiamo considerato insieme come sia importante fermarsi e analizzare i risultati del proprio business online. Quali canali funzionano davvero per conquistare il pubblico ideale? Quali continuare a usare? E quali invece è meglio abbandonare?

Come eliminare i rami secchi, individuare il piano editoriale ideale e svilupparlo nel tempo con contenuti interessanti e attrattivi per il nostro pubblico?

Dopo aver risposto a tutto ciò, è opportuno che inizi ad affilare la lama: scegli il canale social che ti dà i risultati migliori e impara a usarlo e ottimizzarlo.

ACCOUNT INSTAGRAM: COME IMPOSTARLO E UTILIZZARLO AL MEGLIO

Inizieremo prendendo in considerazione Instagram.

Ti spiegherò come impostarlo per farlo diventare il tuo “biglietto da visita”. Dovrai far capire agli utenti come il profilo del tuo negozio può essere loro d’aiuto spingendoli a cliccare sul pulsante “Segui”, facendoli diventare tuoi follower e, con il tempo, se nutriti a dovere, tuoi clienti.



THE ATTRACTION OF NATURE

APPROVATO
DAI VETERINARI



ZERO
CEREALS



MADE IN ITALY
Primordial
by Mister Pet

GRAIN FREE

**HOLISTIC NUTRITION
HIGHLY FRESH MEAT**

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs and cats

100%
NATURAL

70%
ANIMAL
ingredients

30%
VEGETABLES
herbs and fruits

MISTERPET www.misterpetsrl.com

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

CREA IL TUO ACCOUNT AZIENDALE

Se ancora non hai un account Instagram (ma puoi trasformarlo anche se ne hai già uno tuo personale), ti consiglio di creare un account aziendale.

Tu sei un'azienda, sei su Instagram per business, quindi ti devi presentare in questo modo.

Inoltre l'account aziendale ti permette di analizzare in modo molto più accurato i dati sulla piattaforma, evidenziando quali tra i contenuti che pubblichi stanno ottenendo risultati e quali no. Ricorda però che per avere più dati disponibili riguardo i tuoi utenti e comprendere cosa fanno sul tuo account, devi avere un minimo di 100 follower.

Per esaminare i tuoi dati dovrai andare nella sezione "Insight", da cui ti si apriranno una serie di funzioni che ti consentiranno di capire di più sul tuo pubblico.

Ma iniziamo dall'abc.

Vediamo come impostare il tuo account per iniziare a attirare potenziali clienti.

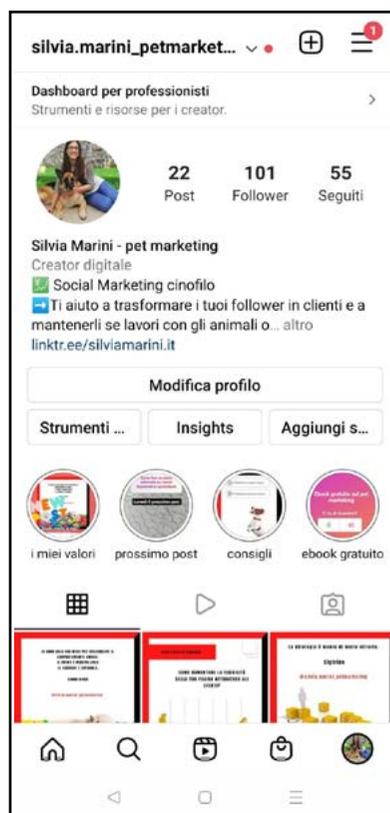
SCEGLI L'IMMAGINE DEL PROFILO

L'immagine del profilo è molto importante: ti consente, infatti, di essere riconoscibile agli occhi delle persone. Potresti mettere il tuo logo aziendale oppure, se ancora non ne possiedi uno perché hai appena cominciato la tua attività, inserire una tua foto. Se sei il titolare, le persone vogliono sapere con chi hanno a che fare: prima di parlare con le aziende, vogliono relazionarsi con altre persone come loro.

Ricorda che l'immagine verrà inserita all'interno di un tondino, quindi sarà un'immagine in miniatura: se scegli di impostare la tua immagine personale, ti consiglio dunque una foto a metà busto e, mi raccomando, trasmetti energia! Sii sorridente e non serio. Devi generare empatia. Le persone, non appena vedono la tua immagine, devono trarne una sensazione positiva.

Ti consiglio di andare da un fotografo e farti fare delle belle foto con uno sfondo bianco, che poi potrai andare a personalizzare (per esempio, in base alle diverse stagioni). In questo modo, darai senso di dinamicità al tuo profilo, le persone vedranno sempre te ma non si annoieranno. Per personalizzare lo sfondo puoi andare sul sito [canva.com](https://www.canva.com) e da qui modificare la tua immagine scegliendo il colore a te più appropriato.

Ti ricordo in ogni caso, anche se dovessi scegliere il tuo logo aziendale, di impostare delle immagini non sfocate. Devono sempre essere di buona qualità.



Quando seguirai le live o commenterai altri account presenti su Instagram, sarà il tuo logo a comparire come prima cosa agli occhi di chi dovrebbe poi seguirti. Perciò avrai più possibilità che le persone, vedendo un tuo commento, clicchino sul tuo nome e atterrino sul tuo account se hai un'immagine che le attrae e che ti identifica.

IMPOSTA IL PROFILO

Le persone possono raggiungere il tuo profilo in diversi modi. Possono trovarti tramite i Reels, il feed, con gli hashtag, con i video, oppure possono cercare con la lente di ingrandimento determinate parole, ad esempio "negozio di animali", e trovare tra gli account suggeriti il tuo.

Possono anche, come abbiamo già visto, trovarti sotto i commenti di altri account. Per questo motivo creare delle relazioni all'interno di questo social è molto importante.





**SILVIA
MARINI**

Ma una volta cliccato su di te, come fanno a capire chi sei, se vale la pena seguirti e se puoi davvero aiutarli?

Hai impostato la tua immagine di profilo, certo, ma non basta.

Nella parte di backend (per intenderci, quella che ti consente di impostare tutte le voci visibili sul tuo account), potrai decidere strategicamente come comunicare chi sei.

Iniziamo cliccando sulla voce “Modifica profilo”.

Scrivi la tua biografia. La biografia dovrà contenere massimo 150 caratteri, perciò cerca di scriverla nella maniera più sintetica possibile. Fai capire chi sei, cosa fai e come, seguendo il tuo profilo, le persone possono trarne vantaggio. Individua il problema del tuo cliente tipo e, da questo, dai subito una risposta spiegando come puoi risolverlo.

In questo senso ti saranno molto di aiuto gli elenchi puntati e le emoji per rendere la tua biografia più pulita.

Dividila, inoltre, in due parti. La prima su quello che fai e chi sei. La seconda, su come riesci ad aiutare chi ti segue a raggiungere il suo obiettivo o risolvere il suo problema. Guarda, ad esempio, come ho impostato la biografia del mio account cinofilo.

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 lezampedifido.it

Molto amante dei cani e del loro mondo (<https://www.facebook.com/groups/socialpetilmarketing>), è autrice del libro “Il cane che mi insegnò a volare”, acquistabile su Amazon.



Metti le tue storie in evidenza. Quando crei una storia su Instagram in basso a destra ti compare la voce “Metti la storia in evidenza”. Queste storie, se messe in evidenza, ti compariranno sotto la biografia e ti serviranno per comunicare ancora più dettagli su di te, facendo decidere al tuo potenziale follower se seguirti o meno.

Immagina le storie in evidenza come delle micro-sezioni di un sito web, dove in una mostri chi sei e come puoi aiutare le persone che ti seguono, mentre in un'altra inserisci le testimonianze che, per riprova sociale, fanno capire a chi sta guardando il tuo profilo come hai aiutato persone simili a lui a risolvere i suoi problemi con i tuoi prodotti.

Ognuno imposta le storie in evidenza a suo modo, in base a ciò che vuole mettere maggiormente in risalto. Ti consiglio però di non fare troppa confusione pubblicandone troppe. Mettine al massimo tre o quattro che raccontino di te, inserendole in categorie specifiche. Crea, inoltre, una storia in evidenza che faccia da copertina, in modo tale da avere tutto “coordinato” e riconoscibile.

CONCLUSIONI

Se racconti chi sei e soprattutto come puoi essere realmente di aiuto alle persone nel risolvere un loro problema, inizieranno a seguirti su Instagram.

Ma questo non basta!

In realtà, infatti, è dopo aver acquisito follower che inizierà un duro lavoro per continuare a “nutrire” le persone per poi trasformarle in clienti.

Ma di questo argomento parleremo nel prossimo numero...
A presto!





CREA L'EFFETTO WOW

che incentiva i passanti a entrare nel tuo negozio

GIULIA PEDUZZI

Breve prontuario per allestire la vetrina del tuo punto vendita e trasformarla in un'opportunità di business

Mai come al giorno d'oggi sono attuali i detti “anche l'occhio vuole la sua parte”, “pagare l'occhio” o “rifarsi gli occhi”. Nell'era dell'estetica e delle immagini l'apparenza, almeno al primo impatto, la fa da padrona... Ogni prodotto o servizio in vendita, se ben esposto e pubblicizzato a dovere, cattura l'interesse del cliente. C'è solo bisogno della giusta esposizione.

Generalizzando questo principio a un punto vendita, possiamo affermare che la vetrina ne rappresenta il biglietto da visita, ed è il primo dettaglio che nota il potenziale cliente mentre passeggia per lo shopping, quindi è fondamentale allestirla con cura e un pizzico di creatività.

CATTURARE L'ATTENZIONE

Il successo del tuo pet shop non dipende soltanto dalla notorietà dei brand che proponi, dall'assortimento di prodotti o dalla gentilezza degli addetti alla vendita, ma anche da come l'impatto visivo cattura l'attenzione del cliente.

Iniziamo con l'affermare che lo scopo di una vetrina è far fermare il passante. È un canale per dare visibilità.

Oggi però il mondo va di fretta, non c'è tempo... per cui la domanda che ti devi porre è: “Come posso creare la vetrina perfetta, per catturare l'attenzione di chi passa?”. Che poi, in realtà, la vetrina “perfetta” non esiste. Esiste piuttosto quella tecnicamente “fatta bene”, in grado di attirare i passanti e invogliarli a fermarsi.

In pratica, l'efficacia di una vetrina si misura dalla sua capacità di attrarre.



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



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

Non credere che sia per forza costoso o faticoso ottenere un buon risultato, è più semplice di quanto tu possa credere.

L'importante è non improvvisare. Sii costante e dedica sempre del tempo all'allestimento e alla cura della tua vetrina. Il trucco è quello di immedesimarti nel potenziale passante e pensare cosa ti farebbe esclamare "WOW" guardando il tuo negozio dall'esterno al posto suo.

Ovviamente, una volta allestita "fisicamente", ricordati di promuovere la tua vetrina anche virtualmente sui social e sul sito del tuo punto vendita con newsletter e offerte correlate.



LE REGOLE BASE PER UNA VETRINA "DA URLO"

Ecco un vademecum chiaro e schematico che può aiutarti nell'allestire una vetrina efficace per il tuo punto vendita.

Sono semplici regole, ma fondamentali:

1. Stabilisci un calendario annuale di allestimento con cadenza settimanale, mensile, stagionale. Rinnova comunque spesso e, se puoi, sempre con la stessa frequenza. Sostituisci e fai ruotare la merce velocemente.

2. Organizzati con anticipo: una vetrina va organizzata, in base all'occasione, anche un mese prima della festività o stagione.

3. Ricorda che tutte le vetrine contengono 4 elementi, in proporzioni diverse, che - ovviamente solo indicativamente - sono: la merce esposta/da promuovere (10%), le decorazioni (50%), la pubblicità (10%) e lo spazio vuoto (detto "di riposo", 30%).

4. Non improvvisare: studia un progetto dettagliato, lineare, ordinato. Ciò che fa fermare le persone davanti al tuo negozio è come "incornici" i prodotti, come li rendi attraenti ai loro occhi. Devi creare una vetrina d'impatto.

L'efficacia di una vetrina si misura dalla sua capacità di attrarre le persone



5. Non raggruppare tutti i prodotti che hai a disposizione o quelli che secondo te sono più belli. Ricorda che ciò che colpisce di una vetrina non è la quantità o la bellezza degli articoli esposti. Punta su un solo prodotto o gruppo di prodotti: sarà lui il protagonista. Utilizza uno, al massimo due messaggi. Non sovraccaricare la tua vetrina: non potrai mai accontentare i gusti di tutti i passanti!

6. Racconta qualcosa. Magari sfruttando le festività, le stagioni o le occasioni particolari (La Giornata Mondiale degli Animali o quella del Cane...). Puoi allestire una vetrina promuovendo antiparassitari in primavera, cappottini e copertine in inverno, tappetini refrigeranti in estate... Cerca di raggruppare e non essere dispersivo: scegli un unico "argomento" e allestisci con decorazioni ed elementi proporzionati e originali, utilizzando oggetti e sfondi a tema. E ricorda: ne bastano pochi per cambiare l'aspetto della tua vetrina, meglio pochi elementi decorativi ma scenografici!



7. La tua vetrina “inizia” dal marciapiede e “prosegue” all’interno del punto vendita. Ricorda che l’ambiente esterno aumenta il valore della vetrina stessa, dunque rendi bello per quanto possibile tutto ciò che circonda il tuo pet shop. Un decoro semplice ma ben pensato può cambiare l’impatto della tua vetrina e del negozio stesso. Anche vetrine e ambiente interno sono strettamente correlati: quando cambi il tema dei prodotti esposti cambia anche la loro rotazione interna, per quanto possibile.



8. Punta sui colori, sono importantissimi. Utilizzane 1 principale e al massimo 2/3 secondari con le relative sfumature, coordinati al tema che hai scelto e al prodotto esposto (le festività, le stagioni). Ricorda comunque che una vetrina monocolora è sempre molto impattante.

9. Crea un’iniziativa ed esponila/pubblicizzala in vetrina. Puoi attirare e far fermare il passante, ma poi devi incentivarlo a entrare. Organizza promozioni mirate, eventi in negozio, etc. “Sabato tu e i tuoi bambini potrete trascorrere il pomeriggio in compagnia di alcuni ospiti del canile X presenti in negozio... Per maggiori informazioni entra e chiedi in negozio...” o “Domani ai primi dieci clienti che acquisteranno un prodotto Y regaleremo...” oppure ancora “Il giorno X grande estrazione in negozio per... Iscriviti sul nostro sito www per partecipare o entra e chiedi informazioni”.

10. Usa la comunicazione. Se esponi degli articoli nuovi, non limitarti ad allestire con quei prodotti, se possibile serviti anche di vetrifanie con la scritta “Nuovo” o “Novità”...



**GIULIA
PEDUZZI**

Impaginatrice e redattrice per lavoro, amante della lettura e (un po’) scrittrice per passione. Ha insegnato Arte Grafica in carcere e nelle scuole. Impagina riviste, cataloghi, libri e tutto ciò che si può leggere. È una grande ammiratrice dell’intero Regno animale e vegetale con cui convive quotidianamente in armonia e senza il quale non sarebbe sé stessa. “Fino a quando non hai amato un animale, una parte della tua anima sarà sempre senza luce” (Anatole France).

Sono parole che hanno un forte impatto sul passante. Ne rimarrai sorpreso!

11. Nella vetrina, oltre a dare importanza ai prodotti esposti, è necessario utilizzare la giusta illuminazione, accentuando alcuni dettagli rispetto ad altri. E, se possibile, ricorda di illuminare al meglio anche durante le ore notturne, mentre gli altri negozi “dormono”.

12. Infine, ma fondamentale, la pulizia. Pulisci a fondo il vetro e tutto lo spazio dedicato all’allestimento e mantienili sempre puliti. Vetrine con aloni o ditate non sono certo un buon biglietto da visita per il tuo negozio!



Spero che con queste semplici regole tu riesca a trasformare la tua vetrina in un’opportunità di business e che ne possa “misurare” concretamente i risultati con le vendite del tuo pet shop.

Così che il tuo impegno ti restituisca grandi soddisfazioni.

Buon allestimento!





QUANDO È MEGLIO STARE FERMI

che agire e fare errori

EMILIO GERBONI

Azione e movimento vengono considerati due stati contrapposti che si escludono a vicenda: se agisci non stai fermo, se stai fermo non agisci. Ma le cose non stanno proprio così

Ci sono tantissimi modi di dire che elogiano gli errori come parte della vita, segno di chi vive veramente: è impossibile non sbagliare, nemmeno chi non fa nulla è esonerato dall'errore.

E allora perché spesso ti paralizzi all'idea di agire?

E come mai la procrastinazione è così diffusa e difficile da sconfiggere?

Se fare errori è una cosa così gloriosa e degna di stima, perché tu non ti sei buttato a sbagliare a destra e manca anche solo per essere elogiato come uomo d'azione ammirevole?

E come mai quando sbagli non gioisci?

Potremmo anche dire che rimanere immobili è un errore. E in un certo senso lo è. E che azione e movimento sono due stati opposti, ma non sempre è così.

NON GETTARTI A CAPOFITTO PUR DI AGIRE

Ti faccio un esempio.

Immagina di essere al mare su una scogliera rocciosa e i tuoi amici ti invitano a tuffarti da un'altezza di dieci metri. Tu sei più che ragionevolmente spaventato, per non dire terrorizzato, ma non vuoi essere considerato un codardo, né essere deriso dai tuoi amici.

La decisione da prendere è: o ti lanci o non ti lanci. Quale sarebbe la migliore cosa da fare in questo caso?

Iniziamo dicendo che se sei tu a decidere di non fare hai già agito. Hai scartato un'opzione e probabilmente ti sei salvato la vita. Il rischio di spiacciarsi non è paragonabile alla sicurezza di non farsi niente con certezza.

Paralizzarsi invece non è una scelta, è un meccanismo di difesa automatico sul quale è difficile intervenire in prima persona facendo leva sulla propria volontà per sbloccarsi. Se ti sei immobi-



Vitakraft®



RICEVERE UNA RICOMPENSA

...rende felici!

#OURHAPPYMOMENT



Ricevere un premio goloso per aver fatto una buona azione rende felici tutti i cani e anche i loro padroni, specialmente se si tratta di snack Vitakraft! Produzione Made in Germany, ingredienti di alta qualità, tanta carne e vitamine, senza aggiunta di zuccheri ed esaltatori di sapidità. Una ricompensa irresistibile in tante varianti! Vitakraft, ogni giorno un momento di felicità.

Scopri di più!



WWW.VITAKRAFT.IT



lizzato contro la tua volontà, significa che le tue risorse non sono sufficienti o sono inaccessibili per superare il blocco e gestire la situazione che risulta più grande di te.

DECIDERE CONSAPEVOLMENTE DI NON AGIRE È DI PER SÉ UN'AZIONE

Primo. Se scegli di non agire, hai attivato un processo cognitivo decisionale che ti ha condotto a valutare di escludere quel tipo di azione comportamentale, cioè lanciarti. Secondo. Puoi agire nei confronti dei tuoi amici, invitandoli a smettere di pressarti: se vogliono lanciarsi possono farlo loro e tu puoi fotografare le loro prodezze (o eventualmente testimoniare per l'assicurazione e la perizia della polizia).

Terzo. Mentre loro si tuffano puoi osservarli per iniziare ad apprendere come farlo anche tu, magari in un secondo momento, se capiterà l'occasione.

E così via.

Ma come siamo arrivati ad essere impreparati di fronte a un potenziale tuffo dalla scogliera?

Questo ci porta a considerare che una certa azione è frutto di tante piccole azioni che appartengono a una sequenza. Come una scala, ogni gradino conduce al successivo e non è possibile con un salto solo completare un'intera rampa.

Il blocco, molto spesso, è proprio generato dal decidere se saltare in un burrone o meno. Ed è chiaro che il tuo cervello ti paralizzierà per non fartelo fare a tutti i costi. Bisogna costruire un ponte per attraversare il burrone. È semplicemente impostato male il problema.

In queste metafore che ti sto proponendo ci sono svariati elementi che puoi associare ai tuoi blocchi in modo da leggerli e scioglierli.

IL GIUDIZIO DEGLI ALTRI

Un blocco, a cui abbiamo accennato, è il giudizio altrui. Fare un errore, che è già un danno per te di cui bisogna rilevare l'entità, ha come conseguenza anche quella di essere giudicati male. Altro che elogi sulla tua abilità di fare errori.

A parole sì ma nella pratica, se sbagli, solitamente è una pioggia di critiche... con allenatori ed esperti che accorrono numerosi dicendoti - raramente con garbo - come andava fatto e come si dovrebbe fare.

Se non sei in grado di gestire le critiche come conseguenza naturale di qualsiasi azione, sarà quasi impossibile agire.

Anzi, il giudizio degli altri incrementerà in te la possibilità di commettere errori per via dell'ansia, e agire sarà una fatica estenuante ogni volta.



Essere a proprio agio con le critiche è possibile, ma solo se sai come renderle innocue e immunizzarti.

COME SUPERARE I BLOCCHI CAMBIANDO DIREZIONE

Voglio farti riflettere sull'idea che spesso ciò che tu definisci "stare fermo" è in effetti un'azione (o una serie di azioni), parte di una sequenza che condurrà all'azione ritenuta tale.

Troppo contorto? Appena entri nella logica diventa tutto molto più chiaro. Magari rileggi questo passaggio e fai riferimento all'esempio sopracitato del tuffo.

Il blocco in molti casi ti indica semplicemente che la direzione verso la quale ti vuoi lanciare, per-



ché te l'ha caldamente consigliato qualcuno, è sbagliata, ed è inutile che insisti nel cercare di trovare il coraggio per buttarti.

Probabilmente ci saranno altre direzioni dove non ci sarà attrito. Solitamente con queste caratteristiche:

- c'è più da vincere che da perdere;
- le senti alla tua portata;
- sono in sintonia con le tue predisposizioni;
- le senti più piacevoli che disturbanti;
- non avverti paura;
- ti entusiasma genuinamente il frutto dell'azione e il modo di ottenere quel particolare frutto (cosa che viene chiamata controllo ecologico del processo).

Facciamo un altro esempio per rendere meglio l'idea. Perché so che potresti dirmi che nella vita tutte le cose importanti sono difficili e te le devi sudare e che il lavoro non è un hobby.

Immaginiamo che tu voglia realizzare dei video da pubblicare sui social della tua attività, ma non ti senti sicuro, all'altezza, pensi di non avere le competenze tecniche etc.

Ti sentirai bloccato in queste condizioni?

Certo che sì. E procrastinerai all'infinito, stanne certo.

Ma se tu ti decidessi di fare un video con il cellulare che guarderai solo tu, senza curare l'aspetto tecnico, solo parlando a ruota libera su un argomento che ti interessa, con lo scopo di esercitarti... Potresti ripetere l'operazione diverse volte facendo le tue valutazioni personali e inserendo alcuni accorgimenti per essere più sciolto e disinvolto, abituantoti a "stare" in video in un processo graduale, senza provare disagio.

Non sarebbe già molto più facile e con meno attrito? Non ci sarebbero un'infinità di conseguenze negative in meno, pari quasi a zero?

Questo processo potrebbe durare mesi, per passare a successivi stadi o gradini di esposizione e apprendimento che condurranno poi al video definitivo postato sui social, che rappresenterebbe l'azione che stavi procrastinando.

E questo è solo un esempio di come potresti procedere.

Tutto questo processo, l'intera scala insomma, sarebbe da pianificare in anticipo gradino per gradino, in modo da ridurre ulteriormente le potenziali conseguenze e gli ostacoli lungo il percorso.

PRIMA DI AGIRE DEVI VALUTARE

In conclusione, è meglio non fare niente quando ciò in cui ti vorresti imbattere non è alla tua portata. Sarebbe un passo più lungo della gamba con diversi aspetti ignoti, che se si verificassero avrebbero un costo, almeno per te, emotivamente e materialmente insostenibile.

Per cadere sempre in piedi dovevi nascere gatto, invece sei umano e di vite ne hai una, non sette. Poi se proprio ti capita di cadere, puoi trasformarti in gatto per l'occasione.

In molte situazioni attendere e stare fermi fa sì che le cose si risolvono da sole, che ciò di cui abbiamo bisogno arrivi a noi senza sforzo: spesso è necessario placare l'irrefrenabile interventismo che ci caratterizza culturalmente.

Dunque se necessario stai lì fermo e aspetta il mio prossimo articolo!



**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. info@quietmood.it



COME TROVARE NUOVI CLIENTI

spiegato facile

CRISTINA MANDAGLIO

Studiare una strategia di marketing su web può essere un compito molto lungo e complesso... ma per una volta facciamola facile e proviamo a ridurre tutto all'essenziale

Diciamoci la verità, non c'è crisi da pandemia che tenga: gli animali da affezione come cani e gatti sono un gran bel business. In Italia si nutrono, si coccolano e si curano più di 8 milioni di cani e circa 7,9 milioni di gatti e i proprietari di animali domestici italiani spendono ogni anno miliardi di euro per i loro amici pelosi.



Quindi che tu gestisca un pet shop, una toelettatura, o che tu venda accessori, giochi o cibo per gatti e cani, il mercato nel quale operi è ricco e molto vasto e si sta espandendo sempre più.

Ovviamente ciò non significa che i soldi ti cadono dal cielo: le difficoltà sono molte, la concorrenza cresce di pari passo con il mercato e tu hai l'esigenza di convincere sempre più clienti a servirsi della tua attività invece che di quelle concorrenti, megastore e eCommerce compresi...

Studiare una strategia completa di marketing e vendita richiede l'intervento di professionisti e molto tempo a disposizione per analizzare la tua attività in ogni sua parte. E non tutti possono permetterselo, lo so bene.

Anche cercando di impegnarsi studiando qualche manuale, spesso una persona totalmente digiuna di certi argomenti può faticare un po', arrivata in fondo, a capire bene l'essenziale di quello che deve fare e finisce quindi per non agire del tutto e tornare ad arrangiarsi come prima.



CAT&RINA

BeNatural

LETTIERA AL TOFU

ECO FRIENDLY

TOFU CLASSICA

ANCHE 10l

CARBONE ATTIVO

TÈ VERDE



ORIGINE VEGETALE



SUPER AGGLOMERANTE



NEUTRALIZZA GLI ODORI



DURATA EXTRA



FACILE DA SMALTIRE NEL WC

RECORD
Qualità per piccoli animali

Se sei un lettore attento e fedele di Zampotta Pet Business, tra queste pagine trovi ogni mese innumerevoli spunti per differenziarti dalla concorrenza, attirare clienti e condurre al meglio le tue strategie di marketing. Ma ammetto che per un negoziante con la testa già piena di mille problemi trovare il bandolo della matassa e collegare di mese in mese tutti i puntini fino a stabilire una strategia marketing avanzata non sia così facile. O che non lo sia per tutti.

È anche vero però che spesso le cose basta farle - anche imperfette - ma farle, per ottenere comunque dei risultati che altrimenti non sarebbero possibili.

Quello che voglio fare con questo articolo è darti un po' di consigli pronti all'uso, riassumendo all'essenziale - davvero all'osso, correndo il rischio di risultare banale - anche le tattiche più complesse già indicate in passato, per aiutarti nell'iniziare a fare marketing on line per la tua attività subito, una volta finito di leggere.

USA IL POTERE DELLE IMMAGINI

Le foto di animali piacciono a tutti.

Un'affermazione scontata ma importantissima per la tua comunicazione.

I post su Instagram con foto di cuccioli e gattini attirano sempre un gran numero di like, solo le foto dei bambini ottengono più reazioni positive.

Usale a tuo vantaggio e concentra il tuo impegno sui social scegliendo tra quelli più visuali come Instagram, appunto.

Puoi usare anche YouTube e postare video, andrà benissimo.

Non importa che le foto o i video dei pet che condividi siano proprio quelli dei TUOI animali. Possono essere dei tuoi clienti o anche foto prese da internet, non fa alcuna differenza.

La cosa importante è che tu sia presente, molto presente sui social, e che tu abbia contenuti "adorabili" da pubblicare e far condividere.



Puoi essere presente ufficialmente come pet shop ad esempio - come attività commerciale, intendendo - o anche come persona fisica e fare del tuo nome il tuo (personal) brand, non ha importanza.

Certo, una strategia "sopraffina" di marketing vorrebbe che ogni tua azione servisse a creare il brand del tuo pet shop, illustrando i tuoi punti di forza e le motivazioni per scegliere il tuo negozio rispetto ad altri per un certo target di cliente specifico...

...ma per ora facciamola più semplice possibile e concentriamoci su tattiche più basiche ma efficaci se eseguite in modo costante ogni giorno di ogni settimana di ogni mese.

Molto bene quindi trasformare la tua pagina social o quella del tuo pet shop in una fonte fissa di contenuti carini da condividere. Farà crescere le richieste di contatti (di possibili clienti). Ma questa è la cosa che meno ci interessa.

Come forse non sai, siccome Facebook (come Instagram etc.) vive di pubblicità, l'algoritmo interno del social non permette a tutti i tuoi contatti di vedere tutti i tuoi post se non paghi.

In pratica, quando pubblichi qualcosa sulle tue bacheche virtuali solo un ridicolo 5% dei tuoi contatti lo vede in automatico.

Quindi aumentare i tuoi follower non è così importante come fare in modo che un numero sempre maggiore di persone cerchi e venga apposta sulla tua bacheca perché è abituata a trovarci foto e video di suo gradimento.



Una volta che ti sei assicurato di avere un certo numero di possibili clienti che si collega e viene a visitarti, oltre a pubblicare video di cani e gatti carini, puoi anche aggiungere post promozionali su Instagram per guidare le persone al tuo sito web e incoraggiarle a comprare i tuoi prodotti e servizi.

Per esempio, se vendi bellissimi collari per animali, potresti mostrare un cagnolino che indossa uno dei tuoi nuovi collarini e aggiungere un coupon di sconto per i follower e un link al tuo sito web.

REGALA UN CESTO DI DOLCEZZE PER GLI OCCHI

I concorsi sui social media sono una cosa nata insieme ai social media stessi.

Offrire a chi ti segue la possibilità di vincere un prodotto gratuito, in cambio di un like o di una condivisione, è un ottimo modo per aumentare il numero dei tuoi follower e portare un sacco di traffico quasi gratuito al tuo sito o al tuo eCommerce.

Una cosa di grande impatto visivo da regalare è un bel cesto di oggetti e prodotti per animali.

Non importa che siano articoli costosi. Con qualunque cosa tu lo riempi, l'immagine di un cesto pieno di dolcetti e giocattoli colorati è qualcosa che sui social non passa inosservata.

Scatta una bella foto del tuo cesto su uno sfondo semplice e neutro che non distraiga l'occhio e aggiungi il tuo logo e un po' di testo di spiegazione all'immagine che spieghi bene cosa c'è dentro e come fare per averlo.

Ti consiglio di far durare il concorso per almeno due settimane, meglio tre, per avere più visibilità. Dai alle persone il tempo di darsi da fare a condividere il tuo post, ma metti comunque una scadenza per ottenere risultati in fretta.

Come ho detto, inventarti e confezionare un bel cesto ricco e colorato e poi scattare una foto adatta a essere condivisa su Instagram potrebbe bastare a portarti nuovi contatti. Tuttavia, se disponi di un po' di budget, prendi in considerazione la possibilità di investire in annunci sponsorizzati sul tuo post.

Una volta finito il concorso, non smettere di pubblicare contenuti pieni di piccoli animali simpatici, buffi cuccioli, occhioni dolci e lingue penzolanti. Le persone sono su social come Instagram proprio in cerca di questo genere di cose. Non avere paura di esagerare in dolcezza e tenerezza.

Poi ogni tanto aggiungi un post promozionale con un link a un prodotto o un codice di sconto, e troverai nuovi clienti in poco tempo.

DISPENSA CONSIGLI GRATUITI

I social media sono un grande strumento per trovare nuovi clienti e far conoscere il tuo pet shop, ma alla lunga se pubblichi solo contenuti promozionali e foto di animali le persone potrebbero annoiarsi e smettere di seguirti.

È necessario allora offrire qualcosa di utile e gratuito, che le tenga legate e le faccia tornare puntualmente a cercarti.

Ovviamente non puoi offrire campioni dei tuoi prodotti o servizi online, ma puoi offrire aiuto e opinioni.

Di sicuro i tuoi follower condividono consigli utili con i loro amici. Così funziona il mondo dei social.



Se quelli che troveranno utili saranno i tuoi, il tuo nome o quello del tuo pet shop arriverà lontanissimo e in breve tempo inizieranno a considerarti una figura autorevole nella tua nicchia.

Nel tempo, questo ti aiuterà a far crescere il pubblico dei tuoi possibili clienti gratuitamente.

APRI UN BLOG E RIEMPILO DI CONTENUTI DI VALORE

Non sarai uno zoologo ma di sicuro ne sai più tu sugli animali domestici rispetto alla media. Metti al lavoro la tua esperienza e lancia un blog sul tuo sito web, poi inizia ad arricchirlo con informazioni e consigli preziosi per chi legge.

Il blog è uno dei modi migliori per far crescere il tuo business e raggiungere persone nuove, quindi inizia a scriverci il prima possibile.

Dopo ti darò qualche altro spunto, ma per farti capire al volo il genere di articoli adatti ad essere condivisi, potresti scrivere un post che recensisca alcune delle marche di cibo per cani più popolari o un pezzo sul perché il cibo biologico per cani sia più sano e conveniente delle alternative da supermercato.

Man mano che promuoverai i tuoi contenuti online e inizierai a posizionarti sui motori di ricerca, sempre più persone si imbattono nei tuoi articoli e li includeranno tra i preferiti, li condivideranno con gli amici e si metteranno in contatto per chiedere informazioni sui tuoi prodotti o, meglio ancora, compreranno dal tuo sito e verranno a trovarti in negozio.



Ogni volta che scrivi nuovo materiale, ricordati sempre di includere una chiamata all'azione in fondo al pezzo: un breve paragrafo o un link che indirizzi gli utenti al passo successivo.

Per esempio, se hai una toelettatura e hai scritto un pezzo sui fastidiosi nodi del pelo dei cuccioli, la tua chiamata all'azione potrebbe essere: *“Chiamaci per fissare un appuntamento di controllo al pelo del tuo cucciolo...”*. Se invece hai scritto un pezzo sui problemi digestivi dei cani, la chiamata all'azione potrebbe essere: *“Fai un salto in negozio a provare i nuovi croccantini Digeridog”*. Catturare l'attenzione dei lettori e spingerli ad agire è uno dei modi più efficaci per trovare nuovi clienti online, quindi non essere timido e preoccupato di non saper scrivere cose avvincenti come Stephen King.

Per darti qualche spunto, ti suggerisco qui alcuni possibili titoli di articoli per il tuo blog:

- Grooming: come mantenere al meglio il pelo del tuo cane.
- 10 account Instagram sui bulldog da non perdere.
- I migliori parchi del Veneto da esplorare con il tuo cane.
- Come introdurre un cane in una famiglia con bambini piccoli.
- Le uniche 10 vacanze dog-friendly che dovresti considerare quest'inverno.
- Ho recensito per te i migliori accessori del 2021 per l'igiene del labrador.
- Cosa sono i vaccini per cani e perché sono importanti?
- Cuccioli o cani del canile: come scegliere il cane giusto per la tua famiglia.
- Gatti di razza: qual è il migliore da regalare alla tua fidanzata?

CONDIVIDI CONTENUTI PRODOTTI DA ALTRI

Non tutto ciò che condividi sui social media deve essere unico e originale.

Anche condividere materiale prodotto da altri può farti risparmiare tempo e far conoscere il tuo pet shop a un pubblico nuovo. Condividere i contenuti di altre persone è gratuito e ti richiede solo un minuto o due.



enjoy life with



il relax è una cosa seria

...ed il tuo gatto lo sa bene



CURIOSITA':

I gatti sono fra gli esemplari più dormiglioni del regno animale: spendono quasi metà della loro vita a dormire, con brevi e continui pisolini. Questo ha una spiegazione evolutiva: essendo in natura predatori, hanno bisogno di ricaricare le batterie dopo (o in vista) delle loro battute di caccia. Lo stesso vale per i nostri gatti domestici, feroci cacciatori di palline di carta, topolini finti ed altri simpatici giochini.



La **cuccia Pasha** è l'ideale sia per i gatti che amano dormire in alto, che per quelli che preferiscono nascondersi. Piace a tutta la famiglia, anche ai cani di piccola taglia! E' completa di cuscini ed in un attimo si trasforma in comoda seduta.

Condividi le tue foto e noi le pubblicheremo!



Puoi ricondividere post da altri account Instagram o usare un sito di immagini gratuite come *Pixabay.com* per trovare foto adatte al tuo negozio.

Ricordati solo di aggiungere il tuo marchio alle immagini e ai video che trovi così, quando verranno condivisi, apparirà il tuo nome o quello del tuo pet shop, il che incoraggerà più persone a mettere "mi piace" alla tua pagina.

Oltre a condividere video e immagini di animali, puoi ripubblicare anche contenuti da blog e siti web che si occupano di pet.

Per esempio, potresti condividere articoli sulla pericolosità degli insetti per i cani e invitare le persone ad acquistare immediatamente antiparassitari dal tuo eCommerce.

FATTI LINKARE DA ALTRI BLOG E PAGINE SOCIAL

Come ho scritto prima, tutto quello che leggerai in questo articolo richiederebbe una lunga trattazione teorica e tecnica molto più seria e articolata, ma qui stiamo sacrificando un po' di perfezione per ottenere velocità di esecuzione.

Francesco Caruccio, il nostro esperto di SEO e strategie di marketing che puoi leggere su queste pagine, avrebbe molto da commentare su quello che ti sto per dire. E avrebbe ragione lui, ovviamente.

Ma nell'ottica di *"voglio mettermi all'opera immediatamente senza perdere tanto tempo a capire cosa devo fare"* per te andrà benissimo.

Ascolta, se vuoi superare i tuoi concorrenti sui motori di ricerca e trovare nuovi clienti per il tuo pet shop in modo organico, cioè se vuoi essere trovato da Google senza doverlo pagare, allora quello che devi fare è un'operazione di link building.

In pratica devi trovare altri siti e blog esterni che abbiano sulle loro pagine un link al tuo sito.



Questo aumenterà l'autorità del tuo sito web, e mostrerà a Google e agli altri motori di ricerca che il tuo sito è affidabile e ricco di contenuti utili.

Cerca on line i nomi dei blogger di animali domestici (sembra una cosa difficilissima, ma ti basta scrivere su Google *"Blog animali domestici"* e ne troverai a milioni), e le aziende magari locali che si occupano di pet e chiedi loro di aggiungere un link al tuo sito web come risorsa per i loro clienti e lettori.

Se non sono proprio concorrenti diretti, la maggior parte di loro dovrebbe dirti di sì e accettare di linkare il tuo sito.

Se non lo fanno, allora considera la possibilità di inserire manualmente il tuo sito web nelle directory commerciali locali (*"Cosa sono? Come si fa? Dove le trovo?"* Come prima, inserisci su Google *"Directory locali"* e ti sarà tutto chiarissimo).

Puoi anche ottenere link facendo guest blogging su siti rilevanti per la tua nicchia.

Per esempio, se gestisci una toelettatura, potresti presentarti ai blogger di animali e offrire loro di scrivere un post da pubblicare sul loro blog sul sistema più efficace per lavare l'amato cane e prendersi cura del suo pelo per renderlo sempre lucido e pulito.



Se hai mai provato a scrivere un tuo blog, saprai bene quanto è difficile trovare argomenti per alimentarlo e quanto tempo ci vuole per scrivere un buon articolo. Fidati, se ti offri di scrivere tu un buon pezzo, sarai accolto a braccia aperte.

RACCOGLI TESTIMONIANZE DEI CLIENTI SODDISFATTI

Una cosa che saprai benissimo è che molti proprietari di animali considerano i loro cani e gatti come componenti della famiglia a tutti gli effetti, e quindi sono giustamente molto attenti nel scegliere chi si occupa di nutrire, curare e proteggere i loro amati animali.

Chiedere ai clienti soddisfatti di scrivere delle testimonianze e di garantire sulla tua professionalità aiuta molto le tue campagne di marketing e fa avvicinare a te nuovi clienti con più fiducia.

Riuscire ad avere ottime recensioni su servizi web come Google My Business, ti aiuta a posizionarti immediatamente davanti ai competitor e ti permette di attirare in negozio clienti già molto ben disposti nei tuoi confronti.

Sappi che non è affatto vero che le persone pensano che le recensioni online non siano affidabili.

Secondo uno studio eseguito da Amazon, almeno il 70% dei consumatori si fida ciecamente delle opinioni pubblicate online da persone sconosciute.

USA I CONTENUTI GENERATI DAGLI UTENTI

È molto probabile che i tuoi clienti passino molto tempo a parlare dei loro amati pet sui social. E se indaghi bene scoprirai che molti di loro hanno pure creato un account personale per il loro animale domestico.

Se postano qualcosa che ti riguarda su Facebook o Instagram, puoi sfruttarlo a tuo vantaggio e condividere il contenuto con i tuoi follower per promuoverti.

Esempio: se il proprietario posta su Instagram una foto del suo maltese appena uscito dal tuo salone di toelettatura, puoi ricondividere quel post e in un colpo solo mostrare la qualità del tuo lavoro e testimoniare la soddisfazione dei tuoi clienti.

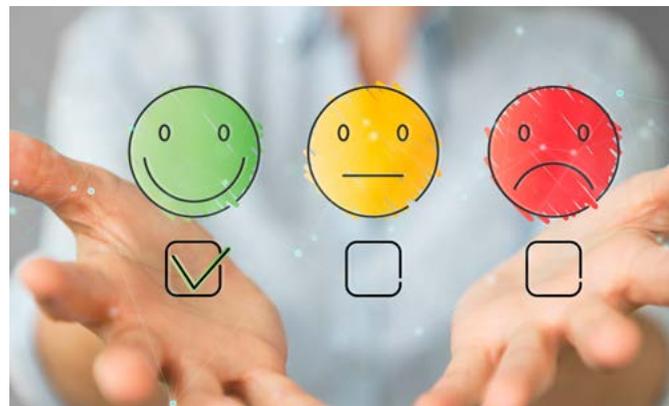
CONCLUDENDO...

Il mio consiglio è: se puoi, rivolgiti a un professionista, oppure continua a studiare e applicarti (anche con l'aiuto degli articoli dei nostri esperti) per arrivare ad occuparti da solo del marketing della tua attività.

Ma in ogni caso non stare fermo.

Prendi spunto dai consigli super semplificati di questo articolo e mettiti al lavoro, per iniziare da subito a trarre maggiore ricchezza dalla grande espansione del settore nel quale operi.

A presto!



**CRISTINA
MANDAGLIO**

Davanti al buon senso il marketing è un'idea semplice. Ultimamente invece gli imprenditori sono bersagliati da informazioni fuorvianti, troppo tecniche o non adatte a essere utilizzate nella normale giornata di lavoro. Cristina Mandaglio approfondisce da anni le più avanzate tecniche di marketing e gestione commerciale, che poi utilizza per la crescita del magazine che dirige e delle tante attività collegate. Attraverso facili esempi, storie e argomentazioni pratiche ed equilibrate, Cristina aiuterà i professionisti del pet shop a orientarsi senza stress nel mondo del marketing del Pet Business.
cristina.mandaglio@zampotta.it

Petfood Forum Europe

La conferenza specialistica sul pet riunisce a Norimberga i maggiori esperti del settore

I trend e le innovazioni del settore pet food saranno il tema centrale del *Petfood Forum Europe*, la conferenza specialistica internazionale della WATT Global Media in programma il 23 maggio 2022 presso la Nuremberg



PETFOOD FORUM
tel. +1/8159665521
www.petfoodforumevents.com/europe/events@wattglobal.com



Messe a Norimberga, in Germania. Questa data è stata strategicamente fissata poiché precede l'inizio di Interzoo 2022, previsto appunto dal 24 al 27 maggio 2022.

In occasione del *Petfood Forum Europe* si riuniranno i maggiori esperti per discutere delle ultime tendenze e dello stato di avanzamento della ricerca in relazione al mercato degli alimenti per animali da compagnia in Europa. Inoltre la conferenza offrirà ai professionisti del pet provenienti da tutto il mondo l'opportunità di allacciare contatti, scambiare idee e concludere affari con altri operatori di alto livello del settore. A Norimberga si parlerà delle novità più recenti nel campo della nutrizione animale, oltre che di sicurezza e lavorazione degli alimenti, imballaggio e molto altro ancora. Il focus sarà centrato sul mercato europeo del petfood, ma con una prospettiva più ampia sull'industria di tutto il mondo.

Scambio di informazioni

“Siamo molto soddisfatti di questa collaborazione, possiamo offrire un'ulteriore occasione per approfondire temi importanti in ambito pet food”, annuncia la Dr. Rowena Arzt, addetta alle fiere della WZF, che organizza Interzoo.

E Steve Akins, Executive Vice President, Publisher, Global Petfood & Events di WATT Global Media, aggiunge: “La cooperazione con Interzoo offre ai partecipanti un intenso scambio di informazioni specialistiche sulle ultime tecnologie impiegate nel settore pet food; grazie alla sua internazionalità, ai segmenti rappresentati e alla sua offerta di prodotti, Interzoo è l'ambiente perfetto per lo svolgimento del *Petfood Forum Europe*”. (A.S.)



PETFOOD FORUM EUROPE

The pet conference gathers the best experts of the sector in Nuremberg

Pet trends and pet food innovations will be the main topics of *Petfood Forum Europe*, the international pet conference owned by WATT Global Media, scheduled on 23rd May 2022 at Nuremberg Messe, Nuremberg, Germany. This event is strategically scheduled one day before the official start of Interzoo 2022, from 24 to 27 May 2022.

During the *Petfood Forum Europe*, the best experts of the sector will gather to discuss the latest trends, research and innovations for the European pet food market. Moreover, the conference provides an opportunity for pet food professionals from around the world to network, exchange ideas and do business with leading industry suppliers. Nuremberg will host discussions on the most recent news in pet nutrition, besides food safety and processing, packing and much more. The focus will be on the European pet food market, with a broader perspective on the industry worldwide.

INFORMATION EXCHANGE

“We are very pleased about the cooperation. This will be an additional forum for in-depth discussions on the important topic of pet food ingredients, nutrition and processing technologies,” says Dr Rowena Arzt, Director Exhibitions at Interzoo organizer WZF.

Steve Akins, Executive Vice President, Publisher, Global Petfood & Events at WATT Global Media, adds: “The cooperation with Interzoo will enable the congress participants to intensively exchange technical information about the newest technologies available in the pet sector. Due to its internationality, the segments represented and its product range, Interzoo is the perfect environment for *Petfood Forum Europe*”.



24 - 27 maggio 2022 | Norimberga, Germania



Interzoo 2022

37. Fiera Internazionale delle Forniture per Animali Domestici

DI NUOVO INSIEME ALLA FIERA INTERNAZIONALE LEADER DEL SETTORE DI NORIMBERGA

Con questa panoramica unica del mercato, potrete beneficiare di innumerevoli idee per strutturare la vostra gamma di prodotti, delle tendenze più importanti e delle innovazioni. E di preziosi contatti commerciali – **il tutto con un tocco molto personale all'Interzoo.**

Unisciti a noi – di persona
e con successo

[INTERZOO.COM](https://www.interzoo.com)

Seguici!



Organizzatore



WZF

Promotore



ZZF

Organizzazione

NÜRNBERG MESSE

Ingresso consentito solo a visitatori professionali autorizzati.

Solo il meglio dalla natura

Offri al tuo cliente un benessere al top in linea con la visione del "Nutrire secondo natura"



Con passione e professionalità Winner Plus viene incontro alle particolari necessità alimentari dei gatti dei tuoi clienti, ma soprattutto alle tue esigenze di professionista del settore attraverso la sua rete di vendita e la sua pluriennale esperienza sul mercato, per aiutarti nel consigliare ogni giorno il prodotto giusto ai proprietari pet.

Il pasto quotidiano che cura



L'obiettivo della visione olistica è il benessere generale dell'organismo nella sua "totalità". Grazie a questo approccio all'alimentazione del gatto, la ricerca Winner Plus ha

sviluppato una gamma di alimenti naturali innovativi, altamente assimilabili e di facile digeribilità, preparati nel rispetto della filosofia del "Nutrire secondo natura", per cui ciascun ingrediente viene selezionato per intervenire in maniera specifica su ogni singola funzione dell'organismo.



Per il tuo cliente i vantaggi dell'alimentazione con Winner Plus holistic sono chiari: offrire un alimento sano, preparato con ingredienti ricchi di principi attivi come gli antiossidanti



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



e con materie prime di prima scelta - carne fresca 100% naturale - selezionate e controllate con gli stessi standard utilizzati per l'uomo, correttamente bilanciate nel rispetto del fabbisogno quotidiano. Inoltre potrai proporre un alimento all'avanguardia studiato e preparato impiegando le tecnologie più avanzate che favorisce il sistema immunitario migliorandone l'attività e stimolando la flora batterica buona così da inibire la crescita di quella negativa.



Con i prodotti Winner Plus holistic l'organismo del gatto si predispose naturalmente ad evitare le condizioni di malessere.

Il cliente può scegliere tra Winner Plus Chicken holistic e Winner Plus Salmon holistic, entrambi naturali e monoproteici. L'alta digeribilità, l'assenza di cereali e glutine, favoriscono un corretto funzionamento dell'apparato intestinale, mentre il bilanciamento di omega 3 e omega 6 aiuta a mantenere la cute sana e il pelo lucente.



Salute e vitalità del gatto

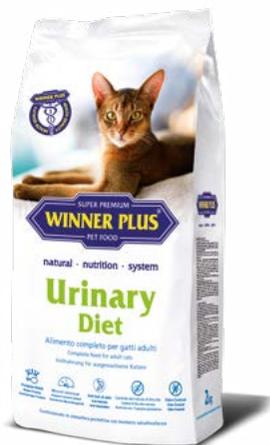
La linea *Winner Plus Health Quality* racchiude, in soli tre prodotti naturali, il massimo della compatibilità e tutto il nutrimento necessario per garantire ogni giorno la salute, il benessere e la vitalità dell'animale nel rispetto della filosofia del "Natural Nutrition System".

Al tuo cliente offrirai ricette 100% naturali preparate con ingredienti selezionati e di alta qualità - cioè proteine nobili e prelibato salmone - e a basso contenuto di grassi per un corretto controllo del peso. La digeribilità è ottima, la forma e la consistenza della crocchetta sono concepite per una corretta masticazione dell'alimento a vantaggio di una sana assimilazione.



I prodotti *Health Quality* sono ricchi di omega 3 e omega 6 per una pelle sana e un mantto splendente, contengono meno magnesio e favoriscono la regolarizzazione del pH nelle urine per ridurre il rischio di calcoli. Svolgono inoltre un'efficace azione anti-bolo di pelo e favoriscono il sistema immunitario. La loro tolleranza è massima poiché sono privi di grano, soia, aromi, latticini, zucchero, coloranti e sapori artificiali.

Winner Plus Indoor Diet è ideale per gatti adulti di tutte le razze che vivono in ambienti domestici, *Winner Plus Sterilized Diet* è invece indicato per la salute,



ONLY THE BEST FROM NATURE

Offer the top well-being to your customers, in line with the "nourish naturally" vision

With passion and professionalism Winner Plus meets the special nutritional needs of cats, as well as your needs for professionalism through its sales network and its long-term market experience, to help you recommend the right product to pet owners.

THE HEALING DAILY MEAL

The goal of holistic vision is the overall well-being of the organism. Thanks to this approach to cats' nutrition, Winner Plus developed a range of natural innovative products, easy to absorb and to digest, made according to the "nourish naturally" philosophy: each ingredient is selected to specifically affect each functionality of the organism.

For your customers, the advantages of *Winner Plus holistic* are clear: healthy food made with ingredients rich in active principles such as antioxidants, with first-choice raw ingredients - 100% natural fresh meat - selected and controlled with human-grade standards and correctly balanced to respect the daily needs. Moreover, it is a modern product, developed after the most advanced technologies: it supports the immune system by improving its activity, stimulating the good bacterial flora to prevent the growth of bad bacteria. With *Winner Plus holistic* products the organism of cats is naturally ready to avoid ill-being conditions.

Customers can choose between *Winner Plus Chicken holistic* and *Winner Plus Salmon holistic*, both natural and single protein. High digestibility, no cereals and no gluten support the correct functionality of the intestinal system. While balanced quantities of omega 3 and 6 help preserve the skin healthy and the fur shiny.

CATS' HEALTH AND VITALITY

Winner Plus Health Quality line ensures the utmost compatibility in three natural products only, besides the necessary nutritional substances to ensure health, well-being and vitality in compliance with "Natural Nutrition System" philosophy.

You will offer 100% natural recipes, made with selected and high-quality ingredients - noble proteins and delicious salmon - with low fat percentage, for the correct weight control. Digestibility is excellent, the shape and texture of the kibble ensure the correct chewing and absorption. *Health Quality* products are rich in omega 3 and 6 for a healthy skin and a shiny fur. They contain less magnesium and help maintain the urinary pH to reduce the risk of calculi. They also have an effective anti-hairball effect and support the immune system. Their tolerance is the best because they are free from wheat, soy, flavouring, dairy products, sugar, artificial colouring and flavouring agents.

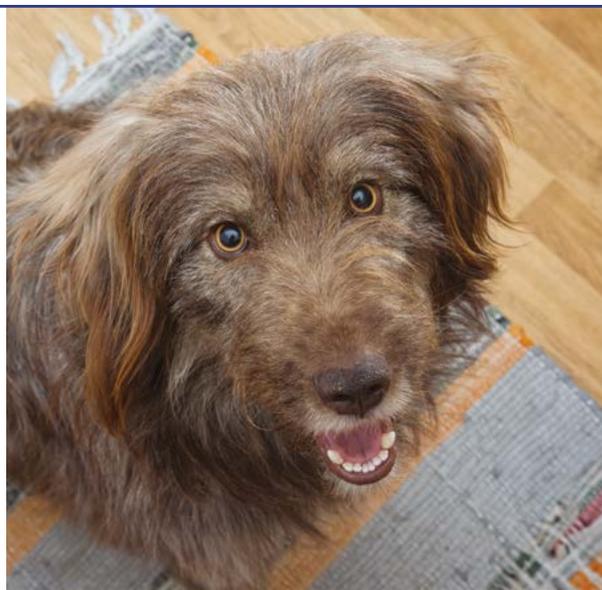
Winner Plus Indoor Diet is suited for adult cats of all breeds, living indoor; *Winner Plus Sterilized Diet* is suited for the health, well-being and needs of neutered cats while *Winner Plus Urinary Diet* supports the regularity of urinary pH, reducing the risk of struvite calculi.

il benessere e le esigenze del gatto sterilizzato mentre *Winner Plus Urinary Diet* supporta la regolarizzazione del pH nelle urine senza favorire la formazione di calcoli di struvite nelle vie urinarie. (F.C.)



Come il gioco diventa sostenibile

100% plastica riciclata.
Perché rispettare l'ambiente significa rispettare i nostri amici animali



Fra i consumatori si sta diffondendo sempre più la consapevolezza che l'acquisto di prodotti d'uso quotidiano fatto in modo coerente con le scelte ambientali costituisca un primo passo verso il benessere del pianeta, degli animali e allo stesso tempo di tutti noi. Se vogliamo un mondo migliore è arrivato il momento di riflettere prima di comprare, perché il rispetto dell'ambiente è uno degli elementi chiave. È una scelta che possiamo fare tutti, anche tu negoziante e di conseguenza il tuo cliente.



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



In questa prospettiva è importante sapere che la sostenibilità è uno dei valori fondamentali condivisi da Vitakraft, che con il programma "Vita Planet" si è presa l'impegno di assumersi gradualmente maggiori responsabilità nei confronti delle persone e della natura oltre che di dare il proprio concreto contributo al raggiungimento dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU. Il concetto è chiaro: rispettare l'ambiente significa rispettare i nostri amici animali e un equilibrio fra la sostenibilità sociale, economica e ambientale è il senso del concetto stesso.

Il gioco in un'ottica sostenibile

Ai tuoi clienti rispettosi dell'ambiente puoi proporre la linea di giochi per cani e gatti *Recyclesaurus*: interattivi, tutti da mordere e con un design trendy, ma soprattutto realizzati con il 100% di plastica riciclata. In questo modo puoi dimostrare al proprietario pet come anche il gioco - momento quotidiano fondamentale per il benessere degli amici a quattro zampe - si può pensare in un'ottica sostenibile.



La linea *Recyclesaurus Toys* per cani propone tante varianti robuste e resistenti adatte all'utilizzo sia in casa che fuori, con un booklet sul prodotto che informa dell'importanza di riutilizzare la plastica riciclata. I simpatici dinosauri protagonisti della nuova linea sono realizzati con tessuto e morbida imbottitura in Oxford Nylon, ovvero 100% PET riciclato, con materiale esterno lavabile. Anche la linea gatti propone un vasto assortimento di prodotti originali e divertenti che fanno impazzire gli amici felini.

Dinosauri, ossi, palle, draghi...

Nell'ambito della linea cani il cliente può sbizzarrirsi fra:

- *Recyclesaurus* Dinosaurio blu S;
- *Recyclesaurus* Dinosaurio grigio L;
- *Recyclesaurus* Osso;
- *Recyclesaurus* Dinosaurio da lancio;
- *Recyclesaurus* Palla Planet;
- *Recyclesaurus* Drago con bottiglia;
- *Recyclesaurus* Pterosauro con anello.

I proprietari di gatti possono invece scegliere tra:

- *Recyclesaurus* Dinosaurio grigio con catnip;
- *Recyclesaurus* Canna con pterosauro;
- *Recyclesaurus* Dinosaurio verde con catnip.

Vitakraft Safety

Tutti i giochi Vitakraft sono soggetti a rigorosi controlli lungo l'intera filiera produttiva per garantire la realizzazione di prodotti sicuri e di alta qualità. Per questo è stato sviluppato il sigillo "Vitakraft Safety", un concetto di garanzia di qualità a 360 gradi. I giochi Vitakraft infatti rispondono non solo ai requisiti di sicurezza per gli animali ma sono testati anche per soddisfare gli elevati standard dei giochi per bambini. Mostrarlo al tuo cliente è semplice: basta



HOW TOYS BECOME SUSTAINABLE

100% recycled plastics. Because respecting the environment means to respect our pet friends

Customers are increasingly aware that eco-friendly products for everyday life are the first step towards the well-being of our planet, of animals and especially of all of us. If our goal is a better place to live in, we have to think before we buy: respect for the environment is a key element and a choice we can make every day, both retailers and owners.

Sustainability is one of the fundamental values shared by the company. "Vita Planet" is the Group's strategy to take more responsibility towards people, besides helping reach the 17 goals for sustainable development of UN 2030 Agenda. Balance among social, economic and environmental sustainability is the meaning of the concept itself.

PLAY SUSTAINABLY

For customers respectful of the environment, there is *Recyclesaurus* line of interactive and chewable toys for cats and dogs, developed with 100% recycled plastics. You can show customers how playing can be sustainable.

Recyclesaurus Toys line for dogs offers several models, for outdoor and indoor playing and a booklet informs on the importance of using recycled plastics. Dinosaurs are the stars of the line. They are made of fabric and soft Oxford Nylon padding; 100% recycled PET, washable external material, strong and resistant. The line for cats also offers a broad range of original and funny products, which will drive them crazy.

DINOSAURS, BONES, BALLS, DRAGONS...

Dog line includes:

- *Recyclesaurus* Dinosaur: blue S;
- *Recyclesaurus* Dinosaur: grey L;
- *Recyclesaurus* Bone;
- *Recyclesaurus* Retrieving dinosaur;
- *Recyclesaurus* Planet ball;
- *Recyclesaurus* Dragon with bottle;
- *Recyclesaurus* Pterosaur with ring.

Cat owners can choose among these toys:

- *Recyclesaurus* Dinosaur: grey with catnip;
- *Recyclesaurus* Cane with pterosaur;
- *Recyclesaurus* Dinosaur: green with catnip.

VITAKRAFT SAFETY

All Vitakraft toys undergo strict quality controls throughout manufacturing, in order to ensure safe and high-quality products. "Vitakraft Safety" seal has been developed to ensure complete quality guarantee. Vitakraft toys not only meet the safety needs for pets, but are also tested to comply with the elevated standards of child toys.

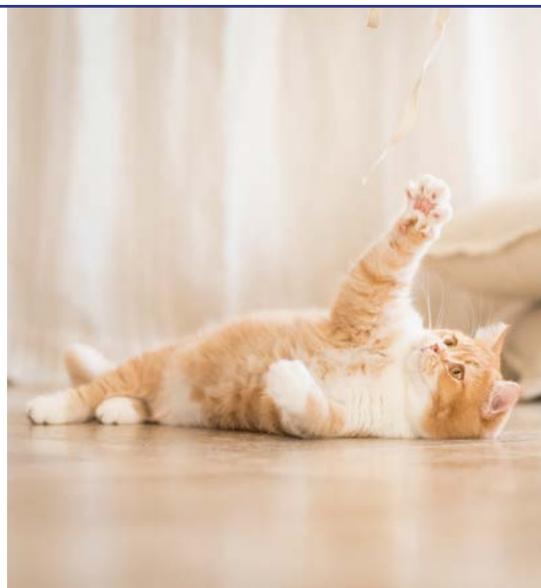
Showing it to your customers is easy: CE certification proves the compliance with European standards, including DIN EN 71 regulation "toy safety".

controllare la presenza del marchio CE che indica l'osservanza degli standard europei, inclusa la norma DIN EN 71 "Sicurezza dei giocattoli". (R.G.)



Per rispondere alle esigenze del gatto

Schesir affronta questa sfida con il mix tra secco e umido: le crocchette replicano le parti dure delle prede, mentre l'umido ricorda la parte più morbida



Qualcuno se ne è già accorto, per altri è ancora una scoperta. Molti tuoi clienti avranno già notato che negli ultimi anni il gatto si è "accasato", perdendo la sua indole più esplorativa e parte della propria indipendenza. È dunque importante che tu negoziante faccia comprendere ai pet owner le nuove esigenze, sia a livello psicologico che nutrizionale, del loro felino.



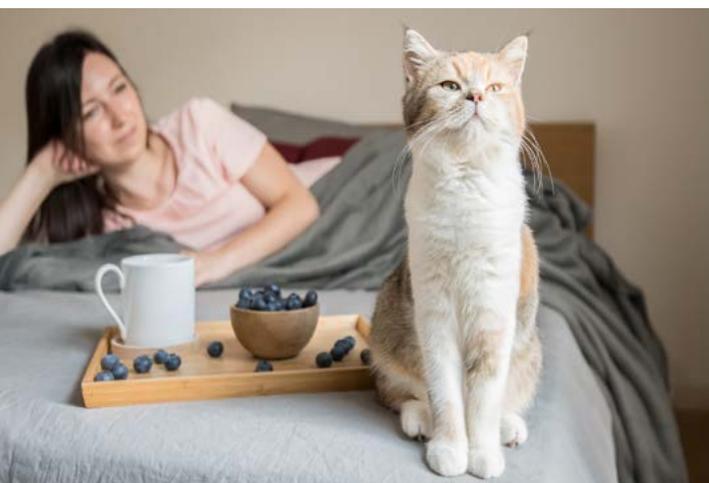
AGRAS PET FOODS
www.schesir.com
naturalselection.schesir.com



Per aiutarti, Zampotta Pet Business ha partecipato a una conferenza stampa online organizzata da Schesir, brand di punta di Agras Pet Foods, che ha presentato *Natural Mix*, il nuovo approccio di alimentazione mista incentrato sulla sinergia tra l'alimento secco completo e l'appetibilità, l'idratazione e il gusto dell'umido, che si prende cura del benessere del tratto urinario del gatto.

Perché abbinare secco e umido

“Un nostro studio in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Veterinarie dell'Università di Bologna ha evidenziato come i gatti alimentati con *Natural Mix* abbiano mostrato una tendenza alla riduzione del pH urinario. Questi dati sottolineano come l'alimentazione mista svolga un effetto benefico e preventivo sulle vie urinarie del gatto e le nostre ricerche continueranno ad approfondire questo aspetto”, ha commentato Vittorio Saettone, Medico Veterinario e R&D Manager di Agras Pet Foods. “Il brand Schesir è da sempre attento al benessere dei pet”, ha aggiunto Silvia Alberto, Direttore Marketing di Agras Pet Foods. “Sono le scelte a definire chi siamo. Per questo scegliamo di ricercare ingredienti naturali della più alta qualità creando ricette gustose e di dare voce ai consumatori che fanno parte della nostra community VIP Club”.



La filosofia nutrizionale *Schesir Natural Mix* è un'alimentazione sinergica; un'ampia gamma di alimenti umidi della miglior qualità con carni e pesce cotti al vapore, associati all'alimento secco *Schesir Natural Selection*, con ingredienti naturali e funzionali quale l'estratto secco di mirtillo, che favorisce il mantenimento del benessere delle vie urinarie del gatto. Il mix tra secco e umido rispecchia la natura dell'animale, le crocchette replicano le parti dure delle prede mentre l'umido ricorda la parte più morbida. I vantaggi di questo approccio sono molteplici: migliore idratazione nei soggetti che assumono poca acqua, aumento della curiosità verso l'alimento da parte dei soggetti più difficili da soddisfare.



I nuovi prodotti

- *Schesir Natural Selection*: prodotti secchi tutti arricchiti con estratto secco di mirtillo per il benessere generale del tratto urinario proposti in diverse varietà, in ricette formulate senza cereali né glutine e in ricette con un'unica fonte di proteine animali.



Tra gli altri prodotti della linea citiamo quelli per gatti sterilizzati, che contengono fibra di pisello che riduce l'apporto calorico e contribuisce al funzionamento dell'intestino e la nuova ricetta *Exigent* pensata per i palati più difficili da soddisfare, con pregiato olio extravergine di oliva.



- *Schesir Salads Pokè*: formulazioni umide dalla gustosa leggerezza naturale. Solo le parti migliori delle carni o del pesce unite a frutta e verdura, per un goloso piatto multisapore in sei sfiziose varietà.
- *Petit Délice*: una piccola porzione, particolare per consistenza e dal sapore avvolgente, per



MEET CATS' NEEDS

Schesir faces the challenge with a mix of wet and dry food: kibbles reflect the hard parts of preys, while wet food recalls the soft parts

Someone already noticed, for others it is still new. Many of your customers noticed that during the past years cats lost their explorer nature and part of their independence. It is very important for retailers to help pet owners understand the new psychological and nutritional needs of their cat.

Zampotta Pet Business wants to help you and took part in an on-line press conference organized by *Schesir*, Agras Pet Foods main brand. The company presented *Natural Mix*, the new approach to mixed nutrition focused on the combination of dry complete food and palatability, hydration and taste of wet food, which also takes care of cats' urinary well-being.

COMBINATION OF DRY AND WET: WHY?

"Our study, carried out in collaboration with Veterinary Department at Bologna University, assessed that cats fed with *Natural Mix* experienced a reduction of the urinary pH. These data point out that mixed nutrition might have a beneficial and preventive effect on cats urinary tract. Our researches are going to further investigate this aspect" said Vittorio Saettoni, veterinarian and R&D manager at Agras Pet Foods. "*Schesir* brand is always attentive to pet well-being", added Silvia Alberto, veterinarian and R&D marketing director at Agras Pet Foods. "Our choices define who we are. That is why we select high-quality natural ingredients and create tasty recipes. We choose to give voice to our customers who are members of our VIP Club community".

Schesir Natural Mix nutritional philosophy focuses on combined nutrition: a broad selection of top-quality wet food with steam-cooked meat and fish, combined with *Schesir Natural Selection* dry food, plus natural and functional ingredients such as blueberry dry extract (well-being of cats' urinary tract). The wet-dry combination reflects the pet's nature: kibbles reflect preys' hard parts, while wet food recalls the soft parts. There are plenty of advantages: improved hydration for cats drinking little water, increased curiosity even from demanding cats.

NEW PRODUCTS

- *Schesir Natural Selection*: dry food supplemented with dry blueberry extract, for the overall well-being of the urinary tract. They come in different recipes without cereals and gluten or recipes with a single protein source. The line also includes recipes for neutered cats (with pea fibres to reduce calorie intake and to support intestinal functionality), as well as new *Exigent* recipe, for the most demanding cats, with fine extra virgin olive oil.
- *Schesir Salad Pokè*: wet recipes ensuring natural light food. Only the best cuts of meat and fish are combined with fruit and vegetables for a multi-flavoured meal in six flavours.
- *Petit Délice*: a small treat featuring a peculiar texture and taste, to reward cats and with extra taste and well-being. Six mousse recipes made with care, combining tuna with meat and special toppings.

premiare il gatto e regalargli un momento extra di gusto e benessere. Sei mousse preparate con cura che propongono tonnetto abbinato a carni e a topping speciali. (S.C.)



Per chi vuole il meglio

Non solo medagliette: all'amico quattrozampe servono anche guinzaglio, collare e pettorina. Sempre all'insegna di sicurezza e benessere e con un tocco di stile



“Il made in Italy: testa, mani, cuore e molto di più”. È questa la filosofia di MyFamily, sinonimo di creatività, innovazione e qualità, che si distingue da anni per la creazione di accessori studiati nei minimi dettagli. L'azienda piemontese di Valenza (AL), che da sempre anticipa le tendenze moda e le esigenze dei tuoi clienti e dei loro pet, oltre alla produzione di medagliette esclusive dal design moderno, ha messo a disposizione la propria esperienza anche nella creazione di una collezione completa nel comparto guinzaglieria, che si distingue nelle due linee principali *Premium* e *memopet*.



MYFAMILY SRL
tel.0131950063
www.myfamily.it
info@myfamily.it



Premium: per viaggiare con la fantasia

Premium si ispira ad alcune città del mondo, che prendono vita grazie agli ottimi materiali utilizzati e al design accurato. La collezione *El Paso* ricorda il mondo dei ranch americani mentre *London* ci catapulta nella capitale inglese con il suo underground style.



Monza



Ascot



Tucson



Bilbao



Firenze

Con le varie soluzioni della linea *Premium* permetterai agli amici quattrozampe e ai loro proprietari di esprimere il proprio stile. Proprio come nel settore del fashion ognuno potrà scegliere l'abbinamento perfetto adatto alle differenti personalità: per esempio *Tucson* è la linea per chi vuole essere elegante, mentre per chi cerca qualcosa di colorato *Saint Tropez* è la risposta glam ideale! Inoltre, puoi offrire al cliente una vasta scelta di materiali: vera pelle, similpelle o tessuti sintetici, ma sempre con denominatore comune la dettagliata qualità made in Italy, degna di una firma dell'alta moda.

Memopet: non solo stile

Al tuo cliente alla ricerca di innovazione puoi proporre la linea *memopet*. Grazie all'utilizzo della tecnologia NFC, che consente una comunicazione senza fili in prossimità del dispositivo, è possibile trasformare un semplice guinzaglio in uno strumento all'avanguardia. Scaricando l'ap-



plicazione memopetID sullo smartphone e connettendosi agli accessori *memopet*, il proprietario potrà gestire la quotidianità del proprio amico quattrozampe in comodità, avendo sempre a portata di mano i dati sanitari, le abitudini alimentari, l'attività motoria o gli appuntamenti dal veterinario.



Oltre a guinzagli e collari la linea *memopet* propone le comode pettorine imbottite con tecnologia "Pelostop", che rende l'interno repellente al pelo del cane evitando che si accumuli nel supporto; il mezzo anello *D-Ring* che torna in posizione da solo agevolando l'ancoraggio al guinzaglio e infine il comodo anello *Porta Tag* integrato, che permette l'aggancio diretto della medaglietta al collare o alla pettorina.

Pettorina H: innovazione e funzionalità

L'ultima novità MyFamily è la *Pettorina H* (che va ad aggiungersi ai prodotti sia della linea *memopet* che di quella *Premium*) particolarmente adatta al proprietario che si dedica all'addestramento e alle escursioni un po' più lunghe e impegnative.



Il mezzo anello frontale che va a posizionarsi davanti al collo sul petto del cane come nuovo aggancio, non premendo sulla laringe né sulla vertebra cervicale dell'animale, permette di aumentare la comodità senza rinunciare allo stile.

ONLY THE BEST

Not just tags: pets also need leash, collar and harness. Safety and well-being guaranteed, with a touch of style

"Made in Italy: head, hands, heart and more". This is the philosophy of MyFamily, a synonym of creativity, innovation and quality. The company stands out for its range of carefully-studied accessories. The Piedmontese company is located in Valenza (AL) and it always anticipates fashion trends as well as the needs of your customers and their pets. Besides its range of exclusive modern tags, the company also developed a complete range of leash products, divided into two main lines: *Premium* and *memopet*.

PREMIUM: TRAVEL WITH YOUR IMAGINATION

Premium is inspired to world cities, which are reflected by quality materials and thorough design. *El Paso* collection recalls the world of American ranches, while *London* captures the city's soul thanks to its underground style.

Premium products help owners and their pets express their own style. Just like in fashion, everyone can choose the perfect combination matching their personality: *Tucson* is elegant, *Saint Tropez* is the coloured and glam!

Moreover, customers can choose among a broad variety of materials: real leather, imitation leather or synthetic fabric. They all guarantee made-in-Italy quality, just like a haute-couture brand.

MEMOPET: NOT JUST STYLE

Dedicated to customers looking for innovation: *memopet* line. Thanks to NFC technology, which allows wireless communication with the smartphone, it is possible to turn a simple leash into a modern tool. Download memopetID app on smartphone and connect to *memopet* accessories: customers will be able to comfortably manage pet's daily life with the pets' health data, food habits, physical activity or vet appointments.

Besides collars and leashes, *memopet* also offers comfortable padded harnesses featuring: "Pelostop" technology, which prevents hair from gathering inside the harnesses; *D-Ring*, which goes back in place for easy fastening and handy *Tag-Holder* ring, which helps fasten the tag on collars or harness.

HARNESS H: INNOVATION AND FUNCTIONALITY

Brand new from MyFamily: *Harness H* (which belongs to both *memopet* and *Premium* lines) is particularly suited for training, long walks or hiking. The half ring is located in front of the neck on dogs' chest, without pressure on the pet's larynx or cervical vertebra: extra comfort without forgetting style.

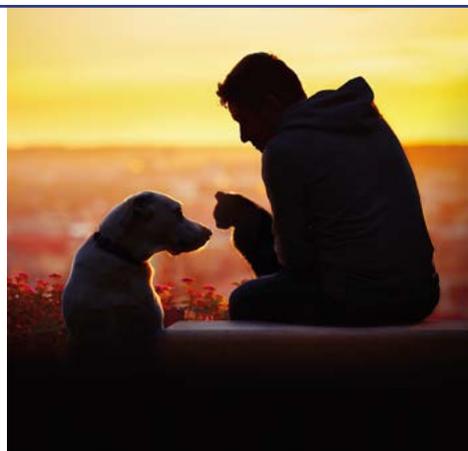
It comes in two lines: *Hermitage* (*Premium* line, high-quality Italian leather, available in black/ochre with gold details and brown/blue with silver details) and *memopet* (synthetic fabric, available in dark blue, brown, black and red).

Viene realizzata in due collezioni: *Hermitage* (linea *Premium*), in pelle italiana di alta qualità disponibile nelle due varianti nero/ocra con finiture metalliche in oro e marrone/azzurro con finiture metalliche in argento e *memopet* in materiale sintetico, disponibile nei colori blu scuro, marrone, nero e rosso (G.P.)



Sempre insieme nel benessere

Una linea di alimenti made in Italy prodotta con le più innovative tecnologie da un team di esperti della nutrizione



Together, sempre insieme: Zoodiaco sa bene che cani e gatti sono i nostri compagni di vita e ha prodotto per loro una linea completa di alimenti sotto il segno della qualità, della sicurezza e della naturalità. L'azienda italiana opera ormai da oltre 25 anni con successo nel settore pet proponendo un catalogo con oltre 1.000 referenze e mettendo a disposizione di oltre 3.500 clienti/punti vendita specializzati la propria esperienza, collaborazione e conoscenza.

zoodiaco PET & GREEN

CONSORZIO ZOODIACO

tel. 0425474645

www.zoodiaco.com

www.together-pet.it

zoodiaco@zoodiaco.com

info@together-pet.it



Together
SEMPRE INSIEME

Scegliendo Zoodiaco, il tuo pet shop ha la garanzia di un'ampia e variegata offerta di prodotti sottoposti a rigidi controlli qualitativi da parte dell'azienda, che pone da sempre al primo posto la salute e il benessere degli animali.

Solo il meglio

Proponendo la linea *Together* hai la sicurezza di offrire al cliente del tuo punto vendita - che cerca il meglio per il proprio pet soprattutto nell'alimentazione, fondamentale per il suo benessere - alimenti made in Italy che nascono dall'amore e dal rispetto per gli animali. Prodotti con fonti proteiche di origine animale come primo ingrediente e con carni e pesci freschi a garanzia di un'ottima appetibilità e digeribilità, tutti gli alimenti sono formulati con ingredienti naturali, senza coloranti né conservanti aggiunti e sono grain free, No cruelty test e No OGM.

Inoltre, in linea con la filosofia green dell'azienda, il sacco dei prodotti *Together* è 100% riciclabile, per rispettare la natura e ridurre l'impatto sull'ambiente, ideale oggi condiviso da molti acquirenti.

Frutta e verdura per cani sempre in forma

Tutti gli alimenti *Together, sempre insieme* per il cane sono formulati con fonti proteiche animali in prima voce di cartellino e sono senza glutine, sostituito da fonti alternative di carboidrati.

Le ricette, alcune delle quali sono Grain Free e Sensitive per le esigenze dei soggetti più sensibili, contengono inoltre:

- un mix di frutta e verdura (mirtillo, mela, carota e spinaci), fonte naturale di fibre;
- yucca schidigera dalle note proprietà salutistiche, che aiuta a controllare l'odore di feci e urine;
- selenio in forma organica, che svolge una naturale azione antiossidante.



Si tratta di una linea completa che propone ben 15 formulazioni secondo l'età, la taglia e le esigenze specifiche dell'animale:

- *Together Mini: Puppy* con Pollo Fresco e Riso; *Adult* con Pollo Fresco e Riso; *Adult* con Manzo Fresco e Riso; *Adult* con Trota Fresca e Riso; *Mature* con Pollo Fresco e Riso; *Adult Grain Free* con Manzo Fresco e Patate; *Adult Sensitive Grain Free* con Maiale Fresco e Patate.
- *Together Medium/Large: Puppy* con Pollo Fresco e Riso; *Adult* con Pollo Fresco e Riso; *Adult* con Manzo Fresco e Riso; *Adult* con Trota Fresca e Riso; *Mature* con Pollo Fresco e Riso; *Adult Grain Free* con Manzo Fresco e Patate; *Adult Sensitive Grain Free* con Maiale Fresco e Patate.
- *Together All Breeds Adult Sinergy* con Pollo Fresco, Maiale, Tonno e Riso.

Per i gatti più esigenti

Gli alimenti *Together*, *sempre insieme* per gatti sono proposti in 6 ricette di elevata appetibilità, così da soddisfare anche il palato di soggetti dai gusti difficili, sensibili o in sovrappeso:

- *Together Crescita Kitten* con Pollo Fresco e Riso.
- *Together Anti-Hairball Adult* con Pollo Fresco e Riso.
- *Together Sterilised: Adult* con Trota Fresca e Riso; *Sensitive* con Maiale Fresco e Riso; *Gusti Difficili* con Manzo Fresco e Riso; *Light* con Salmone Fresco e Riso.



Le formulazioni presentano un ridotto contenuto di magnesio per prevenire la formazione di calcoli nei soggetti sterilizzati e, oltre a yucca schidigera e selenio in forma organica (presenti anche nelle formulazioni per cani) contengono omega 3 e 6, zinco e biotina per un ottimale sviluppo di cute e manto, e taurina, amminoacido che supporta la funzionalità cardiaca e visiva. (G.P.)

ALWAYS TOGETHER WITH WELL-BEING

Made-in-Italy products developed after the most innovative technologies by a team of expert nutritionists

Together, always together. Zoodiaco is aware that cats and dogs are our life companions: the company developed a complete range of pet products ensuring quality, safety and naturalness. The Italian company has been successfully working in the pet sector for over 25 years: the catalogue features over 1,000 products and the company offers its experience and collaboration to over 3500 customers/shops.

By choosing Zoodiaco, your shop can rely on a broad and varied offer of products undergoing strict quality standards. The company always focuses on pets' health and well-being.

ONLY THE BEST

Together line is dedicated to customers looking for the best in terms of nutrition, fundamental for pets' well-being: made-in-Italy products born from the love and respect for pets. Products with animal protein sources as first ingredients, with fresh meat and fish ensuring the utmost palatability and digestibility. All products contain natural ingredients, without added colouring of preserving agents. Moreover, they are grain free, no cruelty test and no GMOs. In line with the company's green philosophy, *Together* bag is 100% recyclable, to respect the nature and reduce the impact on the environment, which is currently a shared opinion among several customers.

FRUIT AND VEGETABLES FOR HEALTHY DOGS

All *Together, always together* products for dogs are developed with animal protein sources as first ingredients and they are free from gluten, replaced by alternative carbohydrate sources.

Some recipes are Grain Free and Sensitive for the needs of the most sensitive pets. They all contain:

- a mix of fruit and vegetables (blueberry, apple, carrot and spinach), natural source of fibres;
- yucca schidigera, which helps control excrements' foul odour;
- organic selenium, natural antioxidant.

The complete line includes 15 formulas, according to age, size and specific needs of pets:

- *Together Mini: Puppy* with Fresh Chicken and Rice; *Adult* with Fresh Chicken and Rice; *Adult* with Fresh Beef and Rice; *Adult* with Fresh Trout and Rice; *Mature* with Fresh Chicken and Rice; *Adult Grain Free* with Fresh Beef and Potato; *Adult Sensitive Grain Free* with Fresh Pork and Potato.
- *Together Medium/Large: Puppy* with Fresh Chicken and Rice; *Adult* with Fresh Chicken and Rice; *Adult* with Fresh Beef and Rice; *Adult* with Fresh Trout and Rice; *Mature* with Fresh Chicken and Rice; *Adult Grain Free* with Fresh Beef and Potato; *Adult Sensitive Grain Free* with Fresh Pork and Potato.
- *Together All Breeds Adult Sinergy* with Fresh Chicken, Pork, Tuna and Rice.

FOR DEMANDING CATS

Together, always together food for cats feature six palatable recipes, also suited for demanding, sensitive or overweight cats:

- *Together Growth Kitten* with Fresh Chicken and Rice.
- *Together Anti-Hairball Adult* with Fresh Chicken and Rice.
- *Together Sterilised: Adult* with Fresh Trout and Rice; *Sensitive* with Fresh Pork and Rice; *Demanding Cats* with Fresh Beef and Potato; *Light* with Fresh Salmon and Rice.

Formulas feature a lower content of magnesium to prevent calculi in neutered cats, besides yucca schidigera and organic selenium. Moreover, they contain omega 3 and 6, zinc and biotin for the best development of skin and coat, plus taurine, which supports heart and sight functionality.

Riciclare, strategia vincente

Innovarsi in chiave green per soddisfare il tuo cliente attento ai problemi ambientali



Non solo nei pet shop ma in tutti i punti vendita si tende a strizzare l'occhio a forme di commercio sempre più correlate a uno stile di vita attento alla sostenibilità. Avere in assortimento prodotti sostenibili significa avere maggiori e più validi argomenti di vendita.

Facciamo l'esempio della plastica: da un lato enorme risorsa per le sue infinite applicazioni nella vita di tutti i giorni, dall'altro minaccia per l'ambiente e rifiuto sempre più inquinante. Ecco perché proporre prodotti legati al concetto di riciclo e lavorazione sostenibile è sicuramente una strategia di vendita vincente. E qui entra in gioco *Recycled* di MPS. Vediamo insieme di cosa si tratta e analizziamo quali vantaggi può portare al tuo negozio.



MPS 2
tel. 0444572280
www.mpsitalia.it
info@mpsitalia.it

Il problema, la soluzione

Mai come in questi ultimi anni uno dei maggiori problemi mondiali è rappresentato dall'aumento della plastica che si riversa nei nostri mari. Con mentalità pratica e all'avanguardia MPS ha posto questa problematica in cima alla propria agenda, iniziando a trasformare i suoi processi di progettazione e produzione in linea con un impegno concreto che si traduce nell'utilizzo di materiali plastici riciclati o provenienti da fonti sostenibili.

Brand molto conosciuto, MPS è presente nell'ambito del mercato pet da più di vent'anni e da sempre cerca di innovarsi e rinnovare per soddisfare i proprietari che frequentano il pet shop specializzato alla ricerca di soluzioni nuove, funzionali e anche esteticamente gradevoli.

In casa MPS non ci si ferma mai, le novità sono sempre dietro l'angolo. Per questo l'azienda ha messo al lavoro un team di Ricerca & Sviluppo dedicato al progetto *Recycled*, per utilizzare solo plastica riciclata e riciclabile al 100%. Sono nati (e nasceranno) nuovi progetti nel rispetto del Pianeta con prodotti di qualità in grado di soddisfare le richieste dei proprietari pet e la necessità di comfort e benessere dei loro piccoli amici.

I prodotti diventano green

La strada intrapresa dall'azienda con *Recycled* è partita dai due articoli a catalogo più venduti, così da sostenere il pet shop nel suo business con prodotti già noti e apprezzati.

Così *Pratiko* e *Komoda*, i due best-seller di casa MPS, sono diventati green: sia il trasportino che





la toilette sono realizzati in plastica riciclata, riciclabile al 100% ed ecosostenibile, e si colorano di novità nella versione eco-green ed eco-blue.

Pratiko è un trasportino molto apprezzato dai proprietari pet per l'assenza di ganci laterali, sostituiti da un aggancio a scorrimento, un sistema di chiusura brevettato a livello internazionale. Per venire incontro alle esigenze della clientela è disponibile nella versione con porta in plastica o in metallo e in due misure, grande e piccola. Per il benessere dell'a-

nimale dispone di fori di aerazione su tutta la superficie del top ed è dotato di comoda maniglia e gancetti superiori di bloccaggio per il trasporto.



Komoda è la classica toilette chiusa, completa di filtro a carboni attivi, realizzata con un design più alto nella parte posteriore per non far fuoriuscire liquidi. È dotata di palettina che funge da maniglia. Funzionalità e praticità sono garantite anche dallo speciale sistema di aggancio tra la parte superiore e quella inferiore, in modo da rendere sicuro lo spostamento della toilette. (G.M.)

RECYCLE, WINNING STRATEGY

Green innovation to please customers attentive to environmental problems

In all shops (not just pet shops) there is an increasing trend towards a sustainable lifestyle. Offering sustainable products means to rely on broader and more effective sales arguments.

Let's talk about plastic: on the one hand it is a great resource with endless applications in everyday life, on the other hand it is a threat for the environment and increasing polluting waste. Here is why, offering products related to recycle and sustainable processing is a successful sale strategy.

Here comes *Recycled* by MPS. Let's see what it offers and what are the advantages.

THE PROBLEM, THE SOLUTION

The increase of plastic in our seas has never been more important. MPS focused on this world problem and started transforming its planning and producing processes with plastic materials that are recycled or come from sustainable protein sources.

MPS is a well-known brand, present on the pet market for over 20 years. The company always try to innovate and renovate to please customers of specialized shops, who look for new, functional and beautiful solutions.

MPS never stops, news are always behind the corner. That is why the company appointed a Research & Development team to work on *Recycled* project: only 100% recycled and recyclable plastic.

New project are born (and new will be launched) to respect the Planet with quality products capable to meet the demand of pet owners and the needs for comfort and well-being for their pet friends.

PRODUCTS GONE GREEN

The path chosen by the company with *Recycled* started with the two most-popular products on the catalogue, in order to support the retailers' business with well-known products. Two best-selling products by MPS, *Pratiko* toilette and *Komoda* carrier, have gone green: 100% recyclable and recycled plastics, with brand new eco-green and eco-blue colours.

Pratiko is the well-known carrier without side hooks, replaced by the internationally patented sliding closing system. According to the demand of customers, it is available in the plastic or metal door versions and two sizes (small and large). The product features vent holes on the whole top, besides a comfortable carrying handle and upper hooks to increase its stability during transport.

Komoda is the traditional closed toilette with active carbon filter, which is higher in the back side to avoid liquid leaks. The scoop (included) can also be used as handle. Functional and handy thanks to the special hooking system between upper and lower part: the toilette can be safely lifted. The special hooking system between upper and lower part also ensures functionality and handiness: the toilette can be moved safely.

Personalizzare la sua dieta

Consiglia al proprietario diversi abbinamenti di alimenti complementari per una nutrizione ideale



Il tuo cliente ha una grande responsabilità. Il suo amico quattrozampe non può selezionare il cibo con cui nutrirsi come farebbe in natura; deve essere lui, dunque, a capire cosa è meglio per il suo cane, che quantità somministrargli e quando è opportuno modificare la sua dieta.

Data per scontata l'attenzione nella scelta delle materie prime e una tecnologia all'avanguardia nella produzione degli alimenti PARS, la peculiarità di "DIETAPARS" è la personalizzazione dell'alimentazione di ogni singolo soggetto.

Personalizzazione che significa anche giusta quantità, in considerazione delle enormi differenze - in termini di fabbisogni energetici e quindi di quantità di alimento - che ci sono tra individuo e individuo: una proposta di un sistema di alimentazione sano, flessibile, modulabile e con il supporto di un servizio di Consulenza Nutrizionale gratuito e costante per il tuo cliente, sempre a disposizione.

Pochi ingredienti, sani e semplici

Al proprietario pet puoi spiegare che qualità PARS significa pochi ingredienti, sani e semplici, scelti con cura e legati al territorio. Le carni e i pesci sono inseriti in forma "integrale" per poter beneficiare di tutti i nutrienti naturali, compresi carni e pesci freschi. I cereali presenti annoverano soprattutto riso integrale, ricco di omega 6. Tra gli ingredienti sono presenti anche molti superfood come, ad esempio: frutto-oligosaccaridi per la digestione; barbabietola, naturalmente ricca di fibra; erba medica, ricca di proteine, vitamine

e minerali; rosmarino, antiossidante e antinfiammatorio; scorze di arancio amaro per il metabolismo; anice stellato con caratteristiche di antibatterico e antinfiammatorio; china calissaia per la digestione; issopo che può contribu-



PARS



PARS
www.dietapars.it
info@dietapars.it

ire ad eliminare i gas intestinali; rabarbaro, naturalmente depurativo e diuretico; zedoaria antimicotica e aromatica. Un mix di grassi garantisce inoltre la presenza di tutti gli acidi grassi essenziali. Sono assenti coloranti e aromi artificiali.

Cosa abbinare?

Ecco alcune varietà

I PEZZETTI. Carne e pesce cotti a vapore in modo semplice e delicato, avvolti in una gustosa salsa, ideali per la dieta mixata e variata. Sono proposti nei gusti *i Pesci Oceanici*, *la Selvaggina*, *le Carni Bianche*, *le Carni Rosse*, *le Carni Suine*, in confezioni da 85 e 400 g.



I MONOPATÉ. Morbidi paté con una sola proteina animale e verdure proposti nei gusti *Anatra con Pomodoro*, *Cavallo con Pomodoro*, *Coniglio con Zucca*, *Maiale con Zucca*, *Oca con Pomodoro*, *Pollo con Zucca*, *Tacchino con Zucca*, in confezioni da 400 g.



I FILETTINI NATURALI. Gustosi filettini di pesce e carne nel loro brodo di cottura proposti



nelle referenze Pollo, Tonno e Sgombro, in confezioni da 70 g.

LE GALANTINE IN GELATINA, con una sola proteina di origine animale mixata a vegetali, proposte nelle varianti Manzo, Carote e Zucchine; Pollo, Amaranto e Pomodoro; Tacchino, Riso e Barbabietola; Vitello, Miglio e Melone; Agnello, Zucchine e Miglio; Salmone, Miglio e Mela.

GLI SPEZZATINI AL NATURALE, per pasti golosi: Manzo con Pollo, Manzo con Prosciutto, Pollo con Tonno, Tonno con Pollo, Salmone con Tonno, Tonno con Salmone.

LE TENERISSIME MOUSSE, proposte nelle varietà Pollo, Manzo, Salmone, Pesce.

LE CROCCHETTE MULTIPROTEICHE dalla forma originale con mix di carni e pesci "integrali", senza cereali, proposte nei formati Maxi (8 kg), Medium (2 kg) e Small (500 g).



IL RISO E L'ORZO. Orzo soffiato integrale, Riso integrale e Riso integrale con verdure, frutti & erbe digestive, fonte di fibre, minerali, vitamine e carboidrati altamente digeribili.

LE CROCCHETTE COMPLETE "PREDA INTERA" che propongono in forma disidratata ciò che l'animale potrebbe normalmente procurarsi in natura. Nelle varianti Carni Bianche, Carni Rosse, Pesci Oceanici. (V.L.)



CUSTOMIZE PETS' DIET

Recommend owners the different combinations of complementary food to ensure the correct nutrition

Your customers have a great responsibility: their pets cannot select their food, as they would in nature. Owners must understand what is the best for them, what is the correct quantity and when it is necessary to change diet.

Besides the careful selection of raw ingredients and a modern production technology of PARS diet, DIETAPARS diet also offers diet customization for each pet.

Customization also implies the right food quantities, since different dogs require different energy intake: a healthy, flexible, adjustable program. Customers can also rely on a constant free service of Nutritional Advice.

FEW INGREDIENTS, HEALTHY AND SIMPLE

You can explain to pet owners that PARS quality means few ingredients, simple and healthy, carefully selected from local suppliers. Meat and fish ensure all the natural nourishing ingredients and include also fresh fish and meat. Cereals mainly include whole rice, rich in omega 6. Ingredients also include super-food such as fructo-oligosaccharides for digestion, beetroot rich in fibre, alfalfa rich in proteins, vitamins, minerals, antioxidating and anti-inflammatory rosemary, orange peel for metabolism, antibacterial and anti-inflammatory star anise, cinchona calisaya for digestion, hyssop against intestinal gas, purifying rhubarb, antimycotic and aromatic curcuma zedoaria. The fat mix is ensured by various species to provide all essential fatty acids. No artificial colouring or flavouring substances.

COMBINATION? HERE THEY ARE

BITES. Meat and fish are gently steam cooked and covered in a delicious sauce. Flavours available: *Ocean Fish, Game, White Meat, Red Meat, Pork*. They come in 85 and 400g bags.

SINGLE-PATE. Soft pates with only one animal proteins and vegetables: *Duck with Tomato, Horse, with Tomato, Rabbit with Pumpkin, Pork with Pumpkin, Goose with Tomato, Chicken with Pumpkin, Turkey with Pumpkin*. 400g pots available.

NATURAL FILLETS. Natural, single-protein and tasty fillets of fish and meat in their delicious cooking broth: *Natural Chicken, Natural Tuna, Natural Mackerel* in 70g packages.

GALANTINE WITH JELLY. With a single protein of animal origin mixed with vegetables, available with: *Beef, Carrots and Courgettes; Chicken, Amaranth and Tomato; Turkey, Rice and Beetroot; Veal, Millet and Melon; Lamb, Courgettes and Millet; Salmon, Millet and Apple.*

NATURAL STEW, for delicious meals: *Beef with Chicken, Beef with Ham, Chicken with Tuna, Tuna with Chicken, Salmon with Tuna, Tuna with Salmon.*

SOFT MOUSSE, available with Chicken, Beef, Salmon, Fish.

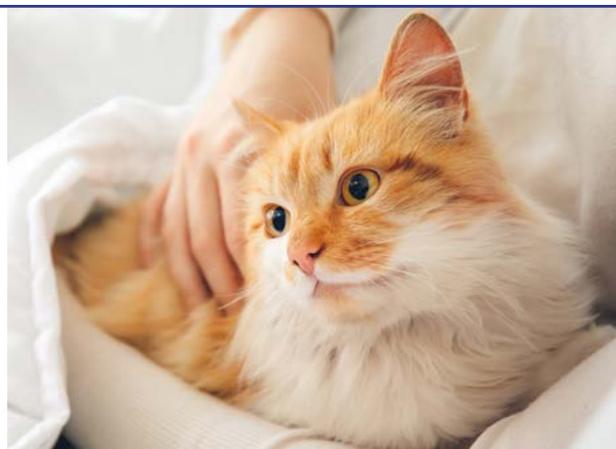
MULTIPROTEIN KIBBLES. Original shapes, with whole meat and fish and without cereals: Maxi (8kg), Medium (2kg) and Small size (500g).

RICE AND BARLEY. Puffed whole barley, Whole rice and Whole rice with vegetables, fruits and digestive herbs. Source of fibres, minerals, vitamins and carbohydrates. Highly digestible thanks to puffing.

COMPLETE KIBBLES "WHOLE PREY", which offer the dehydrated version of what dogs would hunt in nature: *White Meat, Red Meat, Ocean Fish.*

Protezione totale

Il trattamento regolare con VECTRA® Felis previene le infestazioni da pulci proteggendo il tuo cliente, il suo gatto e la sua casa



In condizioni di temperatura e umidità ideali, le pulci possono infestare un animale tutto l'anno. Se il gatto ha le pulci può essere morso anche centinaia di volte al giorno e ammalarsi: oltre ad irritare la cute, infatti, questi parassiti possono trasmettere malattie come la dermatite allergica, infestazioni da vermi o batteri e anemia, in caso di grave infestazione. Al proprietario di gatti, cliente del tuo pet shop, puoi consigliare il trattamento regolare con VECTRA® Felis di Ceva Salute Animale, che elimina completamente tutti gli stadi del ciclo della pulce e previene le infestazioni proteggendo sia l'animale che l'ambiente in cui vive.



Rapidità d'azione

VECTRA® Felis è adatto a tutti i gatti dalle 7 settimane di età e da 0,6 a 10 kg di peso. Agisce velocemente, uccidendo le pulci adulte per contatto (senza necessità di morso) entro due ore dal trattamento grazie ai suoi principi attivi. Una singola dose previene l'infestazione da questi parassiti per un mese e inibisce la loro comparsa nell'ambiente dell'animale trattato per tre mesi.

VECTRA® Felis uccide infatti anche tutte le forme immature delle pulci come uova, larve e pupae che non mordono direttamente l'animale ma si annidano in casa e una volta adulte causano nuove infestazioni.



CEVA SALUTE ANIMALE SPA
tel. 03965591
fax 0396559244
www.ceva-italia.it



Facile applicazione

VECTRA® Felis è dotato di una pipetta brevettata con punta allungata e arrotondata che facilita il raggiungimento della cute. Si applica in un solo punto alla base della testa del gatto, dove non possa leccarsi, prestando attenzione che in presenza di altri animali non si lecchino l'un l'altro dopo il trattamento.

Con VECTRA® Felis tutti sono più protetti: il gatto, il tuo cliente e l'ambiente in cui vivono! (G.P.)

COMPLETE PROTECTION

Regular treatment with VECTRA® Felis prevents flea infestations and protects your customers, their dogs and the house

With the right temperature and dampness, fleas can infest a pet throughout the year. Cats with fleas can be bitten even hundreds of times per day and get ill: besides irritating the skin, these parasites can transmit diseases such as allergic dermatitis, worm or bacterial infestation and anaemia, in case of serious infestation. You can recommend regular treatment with VECTRA® Felis by Ceva Salute Animale, which completely removes all stages of flea cycle and prevents infestations by protecting both the pets and the environment they live in.

QUICK ACTION

VECTRA® Felis is suited for all cats over 7 weeks, between 0.6 and 10kg. It has a quick effect and kills adult fleas within two hours, thanks to its active principles. One single dose prevents parasitic infestation for one month and inhibits their presence in the treated environment for three months.

VECTRA® Felis also kills all immature fleas such as eggs, larvae and pupae, which hide in the house and cause new infestations once they become adult.

EASY APPLICATION

VECTRA® Felis features a patented round pipette, which makes it easy to reach skin. It must be applied behind the cat's head, where the pet cannot lick the product away. Pay attention that no other pet lick the product away after treatment.

With VECTRA® Felis everyone is protected: cats, their owners and the environment they live in.



Consulente di gioco

Il momento del gioco e dell'addestramento sono importanti per migliorare la relazione cane-proprietario



I giochi per cani si vendono ovunque, quindi è necessario che tu offra qualcosa in più per soddisfare le esigenze del tuo cliente. Insomma, devi diventare un vero e proprio "consulente" di gioco.

Sai bene infatti che per il cane giocare è un'attività fondamentale sia per l'addestramento che per un armonico sviluppo della personalità e delle relazioni sociali. Ecco perché ti presentiamo una nuova linea di un grande esperto del settore: Croci spa.



CROCI
tel. 3297534632
www.croci.net
shop@croci.net



BECOME PLAY ADVISOR

Playing and training are important to improve the bond dog-owner

Dog toys are available everywhere: you should offer something more and listen to the needs of your customers. You have to become a "play advisor".

You know very well that playing is fundamental for dog training and for the harmonic growth of their personality and social relations. We introduce you to the new line of a real expert of the sector, Croci spa.

TOYS, BUT ALSO TRAINING

Panton toys stand out for their features: they are made of natural rubber of vegetable origin, thus free from toxic substances and artificial colourants. Safe to bite, they support teeth cleaning. For extra fun owners can fill them with kibbles or treats to entertain dogs and stimulate them into playing. Moreover, *Panton Strawberry* is strawberry-flavoured.

We also recommend *Impact*, the new floating toys made of rope, safe and free from toxic substances. Super resistant thanks to rubber parts, they are perfect to play with dogs outdoors or in water.

Power Red is the perfect training dummy: it helps manage dog attacks and improves the jaw strength. Extra strong nylon handles allow easy and comfortable grip.

It is available in two sizes (33cm and 45cm) for dogs of different sizes.



Giochi sì, ma anche addestramento

I giochi *Panton* si differenziano per le loro caratteristiche: realizzati con gomma naturale di derivazione vegetale, sono privi di sostanze tossiche e coloranti artificiali. Sicuri da mordere, favoriscono la pulizia dei denti, ma per un maggiore divertimento il proprietario può riempirli di crocchette o snack per intrattenere il cane più a lungo e stimolarlo a giocare. Per i più golosi, la *Fragola Panton* è aromatizzata al gusto fragola e in vista della bella stagione ti suggeriamo *Impact*, i nuovi giochi in corda galleggianti anch'essi sicuri e privi di sostanze tossiche. Molto resistenti grazie alle parti in gomma, sono perfetti per giocare con il cane sia all'aperto che in acqua.

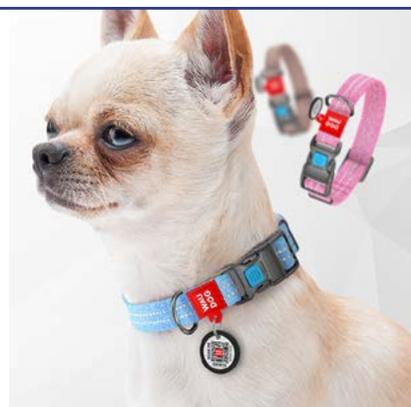


Power Red è un manicotto ideale per l'addestramento: insegna a gestire gli attacchi migliorando la potenza della mascella. Le maniglie in nylon super resistenti consentono una presa facile e comoda. È disponibile in due misure (33 e 45 cm) per cani di diverse taglie. (G.R.)



Parola d'ordine: innovare

L'azienda è da sempre impegnata nello sviluppo e nella produzione di novità destinate al mercato pet



Da oltre 26 anni COLLAR Company si distingue nell'ambito del settore pet per la produzione di un'ampia gamma di prodotti per animali domestici sotto il segno di una continua innovazione. L'approccio speciale dell'azienda alla propria mission si riflette nella costante ricerca e nello sviluppo di novità volte ad anticipare le esigenze del consumatore.

Innovazione sì, ma sostenibile

Al cliente del tuo pet shop attento all'ambiente, che sceglie prodotti etici ed ecologici, puoi proporre la linea di accessori in cotone riciclato ecologico WAUDOG *Re-cotton* di COLLAR Company.

Gli eco-materiali rappresentano oggi il futuro dell'accessoristica pet per molti produttori e consumatori e l'azienda punta a sostituire con il cotone riciclato i vecchi materiali in uso fino ad ora nel processo di produzione, passaggio che si stima consentirà di risparmiare tra le 20 e le 30 tonnellate di risorse naturali all'anno. Il nastro di collari, guinzagli e pettorine - realizzato in cotone riciclato secondo il Global Recycle Standard - è morbido, resistente agli strappi e ipoallergenico, ideale dunque anche per animali a pelo corto e con cute particolarmente sensibile. È inoltre arricchito con un filo riflettente, per rendere più sicure le passeggiate del tuo cliente e dell'amico quattrozampe.

Gli accessori della serie WAUDOG *Re-cotton* sono proposti in otto colori melange e in varie misure, per cani di tutte le taglie.



COLLAR SP. Z.O.O.
www.collarglobal.com
chf_europe@collar.com

Tecnologia WAUDOG Smart ID

Ogni modello di collare o pettorina della linea WAUDOG è ora dotato di Smart Tag ID con passaporto QR, realizzato in collaborazione con un database internazionale utilizzato in più di 100 Paesi.



Nel caso di un animale smarrito, chi lo trova può scansionare il codice QR e accedere alle informazioni del database con i contatti del proprietario, che a sua volta riceverà un messaggio con la posizione GPS dell'animale. Il database fornisce un profilo completo dell'animale (foto, età, documenti vaccinali, stato di salute) che il proprietario può facilmente gestire dal proprio smartphone con un'App dedicata. I codici QR sono unici, dunque non necessitano di personalizzazione in fase di vendita, permettendo un acquisto più veloce.

L'hardware della serie WAUDOG è coperto da garanzia a vita ed è realizzato in plastica resistente o acciaio inossidabile con bordi protettivi in silicone. Viene proposto con differenti

design da abbinare a qualsiasi modello della linea, compresi i modelli *DC Comics* e *NASA*, molto popolari.



Prodotti a marchio esclusivo

COLLAR Company amplia costantemente la geografia della propria presenza - con uffici in Europa (Spagna, Polonia e la sede principale in Ucraina), Stati Uniti, Cina, Russia - attraverso una stretta collaborazione con i distributori sotto forma di partnership, mediante consulenza e supporto informativo e di marketing.



L'azienda offre ai propri partner un servizio esclusivo: ogni cliente B2B può infatti commissionare una serie di accessori a marchio proprio, ottenerne i diritti esclusivi e distribuirli nella propria area geografica. Quasi ogni dettaglio può essere personalizzato: design, misura, tipo di hardware etc.

Questa collaborazione può rappresentare un grande vantaggio sia per i partner dell'azienda - che possono coniugare la vasta proposta di design unici del team di progettazione *WAUDOG* con la comprovata qualità dei prodotti *COLLAR Company* - che per grandi catene di distribuzione che desiderano sviluppare oggetti unici di merchandising con loghi e colori personalizzati.

Per saperne di più: b2b.waudog.ua. (G.P.)



KEYWORD: INNOVATION

The company is always committed to developing and manufacturing new pet products

For over 26 years *COLLAR Company* has been manufacturing a broad range of pet products inspired by constant innovation. The company's special approach to its mission is reflected by the constant search and development of products capable to anticipate customers' needs.

SUSTAINABLE INNOVATION

If your customers are eco-friendly and choose ethical and environmentally clean products for their pets, you can recommend the range of accessories made in recycled cotton, *WAUDOG Re-cotton* by *COLLAR Company*.

Eco-materials represent the future of pet accessories for several pet manufacturers and customers. The company aims at replacing old materials with recycled cotton, which will save 20-30 tons of natural sources per year. The ribbon for the collars and leashes is made of recycled cotton, manufactured according to Global Recycle Standard. It is soft, resistant and hypoallergenic, thus suited for short-haired pets with delicate skin. Each ribbon is completed with reflective thread for safer evening walks.

WAUDOG Re-cotton accessories are available in eight melange colours and plenty of sizes for all breeds.

WAUDOG SMART ID TECHNOLOGY

Each collar or harness model from *WAUDOG* range now features Smart Tag ID with QR passport, created in collaboration with an international Animal ID database used in over 100 countries.

If a pet gets lost, a person who finds it can scan it with their smartphone and immediately get access to the information about the cat and the contacts of the parent. The owners themselves will get the message with the GPS location of the lost pet.

The additional information stored in the database is the pet's photo, age, vaccination documents, health condition. Owners can manage the pet's profile via the smartphone application. The QR codes are unique, so the tags don't need to be personalized before sale, allowing faster sales. *WAUDOG* hardware is covered by lifetime guarantee. Passports are made of durable plastic or stainless steel with protective silicone borders. They feature dozens of designs and can match any *WAUDOG* collar, including the most popular *DC Comics* and *NASA* series.

EXCLUSIVE BRAND

COLLAR Company constantly broadens its presence - with offices in Europe (Spain, Poland and Ukraine main branch), USA, China, Russia - through strict partnership collaboration with distributors, as well as through consultation and marketing and information support.

The company offers its partners an exclusive service. Every B2B client can order a series of uniquely branded products and get exclusive rights to sell them in their region. Almost every parameter is customizable: designs, sizes, hardware type, etc.

The exclusively branded products may become a great advantage for the regional partners: they can use the unique designs from *WAUDOG* range and combine them with the quality of *COLLAR Company* products. This service may also be interesting for large pet-centred organizations, willing to create unique merchandise items with their logos or colours.

Vuoi provare nuove esperienze?

Conoscere più approfonditamente i nostri amici felini è la chiave per costruire una relazione sempre più responsabile tra gatti e proprietari



Royal Canin, azienda orgogliosa di portare avanti la *Health Through Nutrition* (ovvero “La salute passa attraverso l'alimentazione”), ha organizzato una conferenza stampa - a cui abbiamo partecipato anche noi di Zampotta Pet Business - per presentare l'innovativa gamma di alimenti umidi completi *Sensory™* nelle varianti *Smell, Taste e Feel*,



ROYAL CANIN
Numero Verde 800 801106
www.royalcanin.com
info.ita@royalcanin.com



appositamente realizzate per stimolare nel gatto olfatto, gusto e senso di piacevolezza alla masticazione. La gamma nasce dalla consapevolezza dell'unicità dei gatti e dai più recenti studi sull'appetibilità per stimolare i caratteristici sensi dei felini e supportarne salute e benessere.

Alimentiamo i suoi sensi

Alla conferenza stampa erano presenti Geanina Babiceanu, General Manager Royal Canin; Elisabetta Bracci, Brand & Pet Owner Director Royal Canin e Verena Bosio, P&O Director Royal Canin. Per aiutare i vostri clienti a prendersi cura del proprio gatto, l'azienda fa leva su oltre cinquant'anni di esperienza e di conoscenza delle reali esigenze degli animali.

“Grazie alla ricerca e a una profonda conoscenza della loro vera natura, sappiamo che offrire variazioni sensoriali all'interno dell'alimentazione del gatto significa meglio supportare la loro salute e benessere”, dichiara Geanina Babiceanu. “*Sensory™* incarna quindi perfettamente la nostra missione: mettere gli animali, la loro salute e il loro benessere al primo posto, sempre. I sensi dei gatti sono unici, ognuno è sviluppato diversamente e per questo la nuova linea stimola ciascuno di loro in modo specifico, offrendo un'esperienza multisensoriale, varietà alla dieta e quindi un supporto alla loro salute”.

Stimola i tre sensi

Per questo Royal Canin si fa in tre proponendo le referenze *Feel, Taste e Smell* (in buste monoporzionamento da 85 g), ciascuna dedicata a uno specifico senso del gatto da stimolare:

- *Sensory™ Feel* - stimola il senso della masticazione. Queste formulazioni sono caratterizzate da consistenze uniche sia in salsa che in gelatina, con straccetti dal taglio “naturale” per ottenere forme irregolari che esaltano le sensazioni percepite dal gatto durante la masticazione.





- *Sensory™ Smell* - stimola il senso dell'olfatto. Tra i sensi del gatto, quello dell'olfatto è decisamente uno dei più sviluppati e l'aroma dell'alimento incide molto sulla sua scelta. Le ricette *Sensory™ Smell*, che contengono pesce proveniente da pesca sostenibile, sono caratterizzate da un profilo aromatico in grado di stimolare il potente senso dell'olfatto dei gatti.
- *Sensory™ Taste* - stimola il senso del gusto. Il senso del gusto nei nostri amici felici non è sviluppato come quello degli esseri umani; tuttavia risulta particolarmente selettivo. Gli alimenti *Sensory™ Taste* sono appositamente formulati con sapori specifici che contribuiscono a trasformare il rituale del pasto in una profonda esperienza sensoriale.

Come il cliente può capire se il gatto apprezza

I gatti possono manifestare segnali di apprezzamento ancor prima che la ciotola sia stata riempita ed è utile prestare attenzione a una serie di segnali. Prima del pasto, per mostrare il proprio apprezzamento, il gatto può venirci incontro mentre riempiamo la ciotola, miagolare o fare le fusa. Durante il pasto i segnali di apprezzamento possono riguardare la postura rilassata del corpo, il leccarsi le labbra o la posizione dritta della coda. Dopo il pasto, il segnale è chiaro: nessun avanzo nella ciotola!

I vostri clienti si accorgeranno di come i prodotti *Sensory™* siano davvero unici nello stimolare i caratteristici sensi dei loro felini e supportarne salute e benessere. (A.S.)

FANCY SOMETHING NEW?

Knowing the features of cats is the key to build an increasingly relationship between cats and their owners

Zampotta Pet Business attended the press conference organized by Royal Canin, which is proud to carry on the *Health Through Nutrition* philosophy: the company presented the innovative range of complete wet food *Sensory™* (*Feel*, *Taste* and *Smell*). The range is born after the knowledge of cats' uniqueness and after modern palatability studies to stimulate cats' senses and to support health and well-being.

FEED CATS' SENSES

Geanina Babiceanu, General Manager Royal Canin; Elisabetta Bracci, Brand & Pet Owner Director Royal Canin and Verena Bosio, P&O Director Royal Canin, were present at the press conference.

In order to help your customers take care of their cat, Royal Canin relies on over 50-year experience and knowledge of pets' real needs.

"Thanks to research and to a deep knowledge of their real nature, we know that offering sensorial variations within cat's nutrition means to support their health and well-being," says Geanina Babiceanu, General Manager at Royal Canin Italy "*Sensory™* perfectly embodies our mission: placing our pets, their health and well-being at the first place, always. Cats' senses are unique and developed differently for each one of them: the range stimulates each cat in a specific way and ensures a multi-sensorial experience, varied diet and a support to their health".

STIMULATE THE THREE SENSES

That is why Royal Canin offers three solutions, *Sensory™ Feel*, *Taste* and *Smell*, (in 85g single-serve pouches) each one dedicated to a specific sense of cats.

- *Sensory™ Feel* - stimulates chewing. These formulas feature unique consistencies both in sauce and jellies with "natural cut" stripes to create irregular shapes, which enhance the sensation perceived by cats through chewing.
- *Sensory™ Smell* - stimulates olfaction. Among cats' senses, olfaction is definitely one of the most advanced and the food aroma strongly affects the pet's choice. *Sensory™ Smell* formulas contain fish from sustainable sources and feature an aromatic profile capable to stimulate the powerful sense of olfaction of cats.
- *Sensory™ Taste* - stimulates taste. Taste in cats is not as developed as in humans; however, it is extremely selective. *Sensory™ Taste* products feature specific flavours to turn meals into a deep sensorial experience.

HOW CUSTOMERS CAN UNDERSTAND IF CATS LIKE THEIR MEAL

Cats can show their appreciation even before the bowl has been filled, just pay attention to some signals.

Before the meal, cats might come to owners filling the bowl, to show their appreciation or simply to meow or purr.

During the meal, the appreciation can be related to a relaxed posture, straight tail or if cats lick their chops.

After the meal, it is obvious: nothing left in the bowl! Your customers will see how *Sensory™* are unique and stimulate cats' typical senses, supporting their health and well-being.

Premiare la qualità

Zampotta Pet Business intervista Antonio Decaro in occasione della serata di gala per la premiazione dei Quality Award 2022

Una serata indimenticabile sotto molti punti di vista. La splendida cornice di Palazzo Barozzi a Milano, l'atmosfera suggestiva, la sontuosa cena di gala, l'eleganza dei partecipanti, la musica, lo spettacolo... Un evento davvero speciale per premiare le aziende che si sono distinte concretamente per la qualità dei loro prodotti. Nel corso della serata, che si è svolta il 14 dicembre, sono stati consegnati i prestigiosi *Quality Award 2022*, unici premi in Italia attribuiti in base al giudizio dei consumatori. Sono loro infatti a decretare le aziende vincitrici attraverso test di valutazione diretta ed è per questo che il *Quality Award* rappresenta uno strumento per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità del proprio prodotto. Il numero di premiati nella categoria pet è in continua crescita di anno in anno. Ecco i vincitori di quest'ultima edizione:



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



Antonio Decaro, Responsabile Marketing del Premio Quality Award

- Croccantini per cani e gatti *Monge Natural Superpremium*;
- Umido monoproteico per cani e gatti *Monge Monoprotein*;
- Lettieria per gatti 100% vegetale al mais *Easy Green Monge*;
- Croccantini per cani *Vivere low grain Mister Pet*;
- Croccantini per cani *Primordial grain free Mister Pet*;
- Croccantini per gatti *Primordial grain free Mister Pet*;
- Croccantini monoproteici per cani e gatti *Together Zoodiaco*;
- Snack e biscotti ripieni per cani *Canerecci* e *Sneckissimo DoggyeBag*;
- Accessori viaggio per cane *Trixie*;
- Giochi per gatto *Trixie*;
- Giochi e accessori per roditori *Trixie*;
- Salviette detergenti per cani e gatti *Farm Company*;
- Collari e guinzagli in soia naturale *Farm Company*.

Per l'occasione Zampotta Pet Business ha intervistato Antonio Decaro, Responsabile Marketing del Premio *Quality Award*.

Zampotta Pet Business: *Il Quality Award rappresenta una vantaggiosa leva di marketing per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità di prodotto. Com'è cambiato nel corso degli anni?*

Antonio Decaro: "Inizialmente esisteva il *Pet Award*, riservato ai prodotti per gli animali da compagnia, mentre il *Quality* era dedicato al Food&Beverage. Oggi il *Quality Award* riunisce tutti i prodotti di largo consumo: dal food alla cosmesi, dalla cura della casa al settore pet, appunto. Un evento che ogni anno registra un ventaglio di prodotti iscritti sempre maggiore e contempla un numero sempre più ampio di premiati. Fino a quest'ultima straordinaria edizione, con oltre 70 winner differenti".

Z.P.B.: *È l'unico riconoscimento italiano attribuito attraverso il giudizio dei consumatori. Come influisce questa particolarità sulla percezione degli acquirenti che vedono il logo sulle confezioni?*

A.D.: "L'attenzione dei consumatori nei confronti della qualità sta crescendo. Sapere che dietro il logo *Quality Award* è presente il giudizio di tanti altri consumatori che hanno già provato con soddisfazione i prodotti premiati funge da garanzia di ottimo acqui-



I VINCITORI DEL QUALITY AWARD 2022



sto. Le aziende premiate hanno così a disposizione un importante strumento per valorizzare la qualità dei propri prodotti. Inoltre il *Quality Award* è un premio che supporta tutti i premiati con una campagna di comunicazione già da qualche anno fortemente *consumer oriented*, privilegiando la TV tra i media pubblicitari, attraverso una serie di spot on air su La7, Real Time, Food Network, HGTV e Sky TG24”.

Z.P.B.: Quali sono i vantaggi per un'azienda che decide di intraprendere questo percorso?

A.D.: “Il logo *Quality Award* è un'ulteriore leva di marketing che le aziende possono sfruttare per il prodotto premiato in esclusiva nella propria categoria merceologica. Un premio che aiuta il marchio a collezionare valore aggiunto nei confronti dei consumatori, rendendoli partecipi del riconoscimento di qualità ottenuto. Sempre più prodotti sfruttano a scaffale, sulle proprie confezioni, il logo tricolore *Quality Award*, per attrarre l'attenzione di nuovi consumatori e rinsaldare il rapporto di fiducia con gli user di sempre”.

Z.P.B.: *Quality Award* non è solo un premio alla qualità, è anche un modo per indagare i bisogni dei consumatori. In questa prospettiva, oggi, quali sono le richieste del mercato?

A.D.: “Alla base della metodologia del *Quality Award* ci sono rigorosi test di performance. Ultimamente sono cresciute da parte dell'industria le richieste di analisi comparative con prodotti concorrenti, per mettere più a fuoco il processo decisionale di acquisto dei consumatori e i punti di forza e debolezza del proprio prodotto nei confronti dei competitor. Grazie a una forte collaborazione con NielsenIQ, la Marketing Consulting, società proprietaria del premio *Quality Award*, offre ai propri clienti la possibilità di comparare la qualità del proprio prodotto con i principali best seller del mercato, in modo tale che il messaggio da inviare poi ai propri utenti sia non solo quello di alta qualità, ma anche di migliore qualità”.

Z.P.B.: Siamo giunti oggi a questa premiazione, ma so che siete già proiettati verso il futuro... Come sarà il prossimo *Quality Award*?

A.D.: “*Quality Award* non si ferma. Si lavora già per l'edizione 2023 e sono già in corso i primi test per individuare i nuovi premiati”. (M.E.)



IL PARSON RUSSEL

in collaborazione con Paola Acco

La storia

Molto simile a suo cugino, il Jack Russell terrier, il Parson Russel vanta l'onore di essere stato il primo prototipo di cane piccolo, agile e tenace tanto ricercato dal parroco John Russell, appassionato di caccia alla volpe. Fu proprio il reverendo britannico che si impegnò nel XVIII secolo a selezionare un piccolo cane a gamba non troppo corta che potesse stare al passo con un cavallo, forte tanto da resistere in una tana, tenace abbastanza da affrontare un animale selvatico, agile nel districarsi in ogni situazione e in egual modo intelligente, arguto e testardo. Oggi il Parson Russel terrier viene utilizzato con successo in molte discipline come agility, pet therapy, coursing o semplicemente come cane da famiglia; pochi allevamenti lo selezionano ancora come esemplare da tana. Quel piccolo cane rustico con poco pelo, quanto basta per proteggere muso e gambe, ha lasciato il posto a un soggetto sempre più alto, colorato e peloso.

Pur sempre adorabile, il Parson non gode della stessa notorietà del piccolo Jack Russell dal quale si è definitivamente distinto nel 2001 dopo il riconoscimento della razza da parte del Kennel Club inglese, che fino ad allora riconosceva una sola razza lasciando in disparte il cugino australiano.

La razza

Il Parson Russel è un terrier di taglia medio/grande, la sua altezza al garrese varia dai 33 ai 36 centimetri secondo il sesso. Presenta un manto aderente al corpo fitto e denso, che lo possa proteggere da rovi e sterpaglie durante la caccia. La tessitura del suo pelo è preferibilmente dura, laddove presenti una tessitura più folta andrà curato adeguatamente con lo stripping.

È un cane di aspetto atletico, tenace e compatto. La sua lunghezza supera leggermente la misura dell'altezza al garrese e il suo torace non deve oltrepassare la punta dei gomiti che aderiscono perfettamente al cor-

ALESSANDRA AMICI
cell. 3895891521
uffettav39@hotmail.it



po. Gli arti devono essere longilinei, forti e dritti, la spalla muscolosa, il collo forte ma non eccessivamente lungo.

La toelettatura del corpo

La toelettatura del Parson Russel non presenta "fronzoli": collo, sottocollo, sterno, torace, pancia, posteriore, linea dorsale inferiore e superiore devono essere completamente strippate.



Immaginate di inserire un cane di piccola taglia (più o meno 6-7 kg), alto poco più di 36-37 cm in una tana dal diametro di 40-60 cm circa. Il cane vi rimarrà per ore a lottare con un animale selvatico, in un cunicolo senza luce e pieno di terra. Come ne uscirà? Senza dubbio vivo, ma certamente senza alcun pelo in eccesso: i suoi arti saranno completamente glabri, come il suo petto e il suo torace e il suo muso ricoperto di ferite ma intatto, perché la sua unica protezione sarà stata il pelo. Ecco... il Parson Russel terrier dovrebbe essere toelettato così.

Le sue zampe devono essere pulite per evidenziarne muscolatura e forza: più accurata sarà la pulizia del pelo sugli arti, più



sarà visibile la sua altezza. Vanno poi accuratamente puliti appiombi e garretti e bisogna accompagnare il pelo sui piedi in modo omogeneo, pulendone bene il contorno per far sembrare la zampa più alta e slanciata. Le zampe anteriori non devono essere toelettate a forma di cono e le posteriori devono essere ben pulite per accentuarne le angolazioni.

Lo sterno va strappato adeguatamente non lasciando nessuna punta di pelo, cercando di accorciare il più possibile la sagoma dell'animale togliendo tutto il pelo in eccesso, così da renderlo più armonico con la sua altezza. La spalla va evidenziata senza lasciare alcun pelo in eccesso, meglio anzi sottolineare lo stacco dal muscolo all'attaccatura della gamba.

Il collo, tonico e forte, va totalmente strappato: accorciando l'incollatura, il sottogola e il massetere riusciremo a ottenere un collo ancora più possente e muscoloso.

Le ritose del pelo sia anteriori che posteriori vanno accuratamente strippate nel giusto verso. Lo scudo posteriore va curato e pulito al meglio, così da poter mettere in evidenza il punto natica e la muscolatura degli appiombi posteriori. La linea inferiore va pulita, senza alcun pelo né frangia.

La schiena è solida e non molto lunga e va trattata con uno stripping adeguato se dovesse presentare qualche difetto. Generalmente la groppa verso la fine tende a curvare leggermente: anche se esteticamente possiamo correggere questo piccolo particolare lasciando del pelo all'attaccatura della coda, questa particolarità non è considerata un difetto.

Nonostante la coda attaccata più alta renda il soggetto più elegante, non è tipica di questa razza che dovrebbe presentare una groppa leggermente discendente e con coda attaccata bassa, comunque ben toelettata e a forma di carota.

La toelettatura della testa

La lunghezza tra il tartufo e lo stop è leggermente inferiore a quella tra lo stop e l'osso occipitale, quindi bisogna fare attenzione a strappare perfettamente il cranio per renderlo più piatto possibile, lasciando un minimo di pelo sullo stop stando attenti a non sca-



vare troppo, dato che deve risultare poco profondo.

Le orecchie vanno accuratamente toelettate sia all'attaccatura che sulla lunghezza, cercando di correggere gli eventuali difetti. Se risultano troppo lunghe vanno pulite di più sulla punta lasciando pelo sulle estremità laterali, considerando che devono arrivare più o meno all'angolo esterno dell'occhio. Se invece sono troppo corte bisogna lasciare più pelo sulla punta per poterle allungare "visivamente".

Con gli stessi accorgimenti la toelettatura potrebbe aiutare a correggere un orecchio con un'attaccatura non corretta o un cranio troppo largo o tondo: se l'orecchio fosse attaccato troppo alto potremmo pulire perfettamente l'attaccatura di questo e il cranio, lasciando più pelo sull'osso parietale, così da rendere il tutto più omogeneo. Inoltre è necessario pulire bene l'angolo esterno dell'occhio, lo zigomo e il massetere così che la testa possa risultare possente e il suo morso più forte.

Cercheremo infine di lasciare un po' di barba senza però eccedere, solo quel tanto che possa servire a proteggere il muso, ma che risulti allo stesso tempo in armonia con la testa (tenendo conto che la barba deve partire dalla commessura labiale e arrivare omogenea fino all'altezza del tartufo, senza superare in prospettiva lo zigomo e in profondità il sottogola).

Il colore è in gran parte bianco, con macchie di tonalità nere, fuoco o limone, preferibilmente limitate alla testa e all'attaccatura della coda.

Il Parson Russel è un cane per tutti, forte e sano, che non necessita di cure eccessive ma di una vita dinamica all'aria aperta e di tanto affetto!



ALESSANDRA AMICI

Toelettatrice per professione, allevatrice da sempre per passione, amante del Parson Russel terrier per vocazione.

Ho iniziato a stimare questa razza circa dieci anni fa quando mi sono ritrovata proprietaria di un Parson con cui ho condiviso tante belle emozioni e che mi ha regalato davvero molte soddisfazioni.

NEGOZIO DEL MESE

UN'OASI DI BENESSERE

Tutto per il cane! Marta's Pet Spa è insieme punto vendita, SPA e toelettatura

"Facevo tutt'altro nella vita, poi ho deciso di cambiare e ho frequentato la scuola di toelettatura e un corso di cosmetologia Iv San Bernard. Nel frattempo ho notato che nel quartiere Albaro di Genova - con tanti giardini e cani a passeggio - mancava un salone come lo sognavo io, dove quattrozampe e pro-

prietario potessero sentirsi davvero coccolati. E così, nel settembre 2019, in Piazza L. Da Vinci, abbiamo inaugurato Marta's Pet Spa. Una decisione davvero coraggiosa, in un periodo così difficile, che si è rivelata vincente: Marta's Pet Spa è oggi un punto di riferimento per chi è alla ricerca del meglio per il proprio cane.

Marta's Pet Spa

MARTA'S PET SPA
cell. 3245577306
www.martapetspa.it/
store@martapetspa.it



Parola d'ordine: differenziarsi

L'idea di Marta non era quella di fare concorrenza ma di creare qualcosa di diverso, con proposte particolari e una continua "rotazione" degli articoli offerti.

Il punto vendita predilige la qualità alla quantità puntando su prodotti e brand alla moda, come cucce e abbigliamento di marchi noti e qualificati, ad esempio la linea cane di cappottini e guinzaglieria Barbour. Inoltre è distributore dei prodotti Malucchi (tra i pochi in Liguria), nota marca di accessori di altissima qualità in pelle e non.

Il negozio non vende alimenti. È stata una scelta precisa di Marta, che ha deciso di specializzarsi solo in bon bon, snack masticativi e premiati. Insomma... tante golosità ma tutte rigorosamente sane e naturali. Vengono proposti prodotti delle migliori marche per cuccioli, cani adulti e senior, soggetti in addestramento o con problemi di sovrappeso o altre patologie. L'offerta è molto varia e i clienti hanno davvero l'imbarazzo della scelta!



Una vera oasi... di coccole

La toelettatura si sviluppa in un ambiente pulito, moderno, attrezzato e curato nei minimi particolari e l'ampio spazio a disposizione fa sì che i quattrozampe e i loro proprietari non debbano mai attendere. Tutto merito di Marta e dello staff qualificato che la affianca: i toelettatori Andrea, Monica e Valeria.

L'attività è aperta dal lunedì al venerdì con orario continuato e un sabato al mese, per andare incontro alle esigenze di quei clienti che hanno problemi di tempo durante la settimana. I servizi di toelettatura sono effettuati solo previo appuntamento, preferibilmente telefonico.

Marta's Pet Spa è un salone autorizzato Iv San Ber-



nard. Prodotti per igiene e bellezza (profumi, shampoo, balsami, maschere, etc.) sono disponibili anche in vendita, per bagnetti e trattamenti di bellezza casalinghi...

Da Marta's Pet Spa si eseguono toelettatura in base allo standard di razza, bagni (anche medicali e antiparassitari) e asciugatura, taglio unghie, rasature igieniche, pulizia orecchie, slanatura e snodatura, taglio a forbice e stripping.

Di prassi ogni trattamento implica sia shampoo che maschera, per il benessere completo del manto e della cute del cane, sempre e solo effettuati con prodotti naturali e delicati.

Dall'ozonoterapia alla pulizia dei denti a ultrasuoni

Il vero fiore all'occhiello di Marta's Pet è la SPA, con il suo nuovissimo macchinario Ozon Water con il quale si effettuano trattamenti di ozonoterapia in vasca, una pratica terapeutica davvero all'avanguardia.

Si tratta di un idromassaggio che sfrutta i benefici dell'ozono e dell'ossigeno per stimolare la rigenerazione dei tessuti, favorendo il processo di cicatrizzazione e potenziando i sistemi di protezione cellulare, con azione antibatterica e antinfiammatoria. Per questo motivo è molto indicato per animali che soffrono di dermatiti, irritazioni cutanee, arrossamenti, pruriti e forfore. Grazie alle sue proprietà antisettiche la terapia all'ozono riduce il rischio di trasmissione di malattie e infezioni causate da batteri e funghi e apporta benefici anche estetici al pelo rendendolo più lucido e resistente, perché il prodotto penetra più a fondo nella cute. Ha inoltre un effetto antistress, rilassante e tonificante.

Marta's Pet Spa propone al cliente la scelta tra più programmi, con trattamenti personalizzati e "pacchetti SPA" sia di bellezza - per un manto più luminoso, bello e soffice - che di benessere. Un esempio?

Per i tanti soggetti, come il bulldog francese, che soffrono di dermatiti è disponibile un programma curativo che disinfiamma la cute agendo su infiammazioni, rossori e prurito, disinfettando nel contempo sia manto che cute.

Spesso è proprio il veterinario a indirizzare i pazienti da Marta's Pet Spa per questi trattamenti naturali, da affiancare ai protocolli veterinari tradizionali nella cura delle patologie della cute.

Grande attenzione è dedicata anche all'igiene orale. Uno dei servizi proposti è la pulizia dei denti a ultrasuoni che combatte l'alito cattivo, rimuovendo tartaro e placche e aiutando ad allungare i tempi tra una detartrasi e l'altra dal veterinario.

Il trattamento riscuote grande successo anche perché poco invasivo: si tratta di un metodo silenzioso, indolore, senza stress né anestesia; il cane deve solo collaborare, da sveglio, tenendo aperta la bocca.

Ovviamente il servizio è supportato dalla vendita di tutta una serie di prodotti dedicati alla cura e all'igiene dentale come spazzolini, dentifrici, set dentali, ciotole e masticativi tutti rigorosamente sani e naturali.

Un grande impegno... tutto ricambiato!

Marta's Pet Spa è diventato il punto di riferimento di una clientela attenta ed esigente anche per l'ambiente decisamente sereno... niente stress, solo musetti felici e coccole a gogo.

Tutto merito della titolare e del suo team, sempre pronti a crescere al passo con i tempi: le pagine Instagram, Facebook e il sito dell'attività sono in continuo aggiornamento.

Del resto, il loro motto: "Igiene è salute e salute è bellezza!" riassume da solo tutto l'amore e l'impegno che Marta e il suo staff dedicano agli amici quattrozampe.



NOTIZIE BREVI

A COLLAR COMPANY LA CERTIFICAZIONE ISO 9001

A dicembre 2021 Collar Company ha ottenuto la certificazione ISO 9001:2015 per tutti i marchi e prodotti dei settori accessori, giocattoli, lettieri, acquariofilia, etc. Come è noto, questa certificazione riconosce che tutti i processi di gestione e produzione soddisfano gli standard e le normative internazionali di qualità. Come ha affermato Ivan Baranyuk, capo del Dipartimento Servizi e Logistica: "Questo riconoscimento, che aumenta il grado di competitività dell'azienda attirando clienti e investimenti, è stato raggiunto grazie all'alto livello di tutti i processi interni di gestione e produzione". Nikolai Sinitza, CEO di Collar Company, ha aggiunto che "Il certificato ISO 9001 conferma l'affidabilità dell'azienda come produttore di articoli per animali da compagnia ed è un'ottima notizia per tutti i clienti: Collar Company ha davvero a cuore la qualità e le innovazioni".

Info: www.collarglobal.com



CROCI SPA PUNTA AI MERCATI INTERNAZIONALI

Prosegue il piano di sviluppo di Croci spa grazie all'investimento della società indipendente di private equity Mandarin Capital Partners, che ne ha rilevato il 70%. Con l'ingresso di MCP, Croci porta avanti il processo di internazionalizzazione avviato con l'acquisizione di Canifrance e Amtra e con l'apertura di una subsidiary in Cina. A seguito dell'operazione, Dario Croci - oltre a mantenere una importante quota di minoranza - continuerà a guidare il gruppo con il ruolo di Amministratore Delegato. "Siamo certi" - dichiara - "che questo ci porterà a un ulteriore forte sviluppo sui mercati internazionali, a far crescere in maniera esponenziale la nostra diffusione sul territorio e a implementare ancora di più la nostra capacità di creare prodotti sempre più innovativi, trendy e sostenibili". Il piano di Mandarin



Capital Partners prevede un'accelerazione del processo di internazionalizzazione con un focus sul mercato asiatico e una spinta sul canale on-line. "Investiamo in un'eccellenza italiana, una società caratterizzata da una capacità di R&D unica nel settore e con un forte potenziale di crescita" - dichiara Andrea Tuccio, Managing Partner di Mandarin Capital Partners - "e siamo convinti che Croci possa divenire la società leader in Europa nel settore degli accessori pet".

Info: www.croci.net

ZOOMARK INTERNATIONAL 2021: PROMOSSO

Oltre 15.000 visitatori arrivati in presenza a BolognaFiere (di cui il 30% esteri da 82 Paesi), e 450 espositori (di cui il 60% da 44 Paesi), sanciscono il successo di Zoomark International 2021. Un'edizione che ha registrato l'apprezzamento degli espositori per l'andamento dei contatti in fiera, la qualità e la competenza degli operatori italiani e internazionali in visita e l'esito delle trattative commerciali. "Meno di un anno fa abbiamo preso la difficile decisione" - dichiara Antonio Bruzzone, Direttore Generale BolognaFiere - "di spostare l'evento in una data inedita anticipandolo all'autunno 2021, dal 10 al 12 novembre. La risposta di espositori e operatori ha premiato questa scelta, ribadendo l'importanza della Fiera nella definizione delle strategie di sviluppo del settore. Il successo di Zoomark International è stato la maggiore testimonianza dell'esigenza di confronto diretto degli operatori per concludere i migliori affari. Il nostro impegno è già rivolto alla prossima edizione, che si terrà a maggio 2023, e che farà tesoro degli input raccolti nel confronto diretto con i protagonisti del mercato". La manifestazione, organizzata da BolognaFiere con il patrocinio di Assalco - Associazione Nazionale tra le Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia, di ANMVI (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani), della Regione Emilia-Romagna e con la segreteria operativa di Promopet, ha risposto all'esigenza di creare un momento di confronto internazionale per questo settore in continua crescita, anche se il perdurare dell'emergenza sanitaria in alcune aree geografiche ha impedito l'incoming dall'Asia e dagli Stati Uniti e ha limitato l'afflusso di visitatori da Paesi target europei, come la Germania e l'Est Europa.

La diffusione dei pet è un fenomeno che registra la presenza nelle case degli italiani di 62 milioni di esemplari, di cui oltre 16 milioni di cani e gatti, in netta crescita nel periodo della pandemia. Un settore che, come evidenziato dal Rapporto Assalco-Zoomark sull'alimentazione e la cura degli animali da compagnia presentato nella prima giornata della manifestazione, genera in Italia un mercato con cifre importanti, fra i più dinamici dell'economia italiana, in cui il comparto principale riferito al cibo per cani e gatti vale 2,431 miliardi di euro ed è cresciuto dell'8% in valore e di oltre il 4% in volume nell'ultimo anno. Alla storia di Zoomark International resterà indissolubilmente legato il ricordo di Giuseppe Pierini, socio fondatore di Promofiere e guida di Promopet, venuto a mancare pochi giorni dopo aver avuto la soddisfazione di vedere conclusa questa edizione del Salone che aveva fortemente voluto e contribuito a realizzare. L'intera community del pet e la rivista Zampotta Pet Business piangono la scomparsa di un'importante figura di riferimento nell'organizzazione fieristica, persona con grandi capacità, volontà e di forte empatia.

Info: www.zoomark.it



ZOOMARK 2021
INTERNATIONAL





GLI ESOTICI GAMBERI D'ACQUA DOLCE

Numerose specie e varietà di gamberi d'acqua dolce giungono periodicamente sul mercato acquaristico. Consideriamo le più richieste

ALESSANDRO MANCINI

Caratteristiche comuni

Indipendentemente dalle dimensioni e dalla provenienza, i gamberi d'acqua dolce hanno per la maggior parte comportamento ed esigenze acquaristiche comuni:

- sono molto territoriali e poco socievoli. Di solito entrano in contatto tra loro (anche piuttosto rudemente) solo per l'accoppiamento e praticano tutti il cannibalismo a danno degli individui più piccoli o di quelli che, durante la muta e a carapace ancora "molle", non riescono a scappare alle micidiali chele dei loro simili. Indispensabile dunque fornire numerosi nascondigli (tubi in pvc, mattoni forati, grotte realizzate con rocce, ecc.) soprattutto se si allevano più esemplari insieme;
- sono tutti ottimi arrampicatori. Se allevati in vasche aperte o dotate di coperchio con buchi e fessure non abbastanza stretti, è molto probabile che tentino la fuga (specie di notte) con esiti per loro disastrosi, sopravvivendo solo poche ore nel caldo-secco dei nostri appartamenti.



Procambarus alleni "Blue Florida"

Un nano di successo dal Messico

Ancora conosciuto da molti come sottospecie del gambero di Montezuma (*Cambarellus montezumae patzcuarensis*), il gambero nano messicano prende il nome scientifico dal Lago de Pátzcuaro (Michoacán, Messico) dove è endemico e vive in anse tranquille ricche di vegetazione palustre e galleggianti. L'aggettivo "nano" del nome comune si deve alla sua taglia davvero ridotta (4-5 cm le femmine, poco meno i maschi). Valori fisico-chimici





Cherax sp. "Volcano"

ottimali in acquario: T 22-25 °C; pH 7-7,5; 6-15 °dGH. Accetta tutti i mangimi in compresse per pesci di fondo e ogni tipo di mangime surgelato, fresco (verdure, riso, pesce, ecc.) e vivo (lombrichi, tubifex, lumachine d'acqua, ecc.). È tra i pochi gamberi d'acqua dolce consigliabili anche per la vasca di comunità: non attacca i pesci (salvo avannotti e specie particolarmente piccole e delicate) né le piante, non scava sul fondo e si rende utile mangiando le lumachine infestanti e le planarie.

Il blu dalla Florida

Cugino stretto del più famoso *Procambarus clarkii*, *Procambarus alleni* è stato solo di recente classificato come specie a sé, endemica della Penisola della Florida dove vive nelle paludi e nei canali a corso lento, ricchi di vegetazione acquatica, palustre e galleggiante. Particolarmente apprezzato in acquariofilia è il suo fantastico morfo blu. Il gambero blu della Florida si alleva facilmente in acquario, dove purtroppo non è compatibile con la maggioranza delle piante e, per giunta, costituisce un pericolo costante un po' per tutti i pesci di piccola taglia, soprattutto quelli di fondo. Accetta tutti i mangimi per pesci da acquario (in particolare quelli in compresse per pesci di fondo), da integrare con pesce e molluschi freschi, lombrichi, tubifex e verdure bollite. Si adatta a qualunque tipo di acqua ma per agevolare la muta sono necessari un pH non inferiore a 7 e una durezza superiore a 12 °dGH. Vive benissimo in comune acqua di rubinetto a temperature variabili da 16 a 30 °C.

Indipendentemente dalle dimensioni e dalla provenienza, i gamberi d'acqua dolce hanno per la maggior parte comportamento ed esigenze acquaristiche comuni

Chele colorate dall'Oceania

La porzione della Nuova Guinea appartenente all'Indonesia (Irian Jaya) e il nord est dell'Australia si stanno rivelando un vero paradiso per gli "astacofili", ovvero per gli appassionati di gamberi d'acqua dolce. Numerose specie e varietà, spesso vivacemente colorate, ci giungono infatti da quei luoghi ancora in parte inesplorati e non passa anno senza che se ne aggiungano di nuove,



ancora da classificare e descrivere scientificamente. *Cherax quadricarinatus* (Red claw crayfish o Gambero a chele rosse) è una delle specie più apprezzate, ma per taglia (fino a 30 cm) e comportamento aggressivo ha le stesse limitazioni del gambero blu della Florida. Idem per gli altri *Cherax* (Orange, Blue Moon, Black Orange, Black Tiger, Super Red, Zebra) dalle grandi chele con incredibili livree multicolori, la cui lunghezza massima varia dai 10 ai 20 cm: si tratta di gamberi di taglia medio/grande che necessitano di spazio e nascondigli adeguati, non certo ospiti ideali dei mini acquari! Valori fisico chimici dell'acqua: T 22-28 °C; pH 6,5-7,8; 10-20 °dGH. Anche questi gamberi purtroppo sono aggressivi verso i pesci, specie se di piccola taglia o frequentatori del fondo. Onnivori, si comportano da spazzini ma vanno nutriti anche con pastiglie per pesci di fondo, verdura cotta, pezzetti di pesce, polpa di mollusco, vermi e cibo surgelato (chironomi, krill, ecc.).



Cherax sp. subito dopo la muta



Aloe Vera Accentua il colore Proteine Vitalità



Con acidi grassi Omega 3 & 6



TROPICAL FISH FLAKES è un alimento completo per tutti i pesci d'acquario. Con il suo giusto mix di farine di pesce, crostacei, cereali e vitamine offre una dieta bilanciata per tutti i pesci d'acquario.



www.prodac.it - info@prodac.it

Follow us:





IL BIANCO... CHE VA SEMPRE DI MODA

Nel caso delle ninfee, concentrare l'offerta sull'unica specie nostrana può risultare spesso vantaggioso per i clienti, per gli affari e per l'ambiente

LUCIANO DI TIZIO

Le ninfee (così come i fior di loto) sono piante da laghetto che hanno ben poche rivali sia sul piano estetico che come fascino intrinseco: la bellezza delle foglie e dei fiori va infatti a braccetto con le tante curiosità che accompagnano specie stranamente considerate esotiche e talora persino misteriose a dispetto della loro ampissima diffusione in natura (si trovano anche in Italia), della facile reperibilità sul mercato e della presenza in tantissimi bacini privati, grandi e piccoli, in ogni angolo del Bel paese così come in buona parte del mondo.

Si tratta infatti di piante che decorano perfettamente ogni giardino acquatico e apprezzate anche nell'ambito del mercato dei fiori recisi. Questo ha spinto tantissimi coltivatori specializzati a creare continuamente nuove varietà, ibridi o cultivar che siano, il che a volte rende difficile orientarsi sia all'appassionato che al commerciante, a fronte di un'offerta abbondante ma tutt'altro che univoca: piante molto simili si trovano in commercio con denominazioni diverse, spesso di pura fantasia, nei vari listini all'ingrosso.

Da parte nostra vi proponiamo oggi di scommettere su una sola ninfea dal bellissimo aspetto, *Nymphaea alba*. Diffusa anche in Italia, ha il non piccolo vantaggio di poter accontentare anche i clienti, sempre più numerosi, che non approvano l'allevamento e la coltivazione di specie "aliene" per i risvolti negativi che possono avere sulla preziosa biodiversità del Bel paese.

***Nymphaea alba*: conosciamola meglio**

Le ninfee, tutte, sono piante perennemente sommerse con radici a rizoma, vale a dire una sorta di fusto carnoso sotterraneo dalla cui zona ventrale si dipartono radici filamentose e che, nella parte superiore, dà origine alle foglie e ai fiori, che galleggiano e/o sporgono dall'acqua.

La "ninfea bianca", questo il nome comune di *Nymphaea alba*, è quasi certamente la più diffusa tra le ninfee ornamentali e una di quelle più facilmente reperibili in commercio. In natura è presente nelle acque stagnanti d'Europa (Italia compresa), Asia Minore e Nord Africa. I piccioli che portano le foglie e i peduncoli floreali si originano direttamente dal rizoma. Le foglie, grandi, di forma rotondeggiante e con margine liscio, sono generalmente distese sull'acqua, ma a volte possono trovarsi anche in posizione semieretta e quindi parzialmente emergenti. Nel punto di intersezione del picciolo con la foglia sono evidenti due lobi appuntiti. La pagina superiore, verde, è rivestita da una sostanza cerosa impermeabile; quella inferiore ha colorazione verde-rossastra.

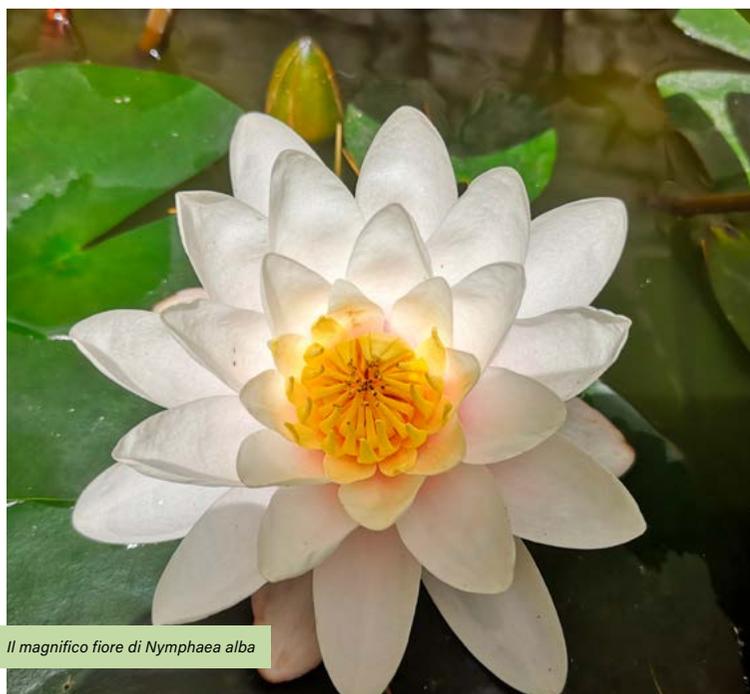


La fioritura avviene tra primavera ed estate. I fiori, grandi e natanti, sono profumati e generalmente solitari. Il calice è costituito da sepalì esternamente verdi e internamente bianchi che, verso l'interno, assumono sempre più l'aspetto di petali bianco neve, particolarmente numerosi. Quelli più interni sono trasformati in stami. I frutti sono a bacche.

I fiori sono dunque bianchi, come indica il nome stesso della specie (*alba*); possono tuttavia, anche se raramente, assumere una colorazione rosea. Durano piuttosto a lungo ma si aprono soltanto se il cielo è sereno: di norma l'apertura avviene in tarda mattinata, intono alle ore 11, e raggiunge il massimo splendore nelle ore calde del primo pomeriggio.

Consigli per la coltivazione

Nymphaea alba ha bisogno di invasi ampi e profondi almeno un metro per crescere bene e fiorire rigogliosa. Riesce comunque ad adattarsi anche a condizioni meno favorevoli. Ciascuna ninfea va sistemata in un proprio vaso. Vanno bene sia quelli in terracotta che quelli in plastica o anche contenitori di fortuna, purché abbiano un diametro di almeno 30 cm. Ma la soluzione migliore (quella che il commerciante dovrebbe sempre proporre al cliente) è rappresentata dai cestelli traforati appositamente studiati per le piante acquatiche, che garantiscono un'ottimale circolazione dell'acqua mantenendo in buone condizioni nel tempo terriccio e radici. E a proposito di terriccio, chi tra i negozianti ha un buon numero di clienti appassionati di laghetti (o che comunque vuole inserirsi in questo settore) può acquistare confezioni già pronte, reperibili di solito in sacchi da una ventina di litri, molto comodi e con una composizione che in linea di massima va bene per tutte le piante acquatiche. Chi ha clienti che prediligono il fai-da-te può invece consigliare una miscela che preveda due parti di terra da giardino, una di letame maturo (o un concime equivalente) e una di sabbia di fiume. Il tutto ricoperto da uno strato di ghiaietto d'acquario a grana grande. Il rizoma dev'essere piantato nel terreno



in posizione orizzontale o anche obliqua. È consigliabile metterlo a dimora soltanto dopo averlo ben pulito, poiché è soggetto di frequente a fenomeni di putrefazione.

Le condizioni generali di coltivazione, valide per tutte le ninfee, dovrebbero prevedere una buona esposizione al sole che perduri tra le quattro e le otto ore al giorno, acqua stagnante o debolmente corrente con pH tra 7 e 7,5; GH tra 10 e 20 °d o più.

QUESTIONI DI TASSONOMIA

Le ninfee (*Nymphaea* sp.) così come i fiori di loto (*Nelumbo* sp.) appartengono alla Famiglia *Nymphaeaceae*, Ordine *Nymphaeales*. Il corretto nome scientifico della specie "italiana" è *Nymphaea alba* Linnaeus, 1753. Questa pianta è stata infatti descritta dal padre della classificazione binomia nel volume "Species Plantarum", pubblicato appunto nel 1753.



Le ninfee vanno infine tenute lontano da giochi d'acqua, spruzzi, cascatelle, ecc.: le gocce che si fermano su foglie e fiori sotto il solleone si comportano come una lente, provocando danni a volte anche gravi.

Cautele per l'inverno

Trattandosi di una specie nostrana, *Nymphaea alba* può restare tutto l'anno nel laghetto, almeno nelle regioni a clima non particolarmente rigido (ma oggi, per via dei cambiamenti climatici, quasi ovunque in Italia). Stesso discorso per le specie commercializzate come "rustiche". Quelle più delicate necessitano invece di particolari attenzioni nei mesi più freddi, attenzioni che possono essere applicate anche alla ninfea di casa nostra: una pausa invernale è infatti consigliabile per qualsiasi pianta, se si vogliono ottenere ogni anno abbondanti fioriture.

Si procede così: a fine autunno i singoli rizomi vanno recuperati, puliti dal fogliame e messi



a riposo nell'acqua (o comunque sempre bagnati) in un apposito recipiente ricoverato per l'inverno in un ambiente fresco e non troppo freddo. In primavera una breve esposizione al sole del recipiente stesso garantirà un aumento della temperatura dell'acqua; subito dopo potremo mettere i rizomi di nuovo a dimora nel laghetto, naturalmente dopo aver eliminato con una lama affilata eventuali parti in putrefazione.

IN CUCINA E IN FARMACIA

Il rizoma di *Nymphaea alba* viene utilizzato in alcuni Paesi (Finlandia e qualche zona della Russia) come alimento, ma pare abbia un sapore piuttosto amaro. I rizomi e i fiori, secondo la medicina popolare, sarebbero pure dotati di proprietà cardiotoniche, antinfiammatorie, emollienti, sedative e astringenti.

provengano da varie parti del mondo e non soltanto dai tropici. In ogni caso non è certamente questo il solo problema tassonomico che le riguarda: si tratta infatti di varietà d'allevamento dalla problematica classificazione, a volte tipiche di uno o più coltivatori, presenti solo in alcuni listini, e per le quali vengono coniatati nomi di fantasia spesso diversi tra un importatore e l'altro anche se talvolta riferiti alla medesima varietà o comunque a piante estremamente simili tra loro.

Uno sguardo oltreconfine

Per chi non vuole accontentarsi, diamo un rapido sguardo anche alle varietà di importazione, sulla cui coltivazione abbiamo tra le righe già detto qualcosa. Molti le definiscono "tropicali" benché

NELLA MITOLOGIA E NELL'ARTE

Le figure mitologiche delle ninfe (semi-divinità quasi sempre legate alla natura) vengono a volte associate al fiore. Il rischio è che ciò avvenga solo per l'assonanza del nome. In realtà quello delle ninfe deriva dal greco antico (νύμφη che sta per "giovane fanciulla") mentre il nome della pianta avrebbe origini persiane, attraverso il mondo arabo. Evidente invece il legame con l'arte. Le ninfee hanno ispirato diversi pittori: l'opera più famosa è certamente "Ninfee", quadro realizzato nel 1918 dal pittore francese Claude Monet.



Citiamo, cercando di utilizzare esclusivamente i nomi commerciali più diffusi nei listini, soltanto le varietà più frequenti in commercio. *Andreana* è caratterizzata da foglie marezzate e fiori d'un delicato rosso con sfumature rosacee. *Attraction* o "ninfea rossa" si distingue appunto per i suoi fiori rossi circondati alla base da alcuni sepali chiari. Sono rosso scuro invece quelli della *Atropurpurea*, mentre di un bell'arancio cangiante quelli dell'*Aurora*, varietà nana, adatta alla coltivazione anche in piccoli invasi.

Trattandosi di una specie nostrana, *Nymphaea alba* può restare tutto l'anno nel laghetto, almeno nelle regioni a clima non particolarmente rigido

La rustica *Cappelletto* o *Antonio Cappelletto* fa concorrenza alla "alba" con i suoi fiori bianchi con stami gialli, che peraltro produce in gran quantità. Molto simili sono, in altri listini, la *Nymphaea bianca* e la *Odorata* mentre *Escarboucle* ha fiori rossi particolarmente grandi, con un diametro sino a 20 cm e molto profumati. *Fire crest* vanta fiori color albicocca che ricordano vagamente quelli dei tulipani. *Graziella*, anch'essa varietà classificabile come nana, ha fiori ramati cangianti mentre sono caratterizzati da una vistosa colorazione gialla sia *Nymphaea gialla* che *Onorata sulfurea*, quest'ultima con tonalità meno brillanti, che ricordano la colorazione dello zolfo. *Laydekeri purpurata* produce fiori rossi con sfumature più chiare mentre *Marguerite Laplace* (molto simile nell'aspetto a *Nymphaea rosa*) vanta fiori rosa accompagnati da tantissime foglie ed è considerata dagli esperti una delle varietà più rustiche. Di fronte a tanta scelta può essere difficile limitarsi a offrire la specie nostrana la cui pur affascinante candida colorazione potrebbe sembrare persino scialba di fronte alle tante possibili tonalità alternative. C'è però una realtà di fondo da tenere ben presente: il bianco è sempre di moda!

Ottavi
L'Acquariologia
dal 1978



Gli Essenziali

Nuova formulazione per i prodotti essenziali



AQUA-VIT +

È un biocondizionatore concentrato per eliminare cloro, clorammina, metalli pesanti dell'acqua nuova per l'acquario. Arricchito con Aloe Vera anti-stress.

BIO-VIT +

È composto da 6 ceppi batterici per una maggiore efficacia in tutti i tipi di acquari.

FLORA-VIT +

Un prodotto ricco in sali minerali per il rigoglioso sviluppo e la crescita di tutte le piante d'acquario.

CLORO-VIT +

Toglie immediatamente cloro e clorammine dall'acqua del rubinetto.

I prodotti Ottavi sono prodotti concentrati per ridurre l'uso della plastica per un maggior rispetto dell'ambiente.

www.ottaviacquari.com
info@ottaviacquari.com



RICOMINCIAMO DAL GUPPY

Troppo spesso si trascura l'importanza dei pesci "entry level" per il futuro e la crescita dell'appassionato e... del commercio. Questo crea decrescita nelle richieste e riduzione del numero di acquariofili intenzionati a frequentare il negozio specializzato

VALERIO ZUPO

Vendere passione

Vendere acquari significa comprendere le esigenze dell'appassionato e cercare di soddisfarle appieno: dopotutto si tratta di un hobby e non esistono quindi richieste più o meno importanti. Ovviamente bisogna tenere presente che ci sono varie categorie di appassionati, con esigenze talvolta molto differenti, da trattare in modo coerente. Gli amanti del "landscape" hanno bisogno di stimoli visivi, di materiali da arredamento diversificati, di libri specialistici e piante rigogliose e diverse. Gli appassionati del marino tropicale sono ormai quasi tutti super-specializzati

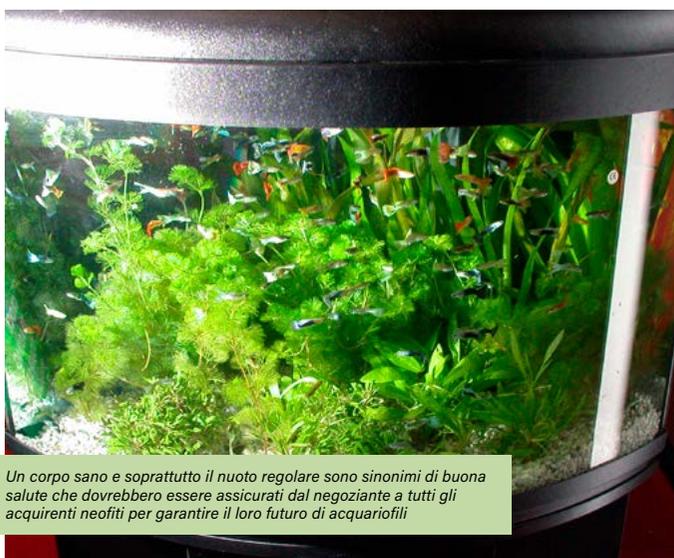
sedicenti esperti, dunque dobbiamo tenere presenti i "metodi" più diffusi (che non sono necessariamente quelli più utili) per assecondare le loro richieste. Gli allevatori necessitano invece di materiali robusti e affidabili, mangimi specialistici, filtri spartani, integratori di ultima generazione. Tutto questo oggi impone una discreta immobilizzazione di materiali in negozio, perché la concorrenza è molto aggressiva e ai competitori si aggiungono anche i grandi siti di vendita on line, che possono garantire varietà e novità dei prodotti a prezzi decisamente convenienti. Ovviamente un negozio specializzato potrà difficilmente competere con un venditore on line in quanto a varietà dei prodotti e prezzi: sarebbe una gara persa in partenza. Dovrà invece puntare sulla qualità e sulla competenza, che attraverso un rapporto umano diretto permettono di far sentire il cliente a suo agio, oltre qualsiasi possibilità di fallire. Se il negoziante



Una vasca per poecilidi rappresenta comunque un punto di richiamo per qualsiasi ambiente. Vale dunque la pena offrire pesci sani, anche se a un costo più elevato



specializzato non è in grado di offrire questa “sensazione di sicurezza” molto probabilmente perderà la battaglia con la grande distribuzione e la rete. Per quale motivo dovrei recarmi presso un negozio specializzato per acquistare un misuratore di pH, se posso sceglierlo e reperirlo facilmente in rete a prezzo inferiore, in modo che mi giunga a casa solo un giorno dopo averlo comodamente ordinato dal telefonino? L'unico motivo valido è trovare un negoziante di fiducia, che mi spieghi quale misuratore conviene di più, assicurandomi la sua qualità e precisione e mostrandomi nel contempo come si usa. Purtroppo apparentemente non tutti i gestori di negozi specializzati hanno compreso appieno questi ovvii concetti...



Pesci e piante

Ancora più complesso è il discorso del vivo. Sulla qualità di pesci e piante si basa, fondamentalmente, il rapporto tra cliente e negoziante. Perché se, come suddetto, acquistare un misuratore di pH può essere conveniente on line, lo stesso non vale per un organismo vivo, anche se la rete si sta attrezzando e si notano da anni tentativi in questo senso. Tuttavia bisogna considerare che proprio nella vendita di pesci e piante il negozio specializzato ha ancora un notevole vantaggio: chi vorrebbe acquistare un bel pesce avendolo visto solo in catalogo? Oggi la distribuzione di pesci in rete è limitata a relativamente pochi allevatori, i quali acquistano il discus o lo scalare *altum* presso l'allevatore di grido a un prezzo estremamente conveniente, ben sapendo che eventuali perdite dovute al trasporto o a problemi in partenza saranno ricompensate dagli individui sopravvissuti. Esistono anche pochi gruppi d'acquisto di invertebrati, sostenuti da associazioni di acquariofili ed accordi tra privati, ma si tratta ancora di un fenomeno assolutamente marginale. Infine bisogna considerare che l'acquisto di un numero limitato di esemplari rimane abbastanza costoso e rischioso, per cui coloro che abbiano intenzione di “evitare” il negozio specializzato devono accollarsi il rischio di un acquisto oneroso (e delle relative spese di imballo e trasporto), in cooperazione con altri allevatori. Ecco dunque un buon motivo per il negoziante di offrire pesci e piante di qualità eccelsa, al di sopra di ogni sospetto, perché su questi potrà far leva per distribuire anche tutti gli altri prodotti disponibili in negozio.

Questi mal considerati e bistrattati pesci “da principiante” possono davvero scatenare ancora grandi emozioni, nel neofita come nell'esperto

Ovviamente i pesci quarantenati seriamente hanno un costo enormemente maggiore rispetto a quelli comunemente distribuiti, da vendere rapidamente prima che muoiano di Ichthyo e malattie batteriche. Ma davvero questo “risparmio” fa bene al commercio specializzato? È davvero furbo il negoziante che riesce a risparmiare sul costo del vivo, offrendolo a prezzi concorrenziali? Pensiamoci bene: è un po' come se una salumeria, specializzata in prosciutti, cominciasse a vendere padelle e libri di buona qualità, ma offrisse prosciutti maleodoranti e ammuffiti. Chi vorrebbe frequentarla? Oggi il vantaggio di qualsiasi negozio specializzato, rispetto alla rete, è rappresentato dal “vivo”: vogliamo davvero perdere la faccia proprio sul nostro punto di forza?





Chi acquista pesci di elevato valore sa anche come curarli. Chi acquista pesci entry level è generalmente a digiuno di qualsiasi conoscenza di ittiopatologia

Neofiti vs. esperti

Dobbiamo ora considerare un altro aspetto, spesso sottovalutato. Se proprio dovessimo risparmiare sulla qualità dei pesci e delle piante (errore gravissimo, come sopra dimostrato) converrebbe puntare sulla qualità di discus e *Pomacanthus*, o su quella di guppy e neon? Istantaneamente saremmo portati a considerare la qualità dei primi: un discus morto in negozio rappresenta un costo aggiuntivo, mentre una decina di guppy morti prelevati ogni mattina dalla vasca, tutto sommato, fa poca differenza. Consideriamo però la differenza per il vostro target: il cliente.

Il cliente esperto è generalmente in grado di individuare la presenza di una malattia che compare su un pesce costoso e di curarla opportunamente. Con quel cliente potremo discutere, spiegare, correggere il tiro. In ogni caso, è improbabile che “appenda la vasca al chiodo” solo a causa di un discus morto. Eventualmente cambierà negozio...

Il neofita è un'altra cosa: acquista il guppy e non vede neppure i puntini bianchi. Quel pesciolino genera gioia pura. Poi i pesci cominciano a dondolare con il corpo coperto di vermi della pelle, ma il neofita ritiene che stiano giocherellando. Quando i pesci muoiono è spaventato, spesso totalmente deluso e dopo un paio di tentativi abbandona l'hobby. Lo abbiamo perduto per sempre. Uccidere un guppy significa davvero uccidere una passione nascente. Ecco perché dovremmo porre la massima attenzione alla qualità dei pesci “entry level”, anche a costo di ridurre all'osso i ricarichi, perché su questi potremo costruire nuove passioni, ottenere stabilmente nuovi clienti.

Il guppy, questo sconosciuto

D'altra parte, questi mal considerati e bistrattati pesci “da principiante” possono davvero scatenare grandi emozioni, nel neofita come nell'esperto. Esistono ancora vari club che si occupano di competizione in bellezza tra esemplari di *Poecilia reticulata*. I ricercatori li studiano per comprendere la selezione sessuale intraspecifica basata sui caratteri sessuali secondari. Chiunque si emoziona, ancora oggi, alla vista degli avannotti che vengono prodotti ogni mese: grazie ad essi si possono allestire splendidi acquari d'acqua dolce piccoli, medi, grandi o grandissimi, che necessitano davvero di poche cure per ottenere straordinarie soddisfazioni. Offrire guppy belli e in buona salute può davvero soddisfare le aspettative di una larga schiera di clienti, assecondando anche le attese degli ecologisti e degli animalisti, sempre più attivi, perché si tratta di pesci esclusivamente riprodotti in cattività.

Ma allora, di grazia, perché alcuni insistono nella controproducente distribuzione di guppy ricoperti di vermi della pelle, con un'aspettativa di vita di poche settimane?





PRURITO... MA NON SOLO!

La primavera è ormai alle porte e con essa il problema delle allergie stagionali che interessa moltissimi cani, di razza e non

LINDA SARTINI

L'arrivo della primavera, con la natura che riprende vita e colore, risveglia in noi il desiderio di stare all'aperto con l'amico quattrozampe. Anche lui ne sarà felice ma, in caso di allergie, la sua pelle un po' meno! Le forme allergiche nei cani, infatti, sono in costante aumento e in molti casi è proprio in primavera che si manifestano, per accompagnarci nei mesi successivi.

Non una, ma tante...

Esistono varie forme di allergie, poiché numerosi sono gli allergeni che possono causarle. Alcuni soggetti ne soffrono addirittura contemporaneamente, poiché diverse tipologie possono sommarsi tra loro aggravando il quadro clinico. È fondamentale pertanto, ai primi "segnali", che il paziente venga subito visitato da un veterinario - e se necessario da un dermatologo - per definire cause e possibili terapie o rimedi, al fine di contenere i sintomi e di conseguenza limitare quanto più possibile il disagio o la sofferenza dell'animale.



Uno dei sintomi più comuni è il prurito cutaneo, localizzato ad alcune parti del corpo o generalizzato

Allergia e allergeni

Ma cos'è l'allergia? In linea generale è una risposta esagerata dell'organismo, mediata dal sistema immunitario, conseguenza dell'esposizione (contatto, inalazione o ingestione) a una sostanza estranea definita "allergene", una molecola che di per sé risulta innocua per la maggior parte dei soggetti ma in quelli predisposti può scatenare, per l'appunto, una reazione allergica (che è infatti un fenomeno anomalo). In pratica il corpo di un animale "normale" ignora solitamente questa sostanza, mentre l'organismo dell'allergico la considera un pericolo e reagisce per difendersi. Questa reazione difensiva però, proprio perché anomala, esagerata e quindi patologica, finisce con il risultare controproducente e dannosa invece che protettiva.



I sintomi

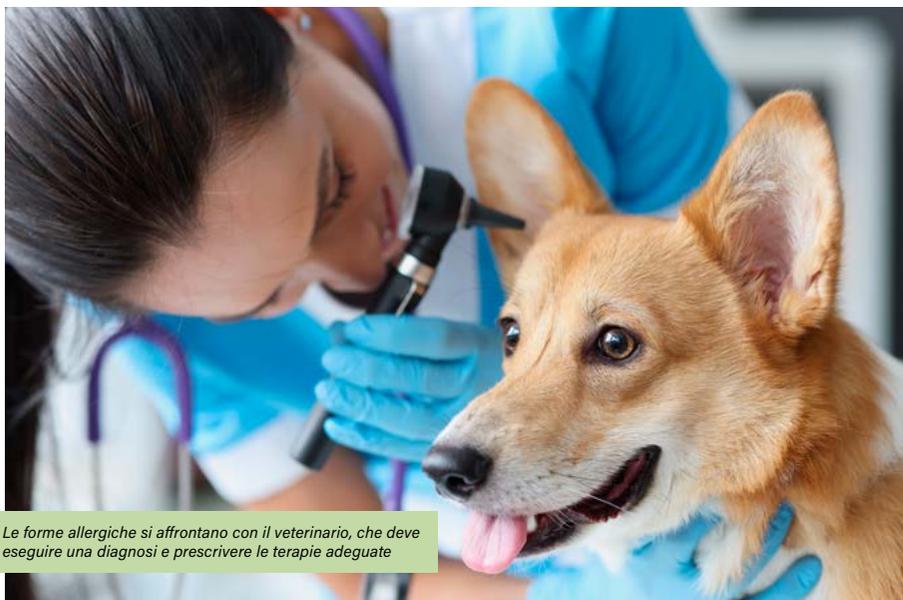
Come abbiamo già ricordato, esistono diverse tipologie di allergia. Le più comuni e frequenti nei cani sono quelle alimentari, da parassiti (in particolare pulci) e ambientali, ma non sono le uniche. I sintomi più comuni sono indubbiamente il prurito cutaneo (localizzato ad alcune parti del corpo o generalizzato), cui consegue grattamento, leccamento e mordicchiamento con eritema, caduta del pelo, lesioni cutanee, formazione di croste e infezioni; l'otite, che comporta arrossamento del condotto uditivo e della pinna auricolare, formazione di pus e scuotimento della testa o grattamento di muso e orecchie in cerca di sollievo ma anche sintomi gastroenterici, starnuti, congiuntivite e difficoltà respiratoria. Tutto dipende dal tipo di allergia e dall'apparato sul quale questa va a "sfogare" principalmente.

Le allergie primaverili

Gli umani allergici lo sanno bene: la primavera è l'inizio dell'incubo! In questa stagione gli allergeni vegetali la fanno da padrone sotto forma di pollini ed erbe infestanti. Le forme allergiche cutanee e respiratorie sono sicuramente quelle preponderanti, con tutto il loro corollario di sintomi sopra descritti: arrossamento della cute e prurito sono sicuramente i primi segni di cui il proprietario si accorge, in molti casi accompagnati da starnuti e lacrimazione. Se non trattato

debitamente il quadro clinico cutaneo può anche aggravarsi esitando in alopecia, piodermite e comparsa di gravi lesioni cutanee mentre quello respiratorio, nei casi più gravi, può trasformarsi in asma.

Ma come distinguere un'allergia stagionale/primaverile dalle altre tipologie? Questo è compito del veterinario, che eseguirà un'accurata anamnesi, una visita clinica approfondita, eventualmente test allergologici ed esami del sangue. E proprio dall'anamnesi si può ricavare l'informazione più importante riguardo alla stagionalità: sintomi allergici che compaiono in primavera e si attenuano per poi sparire nel corso dell'anno, e in particolare della stagione fredda, sono molto indicativi. Ovviamente il veterinario dovrà prima escludere la presenza di parassiti (soprattutto pulci) o l'influenza dell'alimentazione, fattori spesso concomitanti e in grado di aggravare o complicare il quadro clinico. Esistono terapie in grado di tenere sotto controllo in maniera più o meno efficace e duratura i sintomi dell'allergia ma è bene sottolineare che il problema durerà per tutta la vita dell'animale.



Le forme allergiche si affrontano con il veterinario, che deve eseguire una diagnosi e prescrivere le terapie adeguate

Esistono varie forme di allergie, poiché numerosi sono gli allergeni che possono causarle. Alcuni soggetti ne soffrono addirittura contemporaneamente, poiché diverse tipologie possono sommarsi tra loro aggravando il quadro clinico

Esistono razze canine predisposte?

Gli animali, così come gli esseri umani, non nascono allergici ma lo diventano in seguito a espo-



sizione e sensibilizzazione ad uno o più allergeni, pertanto qualunque soggetto può diventare allergico a qualcosa durante la propria vita. Al di là di questo, si considera una certa componente genetica che funge da “predisposizione” e l’esperienza ci insegna che alcune razze canine sono più predisposte di altre. Tra queste ricordiamo molti brachicefali (boxer, shih-tzu, carlino, bulldog, ecc.), il pastore tedesco, i terrier (yorkshire, west highland, ecc.), il dalmata, i retriever (golden e labrador), lo shar pei e i setter, ma la lista potrebbe essere molto più lunga.

Un valido aiuto anche dagli scaffali del tuo negozio

Ovviamente le forme allergiche si affrontano con il veterinario, che deve eseguire una diagnosi e prescrivere le terapie più adeguate. Molto spesso comunque si consiglia di supportare la cura delle allergie stagionali con una profilassi contro gli ectoparassiti e un adeguato regime alimentare (o addirittura una dieta specifica). Esistono dunque molti prodotti reperibili nei pet shop che rappresentano un validissimo coadiuvante nel trattamento delle allergie in generale e di quelle primaverili in particolare. Il sostegno alla funzione dermica è tra le prime strategie da mettere in atto, avvalendosi di integratori orali a base di acidi grassi essenziali e ingredienti antiossidanti e ad azione antinfiammatoria come olio di ribes, borragine, vitamine, zinco, PEA. Se il veterinario lo suggerisce, in corso di reazioni cutanee, può dare conforto l’utilizzo di shampoo appositamente formulati, anch’essi a base di ingredienti ad azione naturalmente calmante e antinfiammatoria e soprattutto ipoallergenici, o formulazioni spray/oleose ad uso topico con azione idratante e lenitiva.

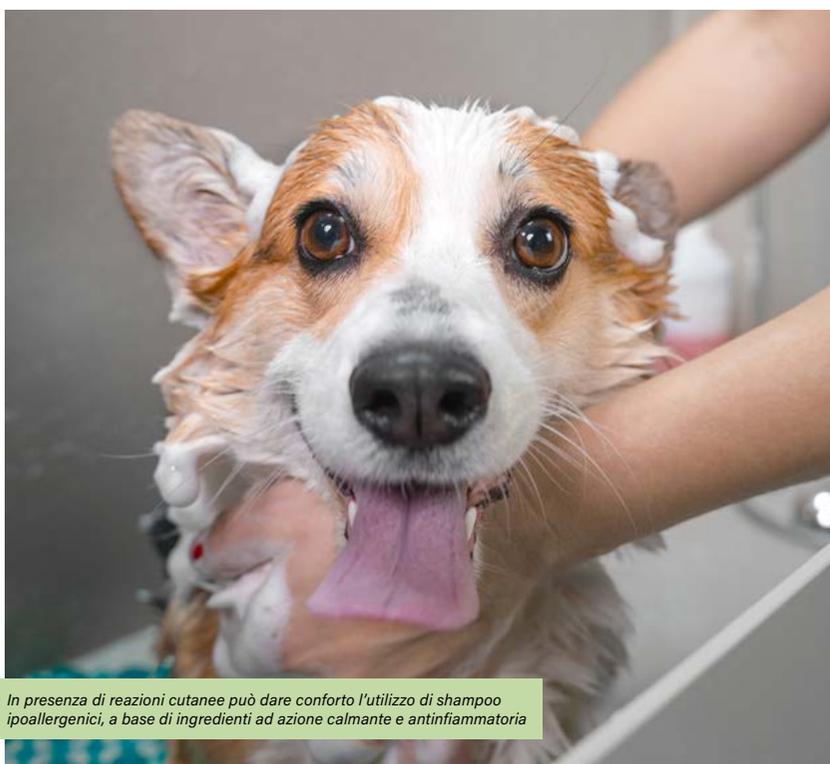
Per il condotto uditivo invece, molto spesso coinvolto nelle manifestazioni allergiche insieme alla cute, possono giovare lavaggi auricolari ad effetto igienizzante, per il cui utilizzo il proprietario va debitamente istruito.

Per aiutare le prime vie respiratorie si rivelano molto utili le salviette umidificate appositamente formulate per la zona perioculare e le soluzioni pulenti ad azione lenitiva.

Superfluo poi ricordare il ruolo fondamentale che svolgono una corretta alimentazione - per cui è importante mettere a disposizione del cliente una vasta gamma di mangimi adeguati all’occorrenza - e la difesa dai parassiti, contro i quali esistono molti prodotti senza obbligo di prescrizione.

Concludiamo dunque ribadendo che in corso di allergie, primaverili e non, anche il negoziante può rivelarsi un valido aiuto: basta dedicare ai clienti e ai loro quattrozampe l’attenzione che si meritano!

Gli animali, come gli esseri umani, non nascono allergici ma lo diventano in seguito a esposizione e sensibilizzazione ad uno o più allergeni, pertanto qualunque soggetto può diventare allergico a qualcosa durante la propria vita



In presenza di reazioni cutanee può dare conforto l'utilizzo di shampoo ipoallergenici, a base di ingredienti ad azione calmante e antinfiammatoria





È VERO CHE...

Cominciamo l'anno con una nuova rubrica che vuole aiutare il gestore del pet shop a rispondere a ogni quesito cinofilo, anche il più strano, posto dal cliente curioso e appassionato

LORENA QUARTA

È vero che i parametri della temperatura corporea del cane sono diversi dai nostri?

Sì. Se il tuo cliente è preoccupato perché il suo cane ha 38 di febbre, tranquillizzalo: la temperatura fisiologica del cane, infatti, è di 38-38,5 °C, mentre nel cucciolo è superiore di circa un grado. Si può parlare di rialzo febbrile quando la temperatura raggiunge i 39 °C (in caso di colpo di calore la temperatura può salire anche fino a 41-44 °C) e si accompagna a sintomi come inappetenza, tartufo secco e caldo o aumento della frequenza respiratoria.

Ricorda comunque che, nonostante siano in molti a pensarlo, non è sempre vero che a tartufo caldo e asciutto corrisponda un rialzo febbrile (basti pensare a quando il cane sta per ore a crogiolarsi al sole).



È vero che i cani non vedono in bianco e nero ma a colori?

Sì. Nella retina esistono degli organuli che in base alla loro forma sono chiamati bastoncelli o coni: i primi svolgono la loro funzione nella visione notturna e in quella in movimento, i secondi sono deputati alla sensibilità ai colori.

Nel cane sono presenti in gran numero i bastoncelli, quindi l'animale è in grado di percepire oggetti in movimento a una distanza di quasi mille metri. Inoltre la sua deviazione degli occhi gli consente di avere un campo visivo superiore a quello umano (250° contro i 180° dell'uomo). Per quanto riguarda i colori invece, la presenza dei coni è inferiore a quella dell'occhio umano, quindi la loro percezione è inferiore: il cane può distinguere, ad esempio,

il giallo dal blu ma non il rosso dal verde. Il resto dei colori è percepito come sfumature di una vastissima gamma di grigi.

È vero che i feromoni possono risolvere molti problemi comportamentali?

I feromoni sono sostanze chimiche emesse dagli animali da particolari ghiandole con proprietà di stimolo per risposte comportamentali. Servono per comunicare la disponibilità sessuale, per delimitare il territorio, per inviare segnali di aggregazione, di difesa, di intimidazione.

Un particolare tipo di feromoni - rilasciato dalle ghiandole sebacee localizzate nelle mammelle



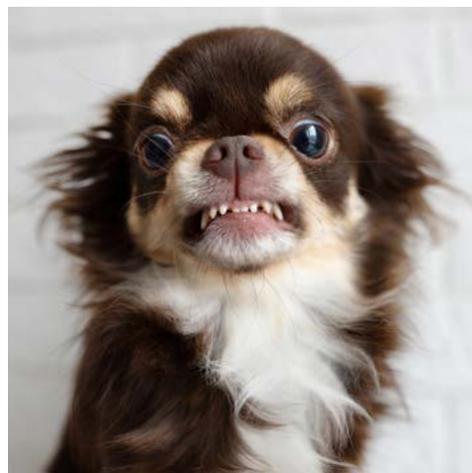
dalle femmine dei mammiferi durante l'allattamento - è quello dei feromoni appaganti, che hanno la funzione di calmare i cuccioli in caso di situazioni di stress, infondendo un senso di sicurezza. I feromoni sintetici oggi in commercio riproducono le proprietà dei feromoni appaganti: li puoi dunque consigliare al tuo cliente nel caso cerchi un prodotto in grado di tranquillizzare il proprio cane in modo naturale. Possono infatti rivelarsi utili in caso di paura di temporali o fuochi d'artificio, cambiamento di casa, ansia da separazione, inserimento in una nuova famiglia, mania di distruzione, eccessiva vocalizzazione.

È vero che la castrazione nei cani maschi può influire per attenuarne l'aggressività?

La castrazione del cane maschio, o meglio l'orchietomia, consiste nell'asportazione chirurgica dei testicoli. Si tratta di un intervento consigliato sia per eliminare l'insorgenza di tumori testicolari che per risolvere o quantomeno ridurre alcune turbe comportamentali quali l'aggressività, in particolare quella intraspecifica.

C'è da dire però che il comportamento è anche il frutto di esperienze vissute, dell'educazione, della predisposizione e dell'apprendimento. Se un soggetto manifesta una certa aggressività, difficilmente la castrazione potrà risolvere il problema (motivo per cui, in genere, è consigliabile far castrare un soggetto ancora in giovane età).

Nel caso ti trovassi a parlare dell'argomento con un cliente ricordagli però che sì, l'intervento impedisce la produzione di ormoni, ma quelli già circolanti non potranno essere eliminati e continueranno a esercitare il loro effetto per circa un mese, quindi l'eventuale cambiamento caratteriale non sarà immediato. In ogni caso suggeriscigli di rivolgersi al proprio veterinario e a un esperto comportamentista, poiché si tratta di un intervento irreversibile.



È vero che il palato blu è sinonimo di razza pura?

Al cliente che ti pone questa domanda rispondi che si tratta di una vera e propria leggenda metropolitana: qualsiasi cane, anche un meticcio, può avere il palato scuro. È vero invece che esistono alcune razze nelle quali non solo il palato ma anche la lingua assumono un colore scuro, bluastro o nerastro, per esempio il chow chow, lo shar pei e l'eurasier (che del chow chow è il diretto discendente). Considerando che le prime due razze hanno entrambe origini cinesi è probabile che discendano da un unico ceppo asiatico in cui è intervenuta una mutazione a livello genetico. Ma c'è chi ipotizza un'interazione ambientale, dal momento che sarebbero esistiti anche orsi dalla tipica lingua blu.

È vero che il naso dei cani deve essere sempre nero?

Se il tuo cliente è preoccupato perché il tartufo del suo cane è diventato rosa, tranquillizzalo: è vero che un tartufo sano deve essere ben pigmentato ma non deve essere necessariamente nero,

ma in armonia con il colore del mantello o di eventuali macchie del manto. Nei cani bianco-arancio può essere carnicino, nerastro o nero, in quelli a manto bianco è sempre nero, nei cani a manto marrone o roano-marrone è marrone.

Una depigmentazione totale è considerata un grave difetto in quanto fattore degenerativo, eccezion fatta per il cosiddetto "naso da neve" tipico di alcune razze come il labrador, il golden, il siberian husky, che nella stagione invernale assume il colore carnicino.





IL CORTEGGIATORE BALLERINO

In natura il parrocchetto di Lord Derby vive ad alta quota nel sud di Tibet e Cina: per questo motivo non è stato ancora possibile un suo studio approfondito

GIANNI RAVAZZI

Il parrocchetto di Lord Derby (*Psittacula derbiana*, Fraser) è una delle 15 specie di pappagalli del genere *Psittacula* Cuvier, tutti dalla forma selvatica, di taglia media, ottimi volatori, diffusi in Africa e Asia, dove prediligono le foreste non troppo fitte e le boscaglie lungo i corsi d'acqua. Alcune di queste specie sono molto allevate in cattività, dove si sono selezionate interessanti mutazioni.

Descrizione

Dagli altri appartenenti dello stesso genere il parrocchetto di Lord Derby si differenzia per una taglia maggiore (circa 50 cm) e un evidente dimorfismo sessuale negli adulti: il maschio ha infatti il becco con il ramo superiore rosso arancio e quello inferiore nero, mentre la femmina presenta entrambi i rami neri. Si presenta con le parti superiori verdi, testa violacea con segni neri tra la cera e l'occhio, gola nera, petto viola intenso che va a sfumare in giallo verdastro sul basso ventre, coda bluastro, iride gialla.

Gli immaturi hanno testa verde e colori più smorti e nei giovanissimi il becco è arancio.

In natura

Vive nel Tibet sud-orientale e nelle zone sud-occidentali della Cina (Yunnan, Sikang e Szechwan) dove abita le foreste di conifere, querce e rododendri tra i 3.000 e i 4.000 metri di altitudine. Per la difficoltà di raggiungere il suo areale di distribuzione non è stato molto studiato in natura e non ne conosciamo bene neppure esattamente lo stato di diffusione e la consistenza numerica delle popolazioni. Sicuramente un buon numero di soggetti abita l'alto corso del fiume Yiang-tze-Kiang dove nidifica a partire dal mese di giugno nelle cavità degli alberi, con preferenza per una specie di pioppo, il



Pulli di circa quattro settimane



Populus ciliata, in cui predispone un nido molto spartano rosicchiando un po' di corteccia sul fondo per poi in un angolo riparato scavare un incavo dove deporre le uova. È tra i pochi pappagalli il cui maschio esegue una sorta di danza di corteggiamento, saltellando su un ramo nei pressi del nido e sfregando il becco sul legno per attirare l'attenzione della compagna. La femmina depone 2-4 uova che vengono incubate per circa 23 giorni e i piccoli abbandonano il nido a 8-9 settimane di vita. Si nutre di semi, è goloso di pinoli (in particolare di quelli del *Pinus tabuliformis*), di frutta, di bacche e di germogli.



La tipica colorazione del petto e del collare e il becco rosso, che identifica il maschio

In ambiente controllato

Pappagallo arboricolo che ama stare sui rami più alti degli alberi, si è adattato a resistere a temperature eccezionalmente fredde e non è soggetto, come la maggior parte dei pappagalli, al congelamento della parte terminale delle dita quando la temperatura scende di più gradi sotto lo zero. Per questo è una specie che ben si adatta a vivere nelle voliere in giardino.

Ha un carattere timido e mite, ma è in grado di affezionarsi notevolmente all'allevatore. Particolarmente incline a rosicchiare qualsiasi superficie legnosa alla portata del suo becco, è meglio lasciarlo libero in casa solo in presenza del proprietario.

Le dimensioni della voliera per una coppia in riproduzione dovrebbero essere non inferiori a 250x150x250h cm, con almeno un paio di posatoi molto alti, uno dei quali per metà schermato per consentire all'animale la tranquillità di cui necessita.

In questa zona va collocato anche il nido a cassetta ad espansione verticale, di cm 35x30x65h, con foro d'entrata tondo di diametro 10/12 cm (oppure quadrato di lato 12 cm), possibilmente con il bordo rinforzato in metallo per evitarne la distruzione in pochissimo tempo. Ottima accortezza quella di foderare sia internamente che esternamente il nido con una rete metallica a maglie 1x1 cm con filo piuttosto robusto.

L'alimentazione

La sua alimentazione è semplice, si tratta di un pappagallo frugale che si adatta facilmente: ottima scelta una miscela di semi per amazzoni, un estruso o pellettato sempre per amazzoni e una componente quotidiana di frutta e verdura. Offrirgli pigne con i pinoli all'interno rappresenta per lui sia un'integrazione importante della dieta che un gioco (la distruzione della pigna). Tra la frutta ama particolarmente le pesche ma in generale ogni ortaggio e frutto adatto ai pappagalli viene divorato con piacere.

Ottima integrazione, soprattutto nel periodo freddo o durante la fase riproduttiva, sono noci, mandorle, nocciole, ghiande, castagne, fichi secchi e datteri.

Quando svezza i piccoli necessita di un maggior apporto proteico, soprattutto di proteine nobili: camole della farina e biscotti o pastoncini all'uovo sono perfetti. Anche i cereali lessati (oggi presenti sul mercato già pronti) o cotti sul momento rappresentano un'ottima integrazione alla dieta.

Presente in allegato B CITES, il parrocchetto di Lord Derby necessita per la commercializzazione di anello inamovibile o microchip, accompagnati dal regolare documento di cessione da parte del venditore/allevatore, correlato dal documento dell'avvenuta denuncia di nascita all'Ufficio CITES del Corpo dei Carabinieri Forestali competente per territorio.



LAVORO/OFFERTA

Freskissimo / Agenti plurimandatari



Per il potenziamento della rete vendita in Italia, cercasi Agenti di Commercio plurimandatari per il settore pet food brand Freskissimo da inserire nel nostro team per le aree: Veneto (preferibilmente Padova, Vicenza, Venezia, Rovigo), Lazio (preferibilmente Roma Metropolitana), Romagna e provincia di Bologna, Liguria, Campania, basso Piemonte (esclusa provincia di Torino).

Nello specifico la persona si occuperà di:

- costruire un rapporto di fiducia e collaborazione offrendo sempre un servizio eccellente ai clienti pet shop tradizionali e di alcune insegne pet nazionali;
- analizzare il mercato di riferimento per individuare le migliori opportunità commerciali;
- definire e monitorare gli obiettivi al fine di incrementare il proprio pacchetto clienti;
- analizzare i KPI e organizzare il lavoro con focus sul raggiungimento dei target di fatturato definiti insieme all'Area Manager;
- vendita diretta dei prodotti a catalogo e sviluppo commerciale della zona assegnata.

Cercasi persone in possesso di Partita Iva, con un'esperienza pluriennale nel canale dei pet shop tradizionali e un'approfondita conoscenza e collaborazione con realtà operanti nelle zone sopra indicate.

Forte spirito commerciale, disponibilità alla mobilità territoriale, capacità di problem solving e di lavorare per obiettivi sono aspetti importanti per poter far parte del Gruppo Veronesi!

Info

Le candidature potranno essere inviate attraverso il sito del Gruppo Veronesi link "lavora con noi" www.gruppoveronesi.it/lavora-con-noi

Gheda Petfood / Agenti di commercio

Azienda storica nel mercato pet food in Italia con i marchi Unica Natura, Unica Gemma e Unica Classe, ricerca agenti nel canale specializzato per potenziare ulteriormente la propria organizzazione di vendite nelle regioni Emilia Romagna e Lazio.

È previsto un interessante trattamento provvigionale e incentivi legati a obiettivi di vendita in grado di soddisfare le candidature più autorevoli, anche come monomandatari; oltre a un adeguato periodo di training.

Info Inviare cv a gabriele.gheda@gheda.it, tel. Emilia Romagna 3452679408, tel. Lazio 3492491775

Pet Store Conad / Addetto reparto pet care

Pet store all'interno dell'Ipermercato Spazio Conad, via Caduti di Nassirya 20, Rimini, c/o Centro Commerciale Le Befane, ricerca addetto al reparto pet care.

I candidati ideali possiedono i seguenti requisiti: amore per gli animali, predisposizione al contatto col pubblico e al lavoro di squadra, dinamicità, flessibilità, disponibilità a tipologie contrattuali a tempo determinato con orari flessibili, residenza nel comune di Rimini o limitrofi.

Costituirà titolo preferenziale aver maturato un'esperienza professionale analoga in negozi specializzati e/o all'interno di contesti della Grande Distribuzione Organizzata specializzata nel pet food.

Info: inviare CV a info@emmecirimini.it oppure consegnare a mano presso il box informazioni del punto vendita in busta chiusa con indicato RIF PET 09/21.

T.A.F. Trans Aquarium Fish / Agenti plurimandatari

Azienda leader del settore acquariologia dal 1984 cerca agenti plurimandatari per la distribuzione di pesci, piante per acquari e accessori. Si richiede un minimo di conoscenza del settore e inserimento nei canali specializzati. **Info:** inviare curriculum a info@tafsrl.to, tel. 0119866465

Info: inviare curriculum a info@tafsrl.to, tel. 0119866465

Diusapet / Agenti plurimandatari

Società leader nella produzione di alimenti per cani e gatti e in forte espansione, ricerca agenti plurimandatari per la propria rete commerciale nelle seguenti aree:

- Piemonte = NO, VC, AL, AT e CN;
- Liguria = tutte le città;
- Lombardia = MI, CR, LO, BS, BG e MN;
- Friuli = tutte le città;
- Emilia-Romagna = tutte le città.

Si richiedono esperienza maturata nel settore, professionalità, spiccata attitudine alla vendita e alla trattativa e forte orientamento agli obiettivi.

Info: Inviare CV a ilaria.segradin@diusapet.com, cell. 3478194190

Azienda / Agenti plurimandatari

Azienda leader nel settore pet food con prodotti fortemente innovativi ricerca venditori esperti per le seguenti zone: Sardegna, Lombardia, Emilia Romagna.

Si richiede esperienza pregressa nel settore, capacità a operare in autonomia e forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi.

Si offrono provvigioni di sicuro interesse con ulteriore piano premi, oltre a formazione e affiancamento in zona.

Info: Inviare richieste alla redazione: info@zampotta.it -

Rif. 10/A



Sa.re / Agenti

Giovane azienda produttrice di cucce e cuscini per animali domestici nella zona di Monselice (PD), cerca agenti/rappresentanti plurimandatari disponibili a proporre e far conoscere i prodotti delle quattro linee di produzione per potenziamento e sviluppo rete vendita in tutta Italia.

Info: inviare CV a n.ferrigo@saresrl.it / tel. 0429781162

Pet Distribuzione / Agenti

Azienda distributrice dei marchi Silpet, Julius K-9 (mangime), Petitamis, GiGwi, Chilaboo, VanCat, ricerca agenti plurimandatari per varie zone libere sul territorio nazionale.

Info: mandare CV a petdistribuzione@gmail.com / cell. 3474301589

Aquili / Agenti

Azienda produttrice presente da 30 anni nel settore acquariologia, ricerca agenti plurimandatari introdotti nel settore specifico. Si offrono interessanti condizioni economiche e formazione sul campo.

Info: inviare CV a info@aquili.it / tel. 0731288091

Pineta Zootecnici / Agenti plurimandatari

Azienda leader nel pet food, da anni presente sul mercato, ricerca agenti plurimandatari per potenziamento della propria rete commerciale. Si richiede massima serietà, esperienza nel settore pet food, conoscenza dei punti vendita della propria zona, forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi.

Si offre ottimo pacchetto di prodotti dall'alto profilo commerciale, programma di incontri formativi in azienda e interessante trattamento provvigionale.

Info: Inviare curriculum a cv@pinetazootecnici.com

Gimborn Italia / Agenti plurimandatari GDO

Importante azienda settore pet, succursale di H.v. Gimborn GmbH, fondata nel 1855, specializzata nei prodotti per gatti a marchio GimCat, nelle lettie-agglomeranti a marchio Biokat's, negli accessori e nelle specialità per cani a marchio GimDog e nell'alimentazione e igiene per piccoli mammiferi a marchio Gimbi, cerca agenti preferibilmente esperti, per le seguenti zone: Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna e Toscana.

Info: inviare CV con foto a Gimborn Italia c/a Rita Giglioli: r.giglioli@gimborn.it inserendo nell'oggetto: Venditore GDO

ATTIVITÀ E ATTREZZATURE / OFFERTA

Vendesi / Attrezzatura

Per chiusura attività zona Verona vendesi attrezzatura composta da: vasca acciaio fissa, vasca acciaio altezza regolabile elettrica, tavolo elettrico, phon aspiratore Combo Camon, 2 phon a 2 velocità, tosa-trice usata con serie di testine.

Info

cell. 3312996103 Sig. Gianni

Cedesi / Attività

Cedesi attività di toelettatura con annesso pet shop in centro Bassano del Grappa (VI). Aperta da oltre 12 anni con pacchetto clienti consolidato e sempre in crescita. Cedesi a persona già formata e determinata a intraprendere questo lavoro. Possibilità di affiancamento fino a 6 mesi. 50.000 € leggermente trattabili. Eventualmente vendibile a parte un furgone attrezzato al trasporto di cani e gatti. Contattare solo se seriamente interessati.

Info: toelettaturabassano@gmail.com

Cedesi / Attività

Cedesi, a Bologna, lavaggio self service per cani con 7 anni di avviamento posizionato in zona di forte passaggio automobilistico, con 2 vetrine fronte strada. Pacchetto clienti costituito da alcune migliaia di tesserati. Presente anche una sala toelettatura, recentemente rinnovata e completamente attrezzata. Ottima occasione anche per chi è già toelettatore. Prezzo molto interessante. Si valuta anche la cessione delle sole attrezzature per il self service e per la toelettatura.

Info: cell. 3665059095

Cedesi / Attività

Cedesi attività storica nel mercato pet, aperta da oltre 30 anni, con pacchetto clienti consolidato, situata nel cuore della Milano Moda, zona Tortona.

Vendesi a persona determinata e che ami gli animali in modo assoluto. Il negozio offre i servizi di toelettatura, pensione, vendita al dettaglio di accessori e alimentari di prima scelta. L'attività è in salute e viene ceduta soltanto per problemi familiari.

Possibilità di affiancamento per 3/4 mesi.

Info: cell. 3460182171

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.

- Acquariolandia Italia** **tel. e fax 024598320**
Via F. Rismondo, 119 - 20153 Milano
acquariola@tiscali.it
- All Pet S.r.l.** **0296450470**
fax 0296450464
Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.allpet.it - info@allpet.it
- Also S.r.l.** **090632636**
fax 0906258082
SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
- Aquaria Tech** **0803540025**
fax 0804033673
Via G. Tauro, 3/E - 70124 Bari
www.aquariattech.com - office@aquariattech.com
- Aquaristica S.r.l.** **0516814188**
fax 0516814294
Via A. Labriola, 10/12 - 40010 Sala Bolognese (BO)
www.aquaristica.it - aquaristica@aquaristica.it
- Aquatronica** **05221472375**
Via Garonna, 2/B - 42124 Reggio Emilia
www.aquatronica.com - info@aquatronica.com
- Aquili Andrea** **tel. e fax 0731288091**
Via Abruzzi, 10 - 60030 Monsano (AN)
www.aquili.it - info@aquili.it
- Askoll Uno S.r.l.** **0444930260**
fax 0444930380
Via Industria, 30 - 36031 Povolario di Dueville (VI)
www.askoll.com - askoll@askoll.com
- Bionatura Impianti S.r.l.** **0399241247**
fax 0399201971
Via Alpi, 5 - 23873 Missaglia (LC)
www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it
- CE.A.B. di Ferrari Pierluigi** **0302667121**
fax 0302168469
Via Pietro Rescatti, 20 - 25124 Folzano (BS)
www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it
- Croci S.p.a.** **0332870860**
fax 0332462439
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net
- Elos S.r.l.** **0457952142**
fax 0456371815
Via Torricelli, 32 - 37067 Valeggio sul Mincio (VR)
www.eloseurope.com - info@eloseurope.com
- Ferplast S.p.a.** **0445429111**
fax 0445429115
Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI)
www.ferplast.com - info@ferplast.com
- Hydor S.r.l.** **04248877**
fax 0424887887
Via Voiron, 27 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
www.hydor.com - info@hydor.com
- Iemmi Ermanno** **tel. e fax 059386076**
Via Viazza, 120 - 41010 Ganaceto (MO)
www.iemmiermannoacquari.com - iemmi.ermanno@tiscalinet.it
- Kuda Tropical Fish S.r.l.** **0373234461**
fax 0373236714
Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR)
www.kudafish.it - info@kudafish.it
- Oase Italia S.r.l.** **0424590866**
fax 0424827342
Via delle Industrie, 16 - 36050 Cartigliano (VI)
oase-livingwater.com - info@oase-livingwater.com
- 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**
fax 0303363048
Via Romolo Gessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS)
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com

- Pro.D.Ac. International S.r.l.** **0495971677**
fax 0495971113
Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD)
www.prodacinternational.it - info@prodac.it
- Reef International S.a.s.** **0331792443**
fax 0331772839
Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA)
www.reef-international.com - reefint@tin.it
- Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
fax 0241291840
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
- Spectrum Brands Italia** **0290448310**
fax 0290756096
Via Ludovico il Moro, 6 - 20060 Basiglio (MI)
www.spectrumbrands.com - info@spectrumbrands.com
- Teco S.r.l.** **0544408333**
fax 0544280084
Via E. Sansovino, 35 - 48124 Ravenna
www.tecoonline.com - teco@tecoonline.com
- Trixie Italia S.p.a.** **0444835329**
fax 0444833352
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI)
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**
fax 0759656020
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
- Zolux Italia** **0516414318**
Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna
www.zolux.com - info@zolux.it

CANI & GATTI / DOGS & CATS

- Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l.** **092423013**
fax 092422424
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP)
www.adragna.net - info@adragna.it
- Affinity Petcare Italia S.r.l.** **0289633029**
fax 0266719002
Via F. Turati, 40 - 20121 Milano
www.affinity-petcare.com
- Agras Delic S.p.a.** **010588586**
fax 010588914
Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova
www.schesir.it - contact@agras-delic.com
- Aldog** **0363938698**
Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG)
www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it
- Almo Nature S.p.a.** **010253541**
fax 0102535498
P.zza dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova
www.almonature.eu - info@almo.it
- Alpi Service S.n.c.** **011975941**
fax 011974453
Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN)
www.alpiservice.com - info@alpiservice.com
- Animali.it** **0293591343**
fax 0293591343
Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI)
www.animali.it - info@animali.it
- Avitabile Napoleone S.r.l.** **0815737519**
fax 0815737522
Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA)
www.tewvua.it
avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewvua.it
- Baldecchi S.n.c.** **0559705281**
fax 0559705352
Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)
www.baldecchi.it - baldecchiscn@baldecchi.it
- Bama S.p.a.** **0583286353**
fax 0583287754
Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU)
www.bamagroup.com - info@bamagroup.com



	Bayer s.p.a. V.le Certosa, 130 - 20156 Milano www.vetclub.it - www.petclub.it	0239781 fax 0239784660		Farmina Pet Foods Italia Via Nazionale delle Puglie - 80035 Nola (NA) www.farmina.com - info@farmina.it	0818236000 fax 0815122135
	B. Braun Milano S.p.a. Via V. da Seregno, 14 - 20161 Milano www.bb Braun.com - servizio.clienti@bb Braun.com	02662181 fax 0266218290		Fashion Dog S.r.l. Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it	0596232450 fax 059687984
	Boehringer Ingelheim Animai Health Italia S.p.a. Via Giovanni Lorenzini, 8 - 20139 Milano www.merial.com - merial.italia@merial.com	02535581 fax 025355822		Ferrzootecnia Via Belgio, 16 - 41122 Modena MO www.ferrzootecnia.it - info@ferrzootecnia.it	tel. 059313426
	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 Castelgomberto (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		Ferri Biella S.p.a. Strada Trossi, 33 - 13871 Verrone (BI) www.ferri Biella.it - info@ferri Biella.it	0152558103 fax 0152558083
	Carbone Pet Products S.r.l. Via Antonio Gramsci, 1537 - 51036 Larciano (PT) www.petproductscarbone.it - info.petproductscarbone.it	0573837868 fax 0573859163		Formevet S.r.l. Via Savona, 97 - 20144 Milano www.formevet.com - vetline@formevet.it	024345891 fax 0243458922
	Cerberus S.r.l. a s.u. Via Sant'Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.cerberus-pet.com - info@cerberus-pet.com	3482713009		Forza10/SANYPet S.p.a. Via Austria, 3 - 350138 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com	0429785401 fax 0429767006
	Cerere S.p.a. Corso Romano Scagiola, 189 - 12052 Neive (CN) www.cerere.com - marketing@cerere.com	0173677770		Ghedda Mangimi S.r.l. Via Comuna Santuario, 1 - 46035 Ostiglia (MN) www.ghedda.it - ghedda@ghedda.it	038632677 fax 038632664
	Cesarano S.a.s. Via Nolana, 42 - 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - loredana@cesarano.it	0818507330 fax 0818507467		Gimborn Italia S.r.l. Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimborn.eu/it - marketing@gimborn.it	05225452 fax 0522945365
	Ceva Salute Animale S.p.a. Via Colleoni, 15 - 20041 Agrate Brianza (MI) www.ceva.com - marketing.italy@ceva.com	03965591 fax 0396559244		Heiniger AG Industrieweg 8 - 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland) www.heiniger.com - kontakt@heiniger.com	+41/62/9569200 fax +41/62/9569281
	Chemi-Vit S.r.l. Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com	0522887959 fax 0522888200		Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l. Via A.G. Eiffel, 15 - 00148 Roma www.hillspet.it	06545491 fax 0654549560
	Ciam S.r.l. Via Piemonte, 4 - 63100 Ascoli Piceno (AP) www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.com	0736250484 fax 0736257854		Imac S.r.l. Via Ghisa, 14 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
	Coltelleria Polla Via Vochieri, 69 - 1500 Alessandria www.polladino.com - lipolla@libero.it	tel. e fax 0131264774		Innovet Italia Via Einaudi, 13 - 35030 Saccolongo (PD) www.innovet.it - innovet@innovet.it	0498015583 fax 0498015737
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net	0332870860 fax 0332462439		Italsystem S.a.s. Via Corciano, 14 - 47914 Rimini www.lallsystems.com - info@lallsystems.com	0541731428 fax 0541731328
	De Wan S.r.l. Piazza San Carlo, 132 - 10121 Torino www.delashop.it - business@delashop.it	011547917 Cell. 3202322870		Iv San Bernard S.r.l. Via Castelli, 7 - 50056 Montelupo F.no (FI) www.ivsanbernard.it - info@ivsanbernard.it	0571509106 fax 05711656081
	Disegna Group Via Marsan, 28/30 - 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it	0424471424 fax 0424476392		Landini Giuntini S.p.a. Via Rosa Luxemburg, 30 - 06012 Città di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it	075851781 fax 0758517804
	Diusa Pet S.r.l. S.P. per Lardirago, 8 - 27010 Marzano (PV) www.diusapet.it - info@diusapet.it	0382947500 fax 0382947488		Laviosa Chimica Mineraria S.p.a. Via L. Da Vinci, 11 - 57113 Livorno www.laviosa.it - lcm@laviosa.it	0586434000 fax 0586434210
	Dorado S.r.l. Via Romea, 10 - 30010 Monsole di Cona (VE) www.exclusion.it - infoservice@exclusion.it	042659140 fax 0426308158		Life Petcare S.r.l. Via di Basserone, 57 - 52041 Badia al Pino (AR) www.lifepecare.it - info@lifepecare.it	0575411013 fax 0575416496
	Due Erre & c. S.n.c. Via Pradazzo, 1/D - 40012 Calderara di Reno (BO) www.snackforpet.it - info@snackforpet.it	0516466149 fax 0516467654		Linea 101 S.r.l. Via Agostino Novella, 4 - 42025 Cavriago (RE) www.linea101.it - info@linea101.it	0522086489
	Eagle S.r.l. Via Pavoncella, 8 - 56010 Migliarino Pisano (PI) www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it	050803275 fax 050867808		Lory Progetti Veterinari S.r.l. Via Buozzi, 3/A - 42025 Cavriago (RE) www.loryprogettiveterinari.it - info@loryprogettiveterinari.com	3929091598
	Farm Company S.r.l. Via Amendola, 532 - Regione Spolina - 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it	015511310 fax 0158129259		Mantovani Pet Diffusion S.r.l. Via Giulio Pastore, 31 - 40053 Valsamoggia (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	051969413



-  **Marpet S.r.l.**
Via Don Sasselli d'Era, 13 - 37041 Albaredo d'Adige (PD)
www.marpet.it - info@marpet.it
0456600134
fax 0457000124
-  **Mars Italia S.p.a.**
V.le Milano Fiori Str. 2 Pal C3 - 20090 Assago (MI)
www.pedigree.it
025776111
fax 0257510890
-  **Mennuti Group S.r.l.**
Via Ponte Cerretano, 10/14 - 50050 Carreto Guidi (FI)
www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it
02662181
fax 0266218290
-  **Mister Pet S.p.a.**
Via Pedemontana, 35 - 43029 Mamiano di Traversetolo (PR)
www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com
0521340323
fax 0521340319
-  **Monge & C. S.p.a.**
Via Savigliano, 31 - 11030 Monasterolo di Savigliano (CN)
www.monge.it - info@monge.it
0172747111
fax 0172747198
-  **Morando S.p.a.**
Via Chieri, 61 - 10020 Anzezeno (TO)
www.morando.it - morando@morando.it
0119433311
fax 0119434289
-  **Mp Bergamo S.r.l.**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
0358361301
fax 0354496738
-  **Mp Group S.r.l.**
Via dell'Industria, 7/1 - 42025 Cavriago (RE)
www.versele.it - mp@versele.it
0522941521
-  **MPS 2 S.r.l.**
Via Zambon, 17 - 36051 Creazzo (VI)
www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it
0444572190
fax 0444370902
-  **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
-  **MSM Pet Food S.r.l.**
Via dell'Agricoltura, 5 - 25028 Verolanuova (BS)
www.msmpetfood.com - amministrazione@msmpetfood.com
0309361245
fax 0309921858
-  **My Factory S.r.l.**
Via Olivetti, 7/9 - 10020 Riva Presso Chieri (TO)
www.my-factory.it - info@my-factory.it
0119401249
-  **My Family S.r.l.**
Strada Solero, 1/A - 15048 Valenza (AL)
www.myfamily.it - info@myfamily.it
0131950063
fax 0131952944
-  **Naturina S.a.s.**
Via Bobbio, 10/3r - 16137 Genova
www.naturina.it - info@naturina.it
0109415459
fax 0108393921
-  **Necon Pet Food S.r.l.**
Via Alighieri 15 - 25020 Flero (BS)
www.neconpetfood.com - info@neconpetfood.com
0302681182
fax 0302680138
-  **Nestlé Purina Petcare S.p.a.**
Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI)
www.purina.it
0281811
fax 0281817133
-  **N.P. Industries S.r.l.**
Via Valcellina, 37 - 33097 Spilimbergo (PN)
www.disugual.it - info@disugual.it
0432699322
-  **On Site S.r.l.u.**
Via Nazionale, 5 - 23012 Castione Andevenno (SO)
www.onsite.pet - info@onsite.pet
0342200070
fax 0342211815
-  **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
-  **Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r.l.**
Via San Maurizio, 184/15 - 10073 Ciriè (TO)
www.petitamis.it - info@petitamis.it
3334168155
0119222641
fax 0119224084
-  **Petness S.a.s. di Circuri G. & c.**
Via Tullio Ascarelli, 181 - 00166 Roma
italia@smartbones.com - info@petness.it
0666182041
-  **Pets Fitness**
Via Soderini, 8 - 60027 Osimo (AN)
www.petsfitness.com - info@petsfitness.com
tel. 0717108160
-  **Pet Village S.r.l.**
Via Stradello, 35 - 48124 Madonna dell'Albero (RA)
www.petvillage.it - info@petvillage.it
054464418
fax 0544684190
-  **Pineta Zootecnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggino Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
tel. e fax 0522553616
-  **Porrini Group**
Via Maestri del Lavoro, 23/25 - 25014 Castenedolo (BS)
www.porrinigroup.it - info@porrinigroup.it
0302791814
-  **Rebo S.r.l.**
Via Mestre, 31 - 11050 Cairate (VA)
www.happydog.it - www.happydog.it - info@happydog.it
0331502700
fax 0331502703
-  **Rinaldo Franco S.p.a.**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
0248376157
fax 0241291840
-  **Riscino Distribuzione S.r.l.s.**
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA)
www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com
0803324410
-  **Royal Canin Italia S.r.l.**
Via Anton Checov, 50/2 - 20151 Milano
www.royalcanin.it - info@royal-canin.it
023347611
fax 0233490091
-  **Sepiol S.a.**
Via General Govone, 56 - 20155 Milano
www.sepiolsa.com - info.italia@sepiolsa.com
0233610725
fax 023319855
-  **Slow Global**
Cascina Malcotta - 13010 Stroppiana (VC)
www.slowglobal.com - slowglobal@gmail.com
0161219438
fax 0161220542
-  **Stefanplast S.p.a.**
Via Piazza, 47 - 36020 Castegnero (VI)
www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it
0444639011
fax 0444638315
-  **Ticinese Petfood S.r.l.**
Via Vigentina, 102 - 27100 Pavia
www.laticinese.it - info@laticinese.it
0382573789
fax 0382575576
-  **Trixie Italia S.p.a.**
Via E. Fermi, 6 - 36045 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
-  **Vema Petfood&Care S.r.l.**
Via Lazzaretto snc - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.vemapetfood.it - info@vemapetfood.it
0249474139
-  **Visan Italia**
Via Sistina, 149 - 00187 Roma
www.visanpet.it - info@visanpet.it
0694800700
-  **Vitakraft Italia S.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
075965601
fax 0759656020
-  **Wahl Italia S.r.l.**
Via Piero Gobetti, 51 - 40129 Bologna
www.wahl-animal.com - info@wahlitalia.com
051374253
-  **WINNER Plus Pet Food S.r.l.**
Via Italia, 4 - 00060 Capena (RM)
www.winnerplus.eu - info@winnerplus.eu
0690375587
-  **Wonderfood S.p.a.**
Strada dei Censiti, 1 - 47891 Repubblica di San Marino
www.wonderfood.com - info@wonderfood.com
0549943311
fax 0549943312
-  **Zoo Planet S.r.l.**
Via Malcantone, 7 - 35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info.zooplanet.it
0499350400
fax 0499350388



UCCELLI / BIRDS

-  **All Pet S.r.l.** **0296450470**
Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.allpet.it - info@allpet.it **fax 0296450464**
-  **Borgovit S.r.l.** **031650344**
Via Roma, 48 - 22046 Merone (CO)
www.borgovit.it - info.borgovit.it **fax 031651419**
-  **Chemi-Vit S.r.l.** **0522887959**
Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com **fax 052288200**
-  **Croci S.p.a.** **0332870860**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net **fax 0332462439**
-  **Fioletta Rag. Gianni S.n.c.** **0341530138**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com **fax 0341530392**
-  **Formevet S.r.l.** **024345891**
Via Savona, 97 - 20144 Milano
www.formevet.com - info@formevet.it **fax 0243458922**
-  **Imac S.r.l.** **0444482301**
Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it **fax 0444482500**
-  **Manitoba S.r.l.** **0375310418**
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com **fax 037591348**
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** **051969413**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com **fax 051969348**
-  **Mp Bergamo S.r.l.** **0358361301**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com **fax 0354496738**
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com **fax 0241291840**
-  **Riscino Distribuzione S.r.l.s.** **0803324410**
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA)
www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com
-  **Trixie Italia S.r.l.** **0444835329**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it **fax 0444833352**
-  **Valman S.r.l.** **0444975663**
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vergerio Mangimi S.r.l.** **049700622**
Via Roma, 56 - 35010 Cadoneghe (PD)
www.canary.it - info@canary.it **fax 049703440**
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it **fax 0759656020**
-  **Viten S.r.l.** **0432664401**
Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD)
www.viten.it - info@viten.it
-  **Zoo Planet S.r.l.** **0499350400**
Via Malcantone, 6 - 35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it **fax 0499350388**

PICCOLI MAMMIFERI / SMALL MAMMALS

-  **Croci S.p.a.** **0332870860**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net **fax 0332462439**
-  **Fioletta Rag. Gianni S.n.c.** **0341530138**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com **fax 0341530392**
-  **Gimborn Italia S.r.l.** **05225452**
Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia
www.gimbom.eu/it - marketing@gimborn.it **fax 0522945365**
-  **Imac S.r.l.** **0444482301**
Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it **fax 0444482500**
-  **Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.** **0586434000**
Via L. Da Vinci, 21 - 57123 Livorno
www.laviosa.it - laviosaminerals@laviosa.com **fax 0586434210**
-  **Manitoba S.r.l.** **0375310418**
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com **fax 037591348**
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** **051969413**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com **fax 051969348**
-  **Mp Bergamo S.r.l.** **0358361301**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com **fax 0354496738**
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com **fax 0241291840**
-  **Riscino Distribuzione S.r.l.s.** **0803324410**
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA)
www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com
-  **Trixie Italia S.r.l.** **0444835329**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it **fax 0444833352**
-  **Valman S.r.l.** **0444975663**
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it **fax 0759656020**

RETTILI & ANFIBI / REPTILES & AMPHIBIANS

-  **Croci S.p.a.** **0332870860**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net **fax 0332462439**
-  **Fioletta Rag. Gianni S.n.c.** **0341530138**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com **fax 0341530392**
-  **Imac S.r.l.** **0444482301**
Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it **fax 0444482500**
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** **051969413**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com **fax 051969348**



 **Pineta Zootechnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootechnici.com - info@pinetazootechnici.com

 **Rinaldo Franco S.p.a.**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com

 **Trixie Italia S.r.l.**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it

 **Velma Group S.r.l.**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

 **Vitakraft Italia S.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

 **Zolux Italia**
Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna
www.zolux.com - info@zolux.it

tel. e fax 0522553616

0248376157
fax 0241291840

0444835329
fax 0444833352

0423715319

075965601
fax 0759656020

0516414318

MARKETING & SERVIZI

 **GBS Marketing**
Moselstrasse, 2 - 63322 Rodemark (Germany)

(+49)6074/861009
fax (+49) 6074/861089

 **IPV Pack S.r.l. Unipersonale**
Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E
35010 Carmignano di Brenta (PD)
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

 **Zoo Planet S.r.l.**
Via Malcantone, 6 - 35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

0499350400
fax 0499350388

INSERZIONISTI

sovracoperta	MONGE	BAMA	49	IV SAN BERNARD	17	PRODAC	83,87
II coperta	WINNER PLUS PET FOOD	CHIFA	1	MISTER PET	33,37	REBO	23
III coperta	FRESKISSIMO	FERRIZOOTECNIA	27	MYFAMILY	2-3	RINALDO FRANCO	29,45
IV coperta	CERERE	INTERZOO	53	PINETA	19	VITAKRAFT ITALIA	41

Zampotta
PET BUSINESS

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, Nicola Benincasa, Assunta Incamato, Luca Scrimieri, Silvia Marini, Emilio Gerboni, Alessandro Mancini, Luciano Di Tizio, Valerio Zupo, Linda Sartini, Lorena Quarta, Gianni Ravazzi

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

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

FEBBRAIO 2022 - N° 1

VIMAX
Pet Trade Service

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@writeme.com

Servizio Abbonamenti

abbonamenti@zampotta.it - fax 031301418

Stampa

Papergraf International srl - Borgorico (PD)

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI COMO N15/11
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.

 Zampotta Magazine  328 9226601
 ZampottaMag  zampotta magazine

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, agristore, tolelettari, 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)



fres
KISS
imo



LORO COME NOI

Formula PLUS

100% CARNE
ITALIANA

È COMPLETO,
È GIÀ COTTO,
È FRESCO!

La linea Cane si arricchisce
con un nuovo gusto...
TACCHINO e TROTA



Cerca il frigo
Freskissimo
all'interno
del negozio!



- ALTISSIMA DIGERIBILITÀ
- ALTISSIMA PERCENTUALE DI CARNE
- FAVORISCE IL BENESSERE DELLE VIE URINARIE
- ALTA APPETIBILITÀ
- SENZA CONSERVANTI AGGIUNTI
- SENZA FARINE E DISIDRATATI DI CARNE

DISPONIBILE ANCHE LA LINEA **FRESKISSIMO GATTO**



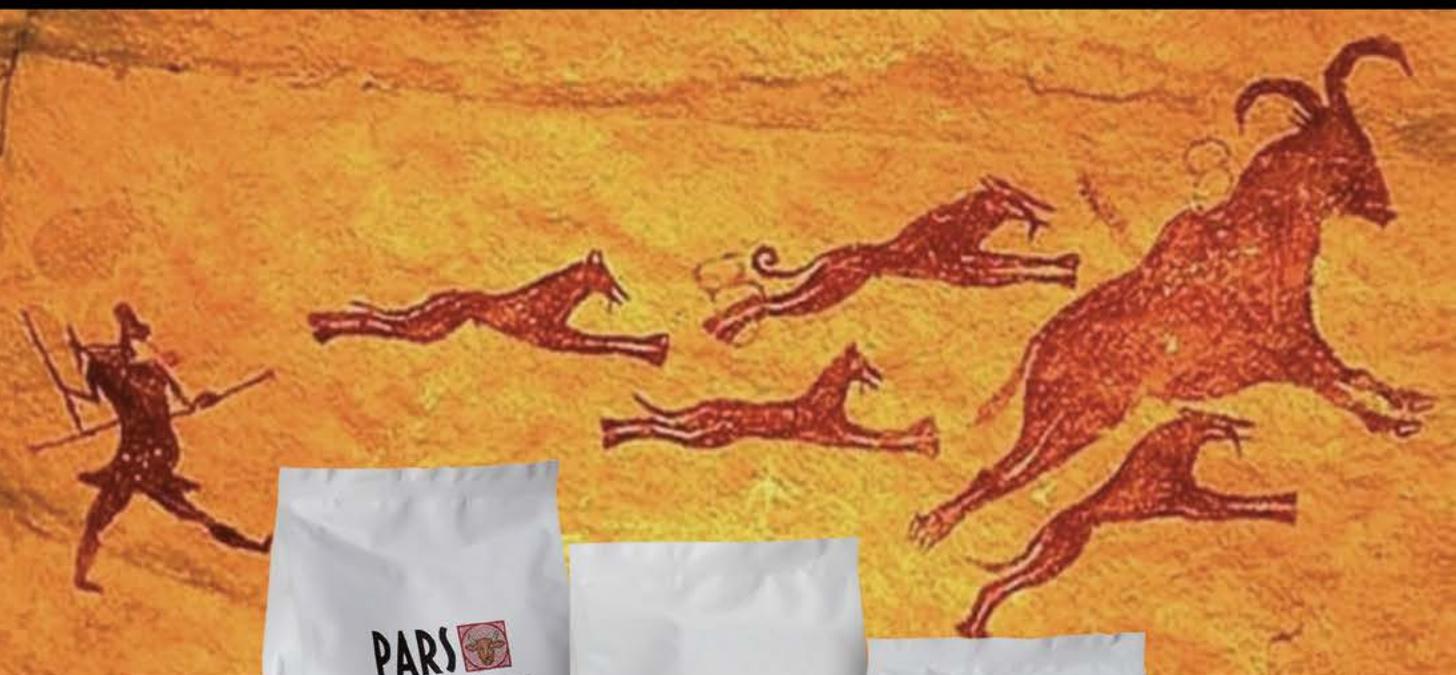
www.freskissimopetfood.it

PARS



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 Preda Intera ricostruisce quello che potrebbero normalmente procurarsi in natura.