

Zampotta

PET BUSINESS

FEBBRAIO 2023 - N° 1

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

LA VETRINA COME MEZZO DI ATTRAZIONE

per favorire il processo
di acquisto

BUONI PROPOSITI, FATTI CONCRETI

L'Editoriale di Cristina Mandaglio

ECOMMERCE: 3 ERRORI COMUNI (GRAVI)

che non devi più commettere

FAI IL PIENO DI CLIENTI E VENDI DI PIÙ

con la comunicazione
online e offline

- Monge Gift: snack funzionali
con superfood

Monge
Gift



LA GRANDE NOVITÀ PER IL TUO NEGOZIO



monge
Gift

I NUOVI SNACKS FUNZIONALI CON SUPERFOOD

LA NUOVA LINEA DI SNACK MONGE: INNOVAZIONE E FUNZIONALITÀ

Monge Gift è una linea rivoluzionaria di snack funzionali per i nostri amici a quattro zampe. Alimenti complementari arricchiti con ingredienti funzionali e con superfood. Tutte le ricette sono state sviluppate come diete esclusive Grain Free o Gluten free, formulate senza l'utilizzo di cereali e con un limitato apporto calorico.

Monge Gift offre un'ampia gamma di ricette, tra cui anche snack formulati con una singola fonte proteica animale da associare alle alimentazioni complete secche e umide Monoprotein della linea Monge Natural Superpremium sulla base della stessa proteina. Senza coloranti artificiali e zuccheri aggiunti. Made in Europe.

IL BINOMIO CHE CARATTERIZZA LA LINEA

Ad ogni proteina è stata associata una specifica funzionalità sulla base delle sue proprietà nutrizionali come ad esempio: accrescimento, appetito difficile, sensitive digestion, dental, mobility support.

I PLUS DELLA LINEA:

- Superfood della frutta
- Superfood botanici
- Formule senza cereali
- Formule senza glutine
- Formule monoproteiche
- Formule vegetali
- Ingredienti funzionali
- Carne fresca

NO CRUELTY TEST

MONGE
La famiglia italiana del pet food

GREENCOMPANY



32 REFERENZE

SUPER "M"
Piccole "M" monoproteiche

STICKS
Morbidi sticks con carne

DENTAL STICKS AND TREATS
Sticks monoproteici per la salute dentale

MEAT BARS
Barrette con carne fresca

GRANOLA BARS
Barrette monoproteiche con granola

FRUITS CHIPS AND FRUIT
Barrette e chips mono-proteiche con frutta secca

ENERGY TOPPING
Liquidi Prebiotici Energetici che stimolano l'appetito



CANE

iche

ne fresca

DENTAL SPONGES
r l'igiene orale

ca

e con fiocchi di avena

FRUITS BARS
proteiche con frutta

izzanti
to



20 REFERENZE GATTO

FILLED AND CRUNCHY
Pillole croccanti con morbido ripieno

MEAT MINIS
Mini snack con carne fresca

SOFT STICKS
Morbidi stick con carne fresca

ENERGY TOPPING
Liquidi Prebiotici Energizzanti
che stimolano l'appetito



MADE IN
ITALY

ENERGY TOPPING

Liquidi Energizzanti per stimolare l'appetito

LA TRIS FEEDING DI MONGE DRY+WET+SNACK

Consiglia ai tuoi clienti l'abbinamento
dei prodotti Monge: secchi, umidi
e il nuovo goloso snack con lo stesso tipo di carne!

DRY



WET



SNACK



CONSIGLIALO!



Calendula Officinalis
ANTINFIAMMATORIO NATURALE



Taraxacum Officinale
DEPURATIVO E DISINTOSSICANTE



Daucus Carota
ANTIOSSIDANTE NATURALE



Matricaria Chamomilla
EFFETTO RILASSANTE



WILD NATURE 100% NATURALE

Scopri tutta la gamma di alimenti completi e snack formulati esclusivamente con i migliori ingredienti naturali per un nuovo concetto di nutrizione. Senza Cereali e No Ogm



SINCE 1960 DEVELOPMENT AND RESEARCH FOR PET FOOD, MEDICATED FEEDING STUFF AND PRE-MIXTURES
+39.0522.553616 - www.pinetazootecnici.com

www.pinnypet.com

Si cercano **Venditori e Distributori** per zone scoperte. **Chiamaci!** 0522.553616

HAPPY DOG

Ireland

Una deliziosa ricetta adatta a cani sensibili

Ideale per pelle e pelo

- Con squisito salmone e coniglio
- Ricco di acidi grassi Omega 3 e Omega 6
- Qualità super-premium realizzata con ingredienti di alta qualità

Scopri tutti i prodotti
www.happydog.it



Per cani di taglia piccola,
prova la versione Mini

COPERTINA

"in evidenza"

**Monge,
innovation
company**

(Monge)

6



FEBBRAIO 2023 - N° 1

L'EDITORIALE
di Cristina Mandaglio

5 | **Buoni propositi,
fatti concreti**



CANI & GATTI

54 Solo e soltanto carne
(Fasson Food)

56 Il potere della natura
(Consorzio Zoodiaco)

64 Benessere dalla natura
(Vitakraft Italia)

66 Accessori... da vero eroe
(Collar)

67 Prescrizione... addio!
(Boehringer Ingelheim)

68 Benessere totale
(Diusa Pet Italia)

70 È vero che...
(L. Quarta)

ACQUARI & CO.

73 Nuove leggi sugli esotici: i pesci a rischio
(A. Mancini)

76 Ricominciamo dal Mediterraneo
(V. Zupo)

AZIENDE & MARKETING

53 Hai un'idea? Ecco chi ti aiuta
(Mister Pet)

59 Online con Record
(Rinaldo Franco)

60 Eccellenza sul podio
(Quality Award)

63 Verso nuove sfide
(Iv San Bernard)

EVENTI INTERNAZIONALI

62 Nuovi impulsi
(Petfood Forum)

RETTILI & ANFIBI

79 Le principali patologie dei camaleonti
(L. Sartini)

RUBRICHE

18 Prodotti in Vetrina

52 Notizie brevi

82 Bachecca

84 Contatti

88 Inserzionisti

BUSINESS

20 Visual Merchandising

24 Social Media Marketing

28 Tecniche di Vendita

34 Marketing for Groomers

36 Comunicazione Integrata

40 Strategia Aziendale

44 Pet shop On line

48 Emozioni & Business



NUOVE OPPORTUNITÀ PER LA TUA ATTIVITÀ.*

HAI DELLE INIZIATIVE?

Mister Pet ti aiuta a realizzarle!



MISTERPET

*SCOPRI TUTTI I DETTAGLI A PAG. 53

PROTEZIONE DAL RISCHIO DI TRASMISSIONE DELLA LEISHMANIOSI?

DA 1 A 10 **12**

12 MESI DI LIBERTÀ
DAI PAPPATACI PER LUI.

12 MESI DI SERENITÀ
PER TE.

Scalibor è un collare antiparassitario
a rilascio continuo che protegge il tuo cane dal rischio
di trasmissione della Leishmaniosi per 12 mesi.

PROTEGGE DA



**PAPPATACI
PER 12 MESI**



**ZECCH E ZANZARE
PER 6 MESI**



**PULCI
PER 4 MESI**

✓ **ADATTO ANCHE
DURANTE
LA GRAVIDANZA**

✓ **ADATTO ANCHE
PER CUCCIOLI DALLE
7 SETTIMANE DI ETÀ**

✓ **IL CONTATTO OCCASIONALE CON L'ACQUA
NON PREGIUDICA L'EFFICACIA DEL COLLARE**



**NON USARE
NEI GATTI**

È un medicinale veterinario a base di deltametrina. Leggere attentamente il foglio illustrativo.
Tenere fuori dalla portata dei bambini. Chiedi consiglio al tuo veterinario.
L'uso scorretto può essere nocivo. Non utilizzare nei cuccioli di età inferiore alle 7 settimane.
AUT. Pub. N. 106/VET/2020

l'Editoriale di
CRISTINA MANDAGLIO

BUONI PROPOSITI, FATTI CONCRETI

Caro lettore, eccoci arrivati all'inizio di un nuovo anno editoriale che ci vede carichi di entusiasmo e pieni di buoni propositi che cercheremo di trasformare in fatti concreti.

Sfogliando questo primo numero di *Zampotta Pet Business* troverai molte novità. Perché sentiamo la necessità di aggiornarci costantemente, al passo con i tempi e con i trend in continuo mutamento. Il marketing cambia e noi vogliamo cambiare per intercettare le esigenze dei nostri abbonati e aiutarli suggerendo strategie promozionali efficaci per aumentare i clienti e difendersi dalla concorrenza.

Proprio dal filo diretto con voi lettori arriva la prima novità che ti presento, nata da una riflessione sulle tante richieste giunte in redazione da parte di proprietari di toelettatura e di pet shop che offrono anche questo servizio. La gestione di un negozio che vende prodotti pet e l'offerta di servizi di igiene e cura richiedono strategie con elementi in comune ma anche con dinamiche e pianificazioni differenti. *Marketing for Groomers* è la nuova rubrica che vuole aiutare, con consigli pratici e testati, a impostare la corretta strategia per il salone. Perché fare marketing non consiste (o non solo) in promozioni mensili, giornate porte aperte, pubblicità, offerte on line o sponsorizzazioni delle pagine social. *Marketing for Groomers* ti darà qualche suggerimento per metterti nella condizione di attirare e fidelizzare la clientela "giusta", riempiendo l'agenda dei tuoi appuntamenti. Ovviamente questi consigli si riveleranno utilissimi anche per i negozianti di pet shop... basterà adattarli alla situazione.

Un'altra novità che troverai da questo numero è *Visual Merchandising*, una rubrica in cui ti daremo preziosi consigli per allestire la vetrina del tuo negozio che, come sai, non è solo un canale importante per dare visibilità ai prodotti ma è soprattutto il tuo biglietto da visita. Troppo spesso si sottovaluta l'impatto della vetrina, talvolta manca il tempo da dedicarle, non si sa come organizzarla o cosa esporvi... Niente scuse! Pensa a quante volte tu da acquirente hai fatto un giro per negozi fermandoti a curiosare nelle vetrine. Magari l'esigenza di acquistare un prodotto è nata in te proprio perché attratto da quello che hai visto, da come hai percepito l'attenzione, la cura e la serietà di quel particolare negozio attraverso uno sguardo al di là del vetro. Invogliare la gente a entrare è importante, il cliente può essere spinto anche solo dalla curiosità e poi, una volta all'interno, può trovare e apprezzare la tua professionalità e competenza. Chi sono? Come lavoro? Come mi presento? La vetrina in un colpo d'occhio trasmette tutto questo. Ecco perché la nuova rubrica *Visual Merchandising* potrà darti utili consigli e suggerimenti che mi auguro deciderai di testare e mettere in pratica.

E proprio perché siamo convinti dell'importanza dello strumento vetrina, abbiamo deciso di "allestirne" una anche su *Zampotta Pet Business*. La nuova rubrica *Prodotti in Vetrina*, accolta con entusiasmo dalle aziende, è una sorta di palcoscenico di ciò che ti offre il settore, con prodotti che possono incuriosire e attirare la tua clientela, eccellenze del mercato, articoli di tendenza, di punta o di nicchia, che possano essere esclusivi per te e la tua zona. Insomma, potrai trovare idee e spunti per aiutarti a intercettare nuova clientela e stare al passo con i tempi e con le novità.

Infine ti presentiamo un'iniziativa lanciata dall'azienda Mister Pet, che ti offre un'occasione per differenziarti dalla concorrenza e fidelizzare il cliente, facendo parlare di te e creando qualcosa che possa diventare virale attraverso i social. Vuoi organizzare un evento in negozio per promuovere la tua attività? Mister Pet è pronta a sostenere te e tutti i negozianti che propongono le idee più originali e coinvolgenti. Le iniziative selezionate dall'azienda verranno "raccontate" su *Zampotta Pet Business* e troveranno spazio sul nostro magazine come spunto e suggerimento anche per altri punti vendita. Non vediamo l'ora di raccontare le vostre iniziative, siamo certi che aderirete numerosi e saprete stupirci con la vostra creatività!

Ora non ti resta che andare avanti a leggere.
Buon 2023!





MONGE, INNOVATION COMPANY

Con una crescita del +27% e oltre 100 nuove referenze nel 2022, l'azienda italiana conferma la sua storia di successo nell'ambito del settore pet food

Il 2022 verrà ricordato come un ulteriore traguardo storico per Monge: una crescita di fatturato vs il 2021 del +27%, di gran lunga superiore all'andamento del settore pet food in Italia. Questi importanti risultati sono stati raggiunti con le performance nel mercato Italia (+20%) e nel mercato Estero (+45%), con esportazioni in ben 105 Paesi e un giro



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

d'affari che si attesta a circa un terzo del totale Società. Grazie a questi risultati, secondo le stime di Pet Industry, Monge si colloca al 6° posto in Europa e al 22° nel mondo per fatturato. Infine si rileva una crescita importante del canale Specialist, degli Allevatori e del Canale GDO, dove sono state rafforzate e consolidate le quote di mercato.



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



“Snoccioliamo” ora un po' di numeri e di informazioni per comprendere meglio la storia di successo di un'azienda e di una famiglia che quest'anno festeggia i 60 anni di attività, essendo nata nel 1963 grazie all'intuizione di Baldassarre Monge. Intuizione che ha spinto in tutti questi anni l'azienda verso nuovi



La famiglia Monge al completo
Monge family



traguardi e che oggi vede alla guida la seconda generazione con Domenico, Alessandra e Franca. Un mix vincente di tradizione familiare, visione, innovazione, investimenti costanti per continuare a crescere anche nei prossimi anni.

Partner privilegiato del canale specialist

Negli ultimi anni Monge è stata l'azienda con il più significativo incremento nelle quote di mercato, sia nel canale Specialist che nella GDO; grazie all'attento studio delle necessità dell'animale, del suo proprietario, dei nuovi trend che si sono registrati negli ultimi anni tra i possessori di cane e gatto, con un occhio di riguardo alle esigenze del canale Specialist. Nel 2022 nello stabilimento di Monasterolo di Savigliano sono state prodotte oltre 130.000 tonnellate di prodotti umidi e ben 180.000 tonnellate di secchi; con 450 dipendenti impegnati su ciclo continuo organizza-



Nel 2022 sono state prodotte 180.000 tonnellate di alimenti secchi
During 2022 180,000 tons of dry food were manufactured

to in 3 turni, 7 giorni a settimana, una forza vendita Italia ed estero con oltre 100 professionisti e una rete dedicata agli Informatori Veterinari e al Canale Breeders.

Monge in questi anni è sempre stata molto propositiva nel presentare nuovi prodotti ed innovazioni per incontrare le esigenze dei possessori di animali domestici più moderni ed esigenti: non basta lanciare il giusto numero di novità, occorre essere sempre mol-

MONGE, INNOVATION COMPANY

+27% growth and over 100 new products in 2022: the Italian company confirms its successful path in the pet food sector

2022 was a memorable goal for Monge: +27% growth compared to 2021, which is far higher than the performance of the pet food sector in Italy. This result was the combination of both the national (+20%) and foreign (+45%) market, with exports in over 105 countries and a turnover amounting to approximately one third of the total revenue. Thanks to these results, according to Pet Industry evaluation, Monge ranks 6th in Europe and 22nd worldwide in terms of turnover. Moreover, the company recorded a relevant growth in the Specialist, Breeder and large-scale distribution, where market shares were strengthened and stabilized.

Here are some figures to understand the success of a company and a family that celebrates its 60th birthday this year, since it was born in 1963 thanks to the intuition of Baldassarre Monge.

The intuition led the company towards new goals through the years: the company is currently run by the second generation, with Domenico, Alessandra and Franca. A successful mix of family tradition, vision, innovation and constant investments to continue its growth in the next years.

PRIVILEGED PARTNER IN THE SPECIALIST CHANNEL

During the past years, Monge recorded the most significant market share increase, both in the Specialist and Large-scale distribution segments, thanks to an attentive study on the needs of pets and their owners, with special attention to the needs of the specialist channel. During 2022, over 130,000 tons of wet food and 180,000 tons of dry food were manufactured in Monasterolo di Savigliano plant, with 450 employees working on three rotating shifts 7 days a week. The Italian and foreign sales network amounts to over 100 representatives, with a specialized network dedicated to Veterinary Representatives and the Breeders Channel.

Monge has always tried to be propositional in presenting new products and innovation to meet the needs of the most modern and attentive pet owners: launching the right number of new products is not enough. It is necessary to be attentive and proactive in improving existing products and understanding what customers really want. To pursue this goal, it is fundamental to support specialized shops and to establish the conditions for a collaboration that can also face the new challenges of the channel. Thanks to this partnership, Monge continued to increase its distribution and offer exclusive brands for the specialized channel such as *Monge Natural Superpremium*, *Monge VetSolution*, *Monge BWild*, *Gemon*. Exclusive lines for independent shops, pet chains and garden centres to strengthen the collaboration with the specialized sector. Made in Italy positioning for over 95% of its products; Grain Free and especially single-protein recipes to follow new trends, recipes with fresh meat as first ingredients to ensure extraordinary palatability, with functional ingredients that improve the life of cats and dogs and recyclable packaging. Monge products are No Cruelty Test: appreciation is assessed through voluntary trial tests at home, also called the "bowl test". Last but not least, the company follows a principle of sustainable development covering production and all the company divisions.

ONE HUNDRED NEWS ON SHELF IN 2022

Among the success and goals of 2022 there was the launch of 6 new lines and over 100 new products.



to attenti e reattivi per migliorare i prodotti esistenti e comprendere davvero cosa vuole il consumatore. E per fare tutto ciò è fondamentale essere al fianco dei negozianti specializzati e creare le condizioni per una collaborazione non solo commerciale, ma utile ad affrontare le nuove sfide che attendono il Canale. Grazie a questa partnership, Monge ha continuato ad aumentare la sua base distributiva e ad offrire marchi esclusivi per il canale Specializzato come *Monge Natural Superpremium*, *Monge VetSolution*, *Monge BWild*, *Gemon*. Linee in vendita in esclusiva nei pet shop indipendenti, nelle catene pet e nei garden proprio per rafforzare la collaborazione con il settore specializzato. Posizionamento made in Italy per oltre il 95% dei prodotti a catalogo, ricette Grain Free ma soprattutto Monoprotein, per intercettare nuovi trend, ricette con carne fresca come primo ingrediente per una straordinaria appetibilità naturale, con l'aggiunta di ingredienti funzionali che migliorano la vita di cani e gatti e packaging riciclabili.

I prodotti Monge sono tutti No Cruelty Test: vengono eseguite prove di appetibilità volontarie in ambiente domestico, quella che in Monge si chiama la "prova della ciotola", la più naturale possibile.

Infine un criterio di sviluppo sostenibile che interessa tutta la produzione e coinvolge tutti i reparti dell'azienda.

Cento novità a scaffale nel 2022

Tra i successi e i traguardi raggiunti nel 2022, senza dubbio uno dei più significativi è il lancio di ben 6 nuove linee di prodotti con oltre 100 referenze.

- 52 referenze *Monge Gift*, la linea rivoluzionaria di snack Grain e Gluten Free, arricchiti con ingredienti funzionali e con superfood, selezionati per le loro proprietà nutrizionali e associati a una specifica proteina per esaltarne l'efficacia sul benessere dell'animale.
- 25 referenze *Monge Supreme*, la linea ultrapremium Grain Free per gatti in pratiche buste e lattine con ricette esclusive a base di tonnetto striato pescato nel rispetto dell'ambiente e della biodiversità con l'aggiunta di superfood (verdura e frutta) o wondersea (pesci) selezionati per le loro particolari caratteristiche nutrizionali.
- 6 nuove lattine *VetSolution* da 400 g, alimenti dietetici in patè in lattina nelle formulazioni *Hypo Monoprotein*, *Diabetic and Obesity* e *Gastrointestinal*.
- 14 nuove referenze di crocchette e croccan-

- 52 *Monge Gift* recipes, the revolutionary line of grain-free and gluten-free treats, supplemented with functional ingredients and superfood, selected after their specific functionality and combined with a specific protein, to the advantage of the pet organism.
- 25 *Monge Supreme* recipes, the ultrapremium grain-free line for cats in handy pouches and tins, with exclusive recipes containing skipjack tuna fished respecting the environment, plus Superfood (vegetables and fruit) or Wondersea (fish) selected after their nutritional effect.
- 6 new *VetSolution* 400g tins, dietary food in pate. Formulas available: *Hypo Monoprotein*, *Diabetic and Obesity* and *Gastrointestinal*.
- 14 new recipes *Monge Natural Superpremium*, the single-protein recipes for puppies and kittens with alternative protein sources including trout, pork or duck for dogs and beef or duck for cats.
- *Monge Easy Green Barley*, the eco-friendly and biodegradable vegetable litter with 100% Italian barley. Excellent odour control, ultra-clumping and made in Italy.
- 10 *Patè* and *Maltagliati Lechat Excellence* pouches, the extraordinary innovation in the pet food wet segment: four single-protein pates in handy single-serve pouches and 6 recipes of delicious Maltagliati morsels with sauce and vegetables.

SUPPORT PET WELL-BEING AND INFORMATION TRANSPARENCY

Monge products stand out in terms of high-quality raw ingredients, carefully selected after their nourishing features and mostly of Italian origin. Recipes are developed by the company's nutritionists: thanks to research, innovation and experience, they develop specific food for the needs of cats and dogs. *Monge* and *Excellence* recipes contain fresh meat to improve palatability and digestibility; *Monge Natural Superpremium* is the Italian specialist of single-protein recipes on both dry and wet; there are also low-cereal recipes by *Monge BWild Low Grain* and *Monge BWild Grain Free*: they are all free from added artificial colouring or preserving agents.

Among Monge values, transparency towards customers is a key value: the proof is the clear and easy comprehension of ingredients and their percentage on the label.

"Monge, the pet food that speaks clearly" is not just a catchphrase, but the daily commitment of Monge family and all employees towards millions of customers choosing Monge products every day in Italy and company.

AMONG THE LEADERS IN EUROPE

The excellent result of the Monge Spa, especially during the past 10 years, is definitely related to the huge resources invested by Monge family on logistic, communication and industry improvement. The manufacturing capacity of the two dry/wet plants will be more than doubled in the next three years. The goal is to create one of the most important pet food plants in the world, with a unique and leading feature: being the only company capable to manufacture 100% of the calorie intake of cats and dogs (dry and wet food, pate, mousse and treats) in only one manufacturing site, located in Monasterolo di Savigliano.

Monge can boast a record on wet products: morsels are oven baked (it is a unique technique in Europe), which makes them crispy and increasingly palatable.

Continuous sterilization in a Stork Tower makes sure that cans are



tini *Monge Natural Superpremium*, ricette Monoprotein per cuccioli e kitten con fonti proteiche alternative quali trota, maiale o anatra per cani e manzo o anatra per gatti.

- *Monge Easy Green Orzo*, la nuova lettiera vegetale 100% ecologica e organica, con 100% di orzo italiano. Ottima per il controllo degli odori, ultra agglomerante e made in Italy.
- 10 buste *Patè e Maltagliati Lechat Excellence*, vere novità nel comparto petfood umido: 4 referenze di patè monoproteici in pratiche buste monoporzione e 6 referenze di prelibati bocconcini maltagliati in salsa con ortaggi.



Luciano Fassa, Direttore Generale Monge Spa/General Director Monge Spa

A sostegno del benessere degli animali e della trasparenza nelle informazioni

I prodotti Monge si distinguono per l'utilizzo di materie prime di alta qualità, accuratamente selezionate per le loro proprietà nutrizionali e per la maggior parte di origine italiana. Le ricette sono sviluppate da nutrizionisti interni che, grazie a una continua ricerca, innovazione ed esperienza, riescono a proporre alimenti specifici per le esigenze di ogni cane e gatto. In tutte le ricette *Monge* ed *Excellence* è presente carne fresca per migliorare appetibilità e digeribilità; *Monge Natural Superpremium* è lo specialista italiano delle ricette Monoprotein sia in ambito secco che umido. Poi le ricette a basso contenuto di cereali firmata *Monge BWild Low Grain* e la linea *Monge BWild Grain Free 100%* senza cereali: naturalmente tutte senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti.

Tra i valori che contraddistinguono l'azienda, la trasparenza nei confronti del consumatore è sicuramente uno dei principali, che si esplicita in chiarezza e facilità di comprensione di tutti gli ingredienti riportati in etichetta e delle loro percentuali.

“Monge, il pet food che parla chiaro” non è solo uno slogan, ma l'impegno quotidiano della famiglia Monge e di tutti i dipendenti della Società nei confronti dei milioni di consumatori che ogni giorno scelgono i prodotti Monge in Italia e nel mondo.

cooked sustainably and respecting the environment, thanks to the hydrostatic principle behind the process.

The company is completely automated, thanks to a computerised management model integrated in production and logistics and purchasing department, to optimize in and out flows. This increases the manufacturing efficiency, the stock management in the automated storehouse with over 42,500 pallets and deliveries to over 11,000 customers

All raw ingredients are scanned for unwanted substances, which might compromise the product's quality. Two internal specialized laboratories carry out advanced tests to guarantee quality control on raw ingredients and all the products of the range, even on litter and single-serve food from Thailand.

Monge laboratory team includes 12 people carrying out advanced tests, such as Real Time PCR to detect species DNA or GMOs and HPLC, to validate the nutritional profile of all raw ingredients and finished products.

The new automated storehouse is a jewel: thanks to its capacity of over 42,500 pallets, it is one of the largest storehouses in Italy, definitely the largest one in the pet food sector.

During the past few years, relevant goals have been reached thanks to EX.PRO project, co-financed by the European Union: they helped launch new LID (Limited Ingredients Diet) for the sustainable development of high-quality and Made in Italy pet food.

FUTURE ORIENTED

Monge & C. Spa goal for 2023 is to reach a revenue of 600 million Euros and support the growth by gaining new market shares in Italy, besides reaching the 130 countries served abroad.

To pursue such ambitious goals, it is necessary to rely on adequate manufacturing capacity and carry on industry investments capable to support the growth:

- Production of wet food in cans: +80% from April of 2023, with overall production of 2,2 million cans/day.
- Single-serve production: doubled manufacturing capacity on pouches for cats and dogs and single serve food with two new production lines within August 2024.
- Production of dry food: Monge family has carried out the most relevant investment on manufacturing, stocking of raw ingredients and finished products as well as packaging lines to ensure a manufacturing capacity that might be more than doubled by the end of next year.

Investments on Research & Development will continue, together with national research institutions and local Universities of Veterinary Medicine.

The recent challenges of the sector have further increased the competition level. Manufacturers are forced to meet a growing demand of high-quality food, which also features a final price capable to limit the greater costs related to raw ingredients and energy.

CONCRETE COMMITMENT TOWARDS THE ENVIRONMENT

Monge policies are oriented towards a sustainable economy and it is a Green Company, with internal manufacturing of empty cans and lids to reduce environmental impact: company manufacturing empty cans are located mainly in Southern Italy and this would require hundreds of thousands km every year to carry empty cans, which cannot even be piled.

That is why, back in 2007, Baldassarre Monge chose to



Tra i primi in Europa

La crescita imponente di Monge Spa soprattutto negli ultimi 10 anni è certamente legata alle tante risorse messe a disposizione dalla famiglia Monge per gli investimenti industriali, logistici e di comunicazione. La capacità produttiva dei due stabilimenti di prodotti dry e wet verrà più che raddoppiata nei prossimi 3 anni. L'obiettivo è quello di creare uno dei più importanti stabilimenti di pet food nel mondo con una caratteristica distintiva e unica sul mercato: essere l'azienda in grado di produrre all'interno di un solo sito produttivo, situato a Monasterolo di Savigliano, il 100% di fabbisogno calorico di cani e gatti con prodotti secchi e umidi, bocconi, patè e mousse e infine gli snack.

Proprio sui prodotti umidi Monge vanta da sempre un primato: la loro cottura al forno, procedimento unico in Europa che rende il boccone "sempre al dente" e ancora più appetibile.

Inoltre le lattine vengono sterilizzate in torre stork a ciclo continuo con un processo sostenibile e rispettoso dell'ambiente grazie alla tecnologia basata sul principio idrostatico.

L'azienda è totalmente automatizzata con un modello di gestione di tutte le linee produttive totalmente informatizzato tra produzione, logistica e ufficio acquisti con una miglior ottimizzazione dei flussi in e out, contribuendo in questo modo ad efficientare la programmazione di tutte le produzioni, la gestione degli stock nel magazzino automatico con oltre 42.500 posti pallet ed infine le spedizioni su oltre 11.000 clienti.

Tutte le materie prime vengono analizzate prima dello scarico per la ricerca di sostanze indesiderate che potrebbero compromettere o comunque variare la qualità della ricetta dell'alimento finale: Monge vanta due moderni laboratori interni per l'assicurazione e il controllo qualità delle materie prime e di tutti i prodotti dei vari brand, anche quelli commercializzati, come le lettiere e le monodosi thailandesi.

Il team di laboratorio Monge, composto da 12 persone, svolge analisi avanzate quali PCR Real Time per la ricerca di DNA di specie o OGM e HPLC in grado di validare i profili nutrizionali di tutte le materie prime e dei prodotti finiti.

Infine il gioiello per la gestione degli stock di prodotto finito: il magazzino automatico di Monge & C. Spa, con una capienza, come detto, di oltre 42.500 posti pallet, è uno dei più grandi e moderni magazzini esistenti oggi

manufacture them within the plant (the first pet food plant in Europe): a visionary idea that currently places Monge among the leaders in sustainability.

80% of energy used is self-created through photo-voltaic panels on the plant's roof, a cogeneration system and a turbine. The heating of the whole manufacturing plant reuses hot water necessary in production steps.

Over 90% of waste is recycled.

Future planned investments will provide Monge fleet, which already includes over 40 trucks, with natural gas trucks to reduce CO₂ impact on the environment. The fleet distributes products within short or medium range.

The path of trucks to recover raw ingredients and to deliver finished products or restock packaging material are optimized every day.

This allows to save over 1,000 tons of CO₂ every year.

nel nostro Paese, certamente il più grande nell'ambito del pet food.

Il magazzino automatico ha sostenuto in questi anni la crescita della Società ed è stato certamente un elemento vincente; proprio per questo la famiglia Monge ha definito e approvato ulteriori investimenti per la costruzione di un secondo polo logistico con un nuovo magazzino automatico, che porterà la capienza totale a oltre 100.000 posti pallet.

In questi ultimi anni importanti risultati sono stati raggiunti anche grazie ai progetti EX.PRO cofinanziati dall'Unione Europea, che hanno permesso il lancio di nuovi prodotti LID (Limited Ingredients Diet) per lo sviluppo sostenibile del pet food made in Italy di alta qualità.



Il nuovo magazzino automatico
New automated storehouse

Guardando al futuro

L'obiettivo di sostituire con Monge & C. Spa per il 2023 è quello di avvicinarsi ai 600 milioni di euro di fatturato e di sostenere questa crescita continuando a conquistare nuove quote di mercato in Italia e raggiungendo i 130 Paesi serviti all'estero.



Per obiettivi così ambiziosi è necessario avere alle spalle una capacità produttiva e investimenti industriali tali da sostenere questa crescita:

- Produzione umido in lattine: +80% a partire da aprile 2023, con produzione complessiva che potrà sfiorare le 2.200.000 lattine al giorno.
- Produzione single serve: raddoppio della capacità produttiva delle buste cane gatto e delle monodose, con due nuove linee di produzione su questi formati e sul multipack, la cui attivazione è prevista entro agosto 2024.
- Produzione prodotti secchi: è il comparto sul quale la famiglia Monge ha riversato i maggiori investimenti sulla produzione, sui silos di stoccaggio materie prime e prodotto finito e sulle linee di confezionamento, per avere una capacità produttiva che potrebbe quasi raddoppiare entro la fine del prossimo anno.

Proseguiranno inoltre importanti investimenti per lo sviluppo di nuovi prodotti e soprattutto di ricette e materie prime sostenibili, in collaborazione con Enti di ricerca nazionali ed internazionali e alcune tra le più importanti facoltà di Medicina Veterinaria del nostro Paese.

Le recenti sfide nell'ambito del settore hanno alzato ulteriormente l'asticella dal punto di vista competitivo, imponendo ai produttori di pet food di rispondere a una maggiore domanda di alimenti di elevata qualità e allo stesso tempo di proporre al consumatore finale un prezzo in grado di assorbire e contenere il più possibile i maggiori costi per l'industria in termini di approvvigionamento di materie prime ed energetico.

L'impegno concreto a favore dell'ambiente

Monge da sempre promuove politiche indirizzate allo sviluppo di un'economia sostenibile ed è a tutti gli effetti una "Green Company". Basti pensare che da 15 anni le lattine vuote



Le lattine vuote e i coperchi sono prodotti internamente per contenere l'impronta ambientale
Empty cans and lids are manufactured internally to reduce environmental impact

e i coperchi sono prodotti internamente per contenere l'impronta ambientale: i maggiori stabilimenti di lattine vuote in Italia si trovano per lo più al Sud e questo comporterebbe centinaia di migliaia di km ogni anno per trasportare lattine vuote (che per loro natura non sono impilabili e occupano spazio): quindi di fatto si trasporterebbe aria.

Per questo motivo nel lontano 2007 Baldassarre Monge decise di produrle in casa, unico stabilimento di pet food in Europa; un'idea certamente "visionaria" per quei tempi, che oggi posiziona Monge ai vertici nell'ambito della sostenibilità.

L'80% dell'energia consumata è autoprodotta grazie a pannelli fotovoltaici installati sui tetti dei vari stabilimenti, un cogeneratore e una turbina. Il riscaldamento dei diversi siti produttivi avviene attraverso il riutilizzo dell'acqua calda necessaria nelle fasi di produzione. Infine, sempre con l'obiettivo della sensibilità verso l'ambiente in cui viviamo con i nostri amici a quattro zampe, oltre il 90% dei rifiuti prodotti è mandato a recupero.



L'80% dell'energia consumata è autoprodotta, grazie anche ai pannelli solari
80% of energy consumed is self-produced, also thanks to solar panels

In futuro gli investimenti già programmati doteranno la flotta logistica Monge, già composta oggi da oltre 40 autotreni di proprietà, di nuovi automezzi alimentati a gas metano per distribuire i prodotti a breve e medio raggio, con l'obiettivo di ridurre quanto più possibile l'impatto di CO₂ sull'ambiente. A tal proposito i flussi logistici vengono ottimizzati quotidianamente tra i percorsi degli automezzi in consegna con il prodotto finito e quelli dei viaggi di rientro per il ritiro delle materie prime e dei materiali utili alla produzione.

Tutto questo si stima possa portare un risparmio di oltre 1.000/1.100 tonnellate di CO₂ ogni anno. (M.P.)



DRY + WET + SNACK = TRIS FEEDING

Gli snack continuano a trainare il mercato del petfood, con una crescita che supera il 20% a valore anche nel 2022. Gli snack funzionali e *Maintenance* sono ancora più dinamici, con crescite che sfiorano il 25%.

Monge Gift è la risposta a questo mercato, una nuova linea rivoluzionaria di snack per cani e gatti arricchiti con ingredienti funzionali e superfood, selezionati per le loro specifiche caratteristiche nutrizionali a beneficio dell'organismo animale.

Tutte le ricette, made in Europe, sono state sviluppate come diete esclusive Grain Free e Gluten Free e con un limitato apporto calorico.



È possibile scegliere tra diversi gusti in ogni categoria, ognuno sempre accompagnato da un superfood della frutta e botanico: ananas, more, mirtilli rossi, banana, pera, mela, mandarino, melagrana, aloe vera, curcuma, artiglio del diavolo, limone, castagne, alga clorella, camomilla, olio di microalga, spirulina, betaglucani, menta piperita, salvia, anice, prugne, mirtilli blu, albicocca, melissa, rosa canina, lievito, trifoglio rosso e foglie di carciofo.

La linea *Monge Gift* si pone al vertice della categoria snack anche per le referenze disponibili: un'ampia gamma di ricette - in totale ben 52 - tra cui molti snack formulati con una singola fonte proteica animale da associare alle alimentazioni con ricette

monoproteina dry e wet di *Monge Natural Superpremium*: quindi la stessa proteina per il nostro amico a quattro zampe con il concetto "Tris Feeding" di Monge dry + wet + snack per garantire il giusto apporto di gusto e nutrienti nella vita quotidiana dei pet. Tutti i prodotti non contengono coloranti artificiali né zuccheri aggiunti e come detto sono made in Europe.



DRY + WET + SNACK = TRIS FEEDING

Treats continue to lead the pet food market, with a +20% value growth in 2022 as well. Functional treats and *Maintenance* are even more dynamic, with nearly +25% growth.

Monge Gift is the reply to the market: a new and revolutionary line of treats for cats and dogs supplemented with functional ingredients and superfood, selected after their specific nutritional features with beneficial effect on the pet's organism.

All recipes have been developed as exclusive diet Grain Free and Gluten Free, with limited calorie intake. Each category offers various recipes with specific Superfood ingredients (from fruit and botanicals): pineapple, blackberry, cranberry, pear, apple, tangerine, pomegranate, aloe vera, turmeric, devil's claw, lemon, chestnut, chlorella alga, chamomile, microalgae oil, spirulina, beta glucans, peppermint, sage, aniseed, plum, blueberry, apricot, lemon balm, dog rose, yeast, red clover and artichoke leaves.

Monge Gift is at the top of the treat segment also in terms of recipes available: a broad range of 52 recipes, including several treats with a single animal protein source. They can be combined with single-protein dry and wet food featuring the same-protein from *Monge Natural Superpremium* range: same protein for pets with Monge Tris Feeding concept (dry + wet + snack), to ensure the right intake of flavours and nourishing substances in pets' daily life. All products are free from artificial colouring agents or added sugar; as already said, they are made in Europe.



SCOPRI IL GUSTO DEI SUPERFOOD: MONGE SUPREME

Pratiche bustine e lattine da 80 grammi: ecco i formati che caratterizzano *Monge Supreme*, la linea pensata per il palato raffinato di ogni gatto, la gamma superpremium formulata per il canale specializzato e destinata a un consumatore attento, informato ed esigente. Gli alimenti sono specifici per gattini, gatti adulti e gatti sterilizzati e preparati con materie prime di altissima qualità selezionate per le loro proprietà nutrizionali. Tutte le ricette contengono squisiti pezzi di pesce ad elevato valore biologico, ancora più appetibili e digeribili con la cottura a vapore, che mantiene intatti i sapori senza stressare i nutrienti fondamentali. Formulazioni pregiate - con tonnetto striato selezionato con cura e pescato nel rispetto di ambiente e biodiversità - arricchite di superfood (verdura e frutta per una dieta equilibrata e varia e ricca di valori nutrizionali) e wondersea (pesci con particolari caratteristiche nutrizionali). Le ricette sono formulate con superfood come quinoa, zucca, olive e broccoli e quelle in lattina con tè verde matcha, cocco e ginkgo biloba, ingredienti ricercati particolarmente ricchi di antiossidanti e minerali. Verdure e fibre vegetali favoriscono il mantenimento del peso corporeo ideale del gatto e la sua vitalità quotidiana. L'inserimento della quinoa in molte ricette Grain Free formula soddisfa la richiesta di un'alimentazione priva di cereali destinata a soggetti con specifiche esigenze nutrizionali. La formulazione contiene inoltre frutto-oligosaccaridi (F.O.S.), prebiotici per il benessere intestinale. La linea *Monge Supreme* è prodotta senza coloranti né conservanti aggiunti ed è No Cruelty Test. È possibile scegliere tra ben 25 nuovi prodotti: 13 ricette prelibate in bustina (di cui 3 referenze *Kitten*, 6 *Adult* e 4 *Sterilized*) e 12 ricette sfiziose in lattina (di cui 2 referenze *Kitten*, 2 *Adult*, 7 *Sterilized* e 1 *Senior*).



DISCOVER THE TASTE OF SUPERFOOD: MONGE SUPREME

Handy 80g pouches and cans: these are the sizes of *Monge Supreme*, the line dedicated to the fine palate of every cat. The super-premium range is dedicated to the specialist channel for attentive, informed and demanding customers. Products are specifically developed for growing kittens, adult cats and neutered cats. They contain high-quality raw ingredients selected after their nutritional features. All recipes contain delicious fish with elevated biologic value, which are palatable and digestible through gentle and light steam cooking: it preserves flavour without stressing fundamental nourishing substances. Exclusive formulas - with carefully selected skipjack tuna, fished respecting environment and biodiversity - are supplemented with superfood (vegetables and fruit for a diet rich in nourishing values, balanced and varied) and wondersea (fish with special nutritional features).

Recipes contain superfood such as quinoa, pumpkin, olives and broccoli. Canned recipes contain matcha green tea, coconut and ginkgo biloba, selected ingredients rich in antioxidants and minerals. Vegetables and fibres help preserve cats' ideal body weight and its daily vitality. Using quinoa in different Grain Free formulas also complies with the requirement of a cereal-free diet for pets with specific nutritional needs. Moreover, the formula contains fructo-oligosaccharides (F.O.S.), prebiotics for the intestinal well-being. *Monge Supreme* line is made in Thailand without added colouring or preserving agents and it is No Cruelty Test. It is possible to choose among 25 new products: 13 delicious recipes in pouch (3 *Kitten*, 6 *Adult* and 4 *Sterilized*) and 12 delicious recipes in cans (2 *Kitten*, 7 *Adult*, 7 *Sterilized* and 1 *Senior*).



FIN DALLE PRIME FASI DI VITA: MONGE NATURAL SUPERPREMIUM

Il punto di forza di *Monge Natural Superpremium* è la carne come primo ingrediente, associata a fonti di carboidrati resi altamente digeribili mediante processo di estrusione. Tutte le ricette sono il risultato della ricerca made in Italy, grazie ai continui confronti con allevatori, consumatori e nutrizionisti, per garantire un prodotto gustoso e bilanciato. Per i pet parents che hanno a cuore il benessere del proprio amico a quattro zampe sin dalle prime fasi di vita, Monge ha presentato ben 12 nuovi prodotti che vanno ad affiancarsi alla già ricca proposta di prodotti per gatti *Kitten* e cani *Puppy*.

- *Kitten* (1-12 mesi) *Monoprotein Manzo*, disponibile nei formati 400g e 1,5 kg;
- *Kitten* (1-12 mesi) *Monoprotein Anatra*, disponibile nei formati 400g e 1,5 kg.

I prodotti *Monge Natural Superpremium Kitten* contengono ingredienti esclusivi come rosa canina – con componenti antiossidanti per contribuire a neutralizzare i radicali liberi - e yucca schidigera, per il controllo degli odori intestinali. La presenza di olio di microalga, fonte di DHA, è utile per il sistema nervoso e visivo e l'inclusione di taurina supporta il corretto sviluppo cardiaco.

- *All Breeds Puppy and Junior Monoprotein Maiale* con riso e patate, disponibile nei formati 2,5 e 12 kg;
- *All Breeds Puppy and Junior Monoprotein Trota* con riso e patate, disponibile nei formati 2,5 e 12 kg;
- *All Breeds Puppy and Junior Monoprotein Anatra* con riso e patate, disponibile nei formati 2,5 e 12 kg;
- *Mini Puppy and Junior Monoprotein Salmone* con riso, disponibile nei formati 2,5 e 7,5 kg.

Le formulazioni *Puppy and Junior* di Monge sono arricchite con prebiotici xilo-oligosaccaridi e riso integrale per il benessere intestinale e con superfood come i semi di girasole naturalmente ricchi di omega 6 e vitamina E. Contengono inoltre glucosamina e solfato di condroitina per il supporto dello sviluppo articolare e un bilanciato rapporto calcio fosforo per un regolare accrescimento delle ossa. Tutte le ricette sono formulate con carne fresca e disidratata come primo ingrediente, un'unica proteina animale e un basso contenuto di cereali.

Monge Natural Superpremium dry food è 100% made in Italy e No Cruelty Test.



SINCE BIRTH: MONGE NATURAL SUPERPREMIUM

The most popular point of strength of *Monge Natural Superpremium* is meat as first ingredient, combined with sources of extruded carbohydrates that are extremely digestible. All recipes are the result of made-in-Italy researches, through constant debate with breeders, customers and nutritionists to ensure a tasty and balanced product.

Monge developed 12 new recipes dedicated to pet parents attentive to the well-being of their pet since birth. They join the broad offer of *Kitten* and *Puppy* products for pets up to 12 months.

- *Kitten* (1-12 months) *Monoprotein Beef*, 400 g and 1.5 kg packages available;
- *Kitten* (1-12 months) *Monoprotein Duck*, 400 g and 1.5 kg packages available.

Monge Natural Superpremium Kitten recipes contain exclusive ingredients such as dog rose – with antioxidant substances to fight free radicals – and yucca schidigera, to control intestinal odours. Microalgae oil (source of DHA) is useful for the nervous and visual system; taurine supports the correct heart development.

- *All Breeds Puppy and Junior Monoprotein Pork* with rice and potatoes, available in 2.5 and 12 kg packages;
- *All Breeds Puppy and Junior Monoprotein Trout* with rice and potatoes, available in 2.5 and 12 kg packages;
- *All Breeds Puppy and Junior Duck* with rice and potatoes, available in 2.5 and 12 kg packages;
- *Mini Puppy and Junior Monoprotein Salmon* with rice, available in 2.5 and 7.5 kg packages.

Puppy and Junior formulas by Monge are supplemented by xilo-oligosaccharides prebiotics and whole rice for the intestinal well-being, as well as superfood such as sunflower seeds (naturally rich in omega 6 and vitamin E). They also contain glucosamine and chondroitin sulphate to support the articular development and balanced quantities of calcium and phosphorus to ensure a regular skeletal growth. All formulas feature fresh and dehydrated meat as first ingredient, a single animal protein source and low percentages of cereals.

Monge Natural Superpremium dry food is 100% made in Italy and No Cruelty Test.

UN FUTURO SEMPRE PIÙ ECOSOSTENIBILE, ANCHE NEL LAYOUT

Per garantire ancor più visibilità alla linea *Monge Gift* all'interno del punto vendita specializzato, Monge ha realizzato ben 3 diversi espositori dedicati alla gamma completa di snack. Ad esempio *Expo Gift Poker* è un espositore in cartone alveolare fruibile su 3 o 4 lati, studiato per contenere tutte le 52 referenze *Monge Gift*, 32 per il cane e 20 per il gatto: lo strumento ideale per un inserimento di gamma completo. Monge propone inoltre per tutti i pet shop *Monge Gift Totem*, l'espositore studiato per l'avancassa perfetto per esporre 6 referenze, super consigliato anche per i negozi di piccole metrature dove spesso gli spazi espositivi sono ridotti.

L'espositore *Monge Gift* e quello per *Monge Supreme* rispecchiano la nuova filosofia dell'azienda volta sempre di più al sostegno dell'ambiente, con l'obiettivo di rispettare la natura e limitare gli sprechi: sono espositori interamente riciclabili e creati con carta proveniente da riciclo, li possiamo definire espositori consapevoli ed ecosostenibili.



ECOSUSTAINABLE FUTURE, EVEN IN THE LAYOUT

To ensure extra visibility to *Monge Gift* line in your specialized shop, Monge developed three dedicated displays for the whole range of treats. *Expo Gift Poker* display is made of honeycomb cardboard available on 3 or 4 sides, specifically developed to include all 52 *Monge Gift* products (32 for dogs and 20 for cats). It is the perfect tool to display the whole range.

Moreover, Monge also offers *Monge Gift Totem*, the pop display perfect for 6 products, recommended for small shops as well, where display areas are often small.

Monge Gift and *Monge Supreme* displays reflect the company's philosophy, aiming at respecting the environment and avoiding waste: they can be completely recycled and they are made of recycled paper. An aware and eco-sustainable choice.

UNA SOLUZIONE VET

È importante che il tuo cliente segua i consigli e le indicazioni del veterinario, nel caso sia necessario formulare una dieta specifica per il tuo amico a quattro zampe.

Oggi un aiuto in più viene da *Monge VetSolution*, la linea veterinaria che si amplia con nuove diete umide per il cane nella pratica lattina da 400 g. Le nuove diete *Monge VetSolution* da 400 g sono formulate per particolari fini nutrizionali: *Gastrointestinal*, *Diabetic and Obesity* e *Hypo Monoprotein*.

Sei nuove ricette 100% Grain Free e monoprotein, con un'unica fonte proteica animale e con singola fonte di carboidrati (amido di patate). Le referenze contengono X.O.S. probiotici di ultima generazione, Fit-Aroma® specifico per funzione/referenza e preziosi nucleotidi.

Le 4 nuove referenze *Hypo Monoprotein* sono studiate per la prevenzione e il contenimento di intolleranze a ingredienti e sostanze nutritive, per questo preparate con un'unica fonte proteica selezionata (*Tonno, Maiale, Anatra e Agnello*) e con singola fonte di carboidrati ad alta digeribilità come l'amido di patata (1+1). Tutte le ricette sono integrate con aloe vera, omega 3 e nucleotidi per il benessere cutaneo.

Gastrointestinal è formulato per la gestione dei disturbi digestivi e la riduzione dei disturbi dell'assorbimento intestinale, formulato con un'unica fonte proteica selezionata (*Tonno*) e con singola



fonte di carboidrati, a ridotto contenuto di grassi per una digestione facilitata. L'aggiunta di ippocastano nel Fit-Aroma® favorisce una digestione regolare. Nuova è anche la ricetta *Diabetic and Obesity*, sempre monoprotein, ad alto contenuto pro-



teico e ridotto contenuto in grassi, che favorisce la perdita di grasso mantenendo la massa muscolare magra. La ricetta è integrata con psyllium (Fit-Aroma®) che favorisce il senso di sazietà e con fonti di carboidrati a basso indice glicemico.

Le diete *Monge VetSolution* sono tutte made in Italy, senza coloranti né conservanti artificiali aggiunti e sono riservate solo ai migliori negozi specializzati, farmacie e parafarmacie.

VET SOLUTION

It is important that your customer follows tips and suggestions of veterinarians, in case it is necessary to choose a specific diet for pets.

Monge Vet Solution offers extra supports: the veterinary diet is dedicated to the specialist channel and now includes new dietary wet food for dogs in 400g cans.

The new *Monge Vet Solution* recipes are dedicated to special nutritional needs: *Gastrointestinal*, *Diabetic and Obesity* and *Hypo Monoprotein*. Six new 100% Grain Free and single-protein recipes, with a single animal protein source and a single source of carbohydrates (potato starch). They contain X.O.S. last-generation probiotics, specific Fit-Aroma® for each recipe and precious nucleotides.

The four new *Hypo Monoprotein* recipes help prevent and reduce intolerance to ingredients and nourishing substances: that is why they feature a single selected protein source (*Tuna, Pork, Duck and Lamb*) and a single source of digestible carbohydrates such as potato starch (1+1). All recipes are 100% Grain Free and supplemented with aloe vera, omega 3 and nucleotides for skin well-being.

Gastrointestinal recipe is dedicated to digestive ailments and the reduction of problems related to intestinal absorption. It contains a single selected protein source (*Tuna*) and a single source of carbohydrates and low quantities of fats for easy digestion. Fit-Aroma® with horse chestnut supports regular digestion.

The new *Diabetic and Obesity* recipe also contains a single selected protein source: elevated protein intake and low quantities of fat, to support weight loss and preserves lean muscle mass. The formula is supplemented with psyllium (Fit-Aroma®), which supports satiety, and with sources of carbohydrates with low glycaemic index.

Monge Vet Solution diets are all made in Italy without added artificial colouring or preserving agents. They are available in the best specialized shops and pharmacies.

TI ASPETTIAMO A ZOOMARK, IL MERCATO PET FOOD E PET CARE DEL FUTURO

Se operi nel settore pet o vuoi scoprirne le potenzialità, ti diamo appuntamento a **Zoomark 2023, dal 15 al 17 maggio a BolognaFiere.**

Giunta alla **ventesima edizione**, Zoomark è la **fiera b2b internazionale del pet food e del pet care** e rappresenta un'opportunità unica di sviluppo del business, oltre che un imperdibile momento di incontro e confronto tra i principali player del settore.

INCONTRI

Potrai incontrare clienti e fornitori, e sviluppare nuovi business con ulteriori contatti di valore.

A Zoomark ci saranno **oltre 850 espositori**, il **70%** dei quali esteri, provenienti da **46 Paesi** e rappresentativi delle diverse categorie merceologiche dell'industria pet.

Confermati ben **10 padiglioni collettivi esteri**: USA, Cina, Canada, Brasile, UK, Francia, Grecia, Repubblica Ceca, India, Thailandia.

NUMERI DA RECORD

+800
ESPOSITORI

7
PADIGLIONI

+62.000 mq
AREA ESPOSITIVA

10
PADIGLIONI
COLLETTIVI ESTERI

70%
ESPOSITORI ESTERI

NOVITÀ

L'area **Pet Vision** presenterà una **selezione di prodotti novità**, che guideranno buyer, negozianti, agenti, esportatori e importatori alla scoperta dei **mega trend** del mercato del prossimo futuro. Un esclusivo **concorso** premierà le proposte più innovative lanciate a Zoomark.



ISPIRAZIONE

NEXT è la nuova area di Zoomark riservata alle **Start-Up**, che per la prima volta potranno presentarsi alla pet business community a BolognaFiere. In questo spazio dedicato alle giovani imprese troverai nuove ispirazioni, per vivere una Show Experience all'insegna del progresso.

FORMAZIONE

Quest'anno Zoomark sarà l'**evento leader in Europa nel settore del pet**. Dal 15 al 17 maggio, a BolognaFiere è previsto un ricco calendario di eventi formativi - seminari, tavole rotonde e conferenze -, utili all'aggiornamento e alla crescita professionale.

SHOW EXPERIENCE

Pianifica ora la tua visita a Zoomark! Ti aspettano **tariffe agevolate e promozioni** per viaggi e alberghi, oltre a speciali pacchetti turistici per vivere un'esperienza unica anche "fuori salone", tra tour nella **Motor Valley** e **degustazioni**. Info nella sezione "**Hotel & Travel**" sul sito di Zoomark.

PRODOTTI IN VETRINA



1 BISCOTTI PER CANI GOODNIGHT

Anche ai cani può capitare di non riuscire ad addormentarsi... La soluzione? Un biscottino *Goodnight* prima di andare a nanna, ottimo rimedio rilassante per conciliare il sonno grazie alla presenza della camomilla - che riduce gli spasmi muscolari e favorisce il riposo - e della valeriana, tranquillizzante naturale.

I biscotti, a forma di piccolo osso (dimensioni 3,5x1 cm), sono ricchi di vitamine A, D3 ed E, non contengono zucchero semolato né farine di origine animale e sono totalmente Cruelty Free e OGM Free. I biscotti *Goodnight* sono disponibili in confezioni da 300 e 800 g.

www.rollsrocky.com - info@rollsrocky.com

2 CUCCIA GLOW

Glow è la morbida cuccetta di Ferribiella realizzata in soffice peluche con una fantasia di stelle e lune che si illuminano e brillano al buio. Con pratico fondo antiscivolo, è disponibile in due misure: Small (diametro 50 cm / h 15 cm) e Medium (diametro 67 cm / h 19 cm). *Glow* è ideale per il relax degli amici pelosi, per accompagnarli dolcemente nel mondo dei sogni. La cuccia è disponibile nei tre colori moda bluette, rosa cipria e grigio.

www.ferribiella.it - info@ferribiella.it



3 VOLIERA CHANEL

Chanel è una voliera di grandi dimensioni con struttura in ferro prodotta da MPS Italia. È dotata di pratici posatoi in legno, mangiatoie in plastica e fondo estraibile per facilitarne la pulizia. La comoda apertura sul tetto, con posatoio e gioco in legno, permette al proprietario di interagire con l'animale anche fuori dalla gabbia. La voliera è dotata di pratiche ruote per facilitarne lo spostamento. Le sue dimensioni sono 88x56x174h cm.

www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it

4 SACCO IRIDE

Il sacco nanna Iride fa parte della linea *Premium* di cucce e cuscini dell'azienda toscana Leopet. Ideale per far sì che il cucciolo si senta protetto e al sicuro, si tratta di un vero e proprio "sacco" in tessuto, con interno in soffice e calda pellicetta beige.

Prodotto made in Italy, è disponibile nei due colori rosa e azzurro, metà in tessuto tinta unita e metà in tessuto fantasia à pois. Iride misura 40x50 cm e si può coordinare con cucce e lettini della linea *Premium*.

www.leopet.it - info@leopet.it



5 BALSAMO YUUP!

Yuup! è un balsamo protettivo per polpastrelli 100% naturale. Contiene tra gli altri ingredienti il burro di karité, con le sue molteplici proprietà. *Yuup!* è perfetto per idratare e proteggere le parti più delicate di cane e gatto come polpastrelli, naso e gomiti ed è ideale come protezione da agenti dannosi quali freddo, ghiaccio, calore e sale.

Yuup! è a base di burro di karité, burro di mango, oli di jojoba e mandorla dolce, tea tree oil ed estratto naturale di calendula. È disponibile nel pratico formato da 40 g.

www.yuup.it - info@cosmeticaveneta.it



6 PETTORINA JOGGING

Jogging è la pettorina di Ferplast in rete di nylon per gatti e roditori. Regolabile, distribuisce su più parti del corpo la forza di trazione esercitata sull'animale ed è dotata di aggancio di chiusura tramite clip a scatto e appositi velcri per adattarsi perfettamente alla taglia dell'animale. È disponibile in quattro misure: Small perfetta per criceti, Medium per porcellini d'India, Large ed Extra Large ideale per conigli. Il modello Extra Large è particolarmente indicato anche per gli amici gatti. La pettorina *Jogging* è disponibile in colori misti, secondo disponibilità a magazzino e si può coordinare con guinzaglio elastico abbinato.

www.ferplast.it - info@ferplast.com



7 TRASPORTINO VILMA

Vilma è l'elegante e pratica borsa-trasportino by Pupakiotti, realizzata in vera pelle e ideale per cani fino a 6,5 kg di peso. La struttura interna è molto resistente ma nel contempo super leggera e morbida. I colori disponibili sono cuoio, beige e nero. La borsa è foderata internamente con materiale completamente impermeabile e facilmente lavabile. *Vilma* è dotata di diversi accessori come un tappetino pieghevole impermeabile da viaggio, un guinzaglio di sicurezza con moschettone, 3 pratiche tasche interne, chiusura con cerniera, tracolla in pelle, un comodo fondo rigido per maggior comfort del cane, copri maniglie in pelle e 5 piedini. È disponibile inoltre una pratica sacca interna impermeabile, estraibile, da applicare con comode clip, in versione estiva o invernale in ecopelliccia.

www.pupakiotti.com - info@pupakiotti.com

8 TOILETTE TRÈS CHIC OUTDOOR

Stefanplast amplia la propria gamma di lettieri con la collezione di toilette *Très Chic*, studiate per rendere gli spazi confortevoli alle abitudini dei nostri amici felini senza rinunciare allo stile. Il modello chiuso da esterno *Très Chic Outdoor* è dotato di guscio con pratiche clip incorporate per l'apertura, pensilina antipioggia trasparente e una pratica maniglia per il trasporto. Spaziosa, robusta e facile da pulire, questa toilette è ideale per l'amico gatto che si aggira in casa, in veranda o in giardino. Le sue dimensioni sono di 56x54,5x39h cm. *Très Chic Outdoor* è disponibile nei due colori moda bianco & verde inglese e bianco & tortora chiaro.

www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it



9 IGLOO HARVEY CON GRADINI

La cuccia-igloo *Harvey* è l'ideale per i cani che amano dormire accanto ai propri padroni. Dotata di morbido cuscino reversibile in peluche a pelo lungo con imbottitura in gommapiuma, terrà al calduccio l'amico quattrozampe per tutto l'inverno! La cuccia, foderata in poliestere, è costituita da una comoda casetta con ampi gradini adiacenti (con spazio accessorio interno) che portano a un livello superiore imbottito con piano rimovibile (70x50 cm). Il prodotto è salvaspazio perché interamente pieghevole. Sia cuccia che cuscino sono lavabili in lavatrice a 40 °C e l'intera struttura si può facilmente pulire con un panno. Portata fino a 15 kg.

www.trixie.it - info@trixie.it

10 RIVESTIMENTO MORFEO

Il cuscino per cani e gatti *Morfeo* è un comodo e pratico rivestimento in cotone per i lettini della linea *Dido* di Imac. Grazie a un semplice elastico è possibile rivestire velocemente il lettino rigido rendendo morbido e soffice non solo l'interno ma anche il bordo in plastica della cuccia. *Morfeo* è disponibile in allegre fantasie e in cinque diverse misure (50, 65, 80, 95, 110 cm), per assicurare a cani e gatti un "nido" accogliente e confortevole in cui riposare.

www.imac.it - info@imac.it



LA VETRINA COME MEZZO DI ATTRAZIONE

per favorire il processo di acquisto

GIULIA PEDUZZI

La vetrina del negozio è il tuo biglietto da visita, un canale importante per dare visibilità ai prodotti: devi progettarela seguendo alcune regole ben precise se vuoi catturare l'attenzione del passante - I PARTE

Gli esperti di sales funnel (il processo attraverso il quale le aziende guidano i clienti nell'acquisto dei prodotti), identificano l'allestimento della vetrina di un negozio come il primo elemento della strategia finalizzata ad incrementare le vendite, poiché crea un percorso emotivo in grado di catturare l'attenzione e il coinvolgimento del potenziale cliente.

Lo scopo non è quello di esporre il maggior numero di prodotti possibile.

Lo scopo è incuriosire.

È far fermare le persone, anche quelle più distratte e di fretta.

Lo scopo è vendere.

ALCUNE IDEE "DA URLO" PER ALLESTIRE LA VETRINA PERFETTA

Ti suggerisco ora (e continuerò sul prossimo numero) alcuni consigli per l'allestimento.

La cosa principale è che non devi improvvisare.

Devi pianificare con metodo e secondo un progetto preciso.

1. Punta sul cavallo vincente

Dimentica i concetti di quantità e bellezza.

Non devi esporre né tanti prodotti, né quelli che reputi più belli.

Non sono loro che fanno fermare le persone.

Tanto non accontenterai mai tutti.

Non devi "riempire" la tua vetrina.

Un errore molto comune è quello di esporre una quantità eccessiva di articoli.

La cosa principale è che non devi improvvisare. Devi pianificare con metodo e secondo un progetto preciso



Vitakraft®



RICEVERE UNA RICOMPENSA

...rende felici!

#ILNOSTROMOMENTOFELICE



Ricevere un premio goloso dopo una buona azione rende felici tutti i cani e anche i loro padroni, specialmente se si tratta di snack Vitakraft! Produzione Made in Germany, carne selezionata e tante vitamine. Pochi ingredienti ma di alta qualità, senza aggiunta di zuccheri ed esaltatori di sapidità. Una ricompensa irresistibile in tante varianti, anche vegetariane!

Vitakraft, ogni giorno un momento di felicità.

Scopri di più!



VITAKRAFT.IT

Nulla di più sbagliato! La tua vetrina non è uno strumento progettato per esporre il tuo magazzino, bensì un mezzo pubblicitario efficace per attrarre il passante e invitarlo a entrare nel tuo negozio.

Pensa a un prodotto specifico o a un gruppo di prodotti che vuoi promuovere/proporre. Di volta in volta potrai

puntare su alimenti (quei nuovi biscotti a base di insetti o quella gamma completa 100% naturale), abbigliamento (una nuova linea di cappottini), accessori (guinzagli, collari e pettorine abbinati; una linea di cuscini e cuccette dai colori moda), prodotti per igiene e cosmesi (un nuovo profumo per cani, gli antiparassitari per gatti)...

Insomma, individua un prodotto o una categoria di prodotti e punta su quello.

2. Parola d'ordine: attrarre

Una volta deciso su che prodotto/gruppo di prodotti puntare devi renderli irresistibili.

Devi obbligare le persone a fermarsi.

Pensa a come creare la cornice perfetta per rendere quel/quei prodotti i veri protagonisti della tua vetrina, per venderne il più possibile.

Perché, alla fine, il tuo scopo è vendere.

Ma come?

Devi puntare su un argomento, un tema unico e originale, un filo conduttore che racconti una storia (una festa, una stagione, una ricorrenza, un'occasione speciale).

Ad esempio se devi promuovere gli antiparassitari il tema sarà la primavera, nel caso invece di

cuscini e cuccette potrai utilizzare un tema "notturno", per i caldi maglioni e cappottini l'inverno...

I due elementi fondamentali nella realizzazione scenografica della tua vetrina, una volta deciso che storia raccontare, sono:

● **Elementi fisici.** Complementi d'arredo come manichini con cappottini e maglioni trendy dai colori moda, lune e stelle appese per esporre cuccette e cuscini, fiori e alberi per esporre gli antiparassitari in primavera.





**GIULIA
PEDUZZI**

Amante della lettura e (un po') scrittrice per diletto, impaginatrice e redattrice per lavoro. Ha insegnato Arte Grafica in carcere e nelle scuole. Impagina riviste, cataloghi, libri e tutto ciò che si può leggere. Amante dei viaggi, personal shopper per lavoro e passione, è esperta di tecniche di vendita. È una grande ammiratrice dell'intero Regno animale e vegetale con cui convive quotidianamente in armonia e senza il quale non sarebbe sé stessa.

● **Fondali.** Se le dimensioni della tua vetrina lo permettono, i fondali sono fondamentali per creare la giusta scenografia e far immedesimare il passante con il tema che hai scelto di rappresentare. Cioè per creare una vetrina di forte impatto.

L'immagine di tanti cani che giocano al parco per promuovere giochi e accessori, un gattino e un cagnolino se in vetrina esponi "dalla A alla Z: tutto per i cuccioli", l'immagine di un bambino che ride felice con il suo amico pet per promuovere l'idea di benessere legata agli antiparassitari, un fondale che rappresenti un salone di bellezza per promuovere un nuovo profumo per cani e i prodotti per la cosmesi.

3. Un arcobaleno di colori

Hai scelto il prodotto, hai scelto il tema... ora dai un tocco personale di colore!

I colori sono molto importanti perché, come ben sappiamo, giocano con il nostro inconscio e suscitano in noi determinate sensazioni...

Ovviamente dovrai coordinarli con il tema/storia della tua vetrina.

Ad esempio per la primavera sono perfetti i colori pastello... per l'inverno i colori più freddi come bianco, grigio e ghiaccio... il Natale fa pensare al rosso e così via...

In alternativa ai colori tradizionali puoi eventualmente utilizzare un particolare colore moda, trend dell'anno.

Insomma... esistono mille colori e sfumature che puoi sfruttare per rendere la tua vetrina ancora più accattivante agli occhi del passante.

L'importante è creare degli abbinamenti in armonia tra loro.

Che tu opti per una vetrina monocolora oppure per una sequenza cromatica (con colori dal più chiaro al più scuro e viceversa), che utilizzi le diverse sfumature di un solo tono o che crei un forte contrasto (solitamente con non più di 2/3 colori), l'importante è che il risultato sia armonico e gradevole alla vista del passante.

Parola d'ordine: non creare caos.

Non perderti il prossimo mese altri preziosi consigli per obbligare le persone a fermarsi davanti alla tua vetrina.

Ti aspetto!

L'allestimento della vetrina è il primo elemento della strategia finalizzata a incrementare le vendite del tuo negozio





REALIZZA LA TUA STRATEGIA

con un budget limitato e poco tempo da investire

SILVIA MARINI

Questo mese ti vogliamo spiegare come gestire in autonomia i tuoi canali social - o con l'aiuto di un professionista serio - partendo da zero e con risorse limitate - I PARTE

Questo mese parleremo di una grande novità. Da oggi, infatti, gestirò i canali social di *Zampotta Pet Business*. Partendo da zero. Tutti ormai sono presenti sui social, in qualsiasi settore. E questa rubrica non è nata forse per capire proprio come utilizzarli al meglio? Così con Cristina Mandaglio, direttore editoriale del magazine, abbiamo deciso che oltre a raccontare e a illustrare strategie social collaudate, inizieremo da zero proprio con *Zampotta Pet Business*, concordando una pianificazione per migliorarne la presenza social.

In questo modo scoprirai, passo dopo passo:

- come partire da zero;
- come ottenere risultati con un minimo di azioni e con poco budget a disposizione da investire;
- come gestire una presenza social, anche con poco tempo a disposizione.

Abbiamo deciso di gestire tutto questo con i canali social del magazine per mostrarti che puoi farlo anche tu.

Continua a leggere e capirai come applicare la nostra stessa strategia ai tuoi canali e realizzare un piano d'azione per un mese.

PARTI DA UN SOLO CANALE

Se devi gestire in autonomia i tuoi social o farti aiutare da un professionista, allora ti consiglio di partire da un solo canale.

Per *Zampotta Pet Business* abbiamo deciso per questo caso studio di iniziare con la gestione di Instagram.

“Per quale motivo sei su Instagram? Cosa vuoi ottenere?”



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



Ecco la domanda che ogni business dovrebbe porsi quando si avvicina a un canale comunicativo.

Dovrai, quindi, fartela anche tu.

Zampotta Pet Business è il magazine di business per gli imprenditori dei pet shop. Dovrà quindi comunicare ai suoi attuali lettori, o potenziali, tutto ciò che riguarda il mondo del pet, con le novità del mercato e i consigli utili sul marketing, dato che annovera al suo interno rubriche dedicate e scritte da professionisti specializzati.

Dunque altro non faremo che modificare il format, ma comunicando on line la “vision” del magazine e come può concretamente aiutare i lettori. Ecco, la stessa cosa la puoi fare anche tu con il tuo business, rispondendo in maniera sincera alla domanda “Perché sei su questo canale e cosa vuoi ottenere?”

Detto ciò, parti con la definizione di un piano editoriale che preveda:

- post di interazione (nel gergo del marketing, “engagement”) che ti facciano aumentare la visibilità e quindi i follower;
- post promozionali che ti servono per vendere i tuoi prodotti o servizi (nel nostro caso avere più lettori);
- post educazionali, di informazione, che servono a dare contenuti formativi e di valore ai tuoi clienti attuali o potenziali (nel nostro caso news di marketing, di settore, notizie su eventi e fiere, etc.). Se hai un negozio di animali, potresti ad esempio fornire una serie di consigli utili su come pulire le zampe del cane con un apposito igienizzante per poi, con i contenuti promozionali, andare a vendere un prodotto specifico per la pulizia.

Una volta compreso ciò, dovrai capire quali contenuti pubblicare.

Mi trovo spesso di fronte a clienti che mi spiegano che il loro problema è quello di non avere idee su cosa pubblicare.

Altre volte, invece, hanno le idee, ma impiegano tantissimo tempo per creare i contenuti.

La cosa migliore da fare è partire proprio dai contenuti che sono stati già realizzati e presentarli da angolazioni differenti. In questo modo, da un singolo contenuto è possibile crearne diversi sui social, avendo sempre qualcosa di sensato da dire, apportando valore e con il tempo fidelizzando i clienti.

Se però hai poco tempo da dedicare ai tuoi canali social e un budget limitato da investire, sia dal lato advertising che per un eventuale professionista che ti possa aiutare nel gestire la comunicazione, allora ecco come puoi fare.

COME STRUTTURARE UN PIANO EDITORIALE

Dopo aver deciso qual è il canale social da cui vuoi iniziare, devi capirne le dinamiche e quali sono i contenuti con cui ti trovi più a tuo agio.

Instagram, per esempio, è il canale visuale per eccellenza: quindi le immagini e i video la fanno da padrone e hanno come obiettivo quello di catturare immediatamente l'attenzione del pubblico. A proposito di questi formati, attenzione però.

A volte pensiamo che la novità del momento, ad esempio i reels, si debbano usare per forza per promuovere al meglio chi siamo e la nostra attività.

Non è sempre così!

Infatti, se è vero che Instagram tenderà a dare maggiore visibilità ai nuovi formati, è anche vero che se “non sono nelle nostre corde”, cioè se ci sentiamo obbligati o forzati a pubblicare a giorni e orari prefissati questa tipologia di contenuti, quello che ne uscirà non ci porterà alcun vantaggio.

Se, quindi, ti trovi a tuo agio a comunicare con i video, perfetto, fai i video.

Se invece preferisci scrivere, parti da questa tipologia di formato. E così via.

Dopo aver deciso quale formato utilizzare, inizia da un solo argomento che possa interessare il tuo cliente, attuale o potenziale, raccontandolo da quattro prospettive differenti.



L'argomento che tratterai dovrà essere collegato a un prodotto che vendi nel tuo negozio. In questo modo, non solo fornirai contenuti di valore alle persone amanti degli animali, ma allo stesso tempo apparirai come figura autorevole e competente del settore e tutti saranno curiosi di provare i prodotti che vendi.

Per ottenere questo risultato, però, ricordati di inserire sempre all'interno dei tuoi contenuti una "call to action", un invito all'azione che, in questo caso, può essere un link al tuo sito web (se vendi on line) o un numero di telefono (se hai un negozio fisico).

Le persone, infatti, sono un po' pigre e hanno bisogno di una piccola spinta iniziale.

Dopo aver deciso quale formato utilizzare, inizia da un solo argomento che possa interessare il tuo cliente, attuale o potenziale

UN ESEMPIO DI PIANO EDITORIALE CHE PUOI APPLICARE SIN DA SUBITO

Immaginiamo che tu abbia un negozio per animali e abbia scelto da quale canale social partire. Potresti cominciare con l'argomento "alimenti per gatti", iniziando dal contenuto principale, e cioè: "Qual è l'alimentazione ideale per il tuo gatto?"

Dopodiché potresti trattarlo da quattro prospettive diverse, in modo da ottenere già da subito quattro contenuti per il mese in corso:

- 1) Un contenuto che generi curiosità, tipo: "Ecco quello che non ti hanno mai detto sull'alimentazione del tuo gatto".
- 2) Un contenuto che generi una lista di cose da fare: "3 errori da evitare quando dai da mangiare al tuo gatto".
- 3) Un contenuto che faccia capire chi sei e come puoi aiutare i tuoi clienti: "Ecco come [NOME DI UN GATTO DI UN TUO CLIENTE] ha migliorato la sua alimentazione con il nostro cibo e i nostri consigli".
- 4) Un contenuto con la descrizione dei benefici di un tuo prodotto per l'alimentazione del gatto.

Pubblica i quattro contenuti una volta alla settimana, nello stesso giorno e alla stessa ora.

In questo modo, avrai creato una rubrica che il tuo potenziale cliente si abituerà a seguire con cadenza regolare (un po' come i nostri articoli della rivista).

Poi, accanto a questo piano editoriale, pubblica sempre una volta a settimana un contenuto promozionale correlato agli argomenti che tratti.

In questo modo, avrai due contenuti a settimana, che non sono pochi.

Ricorda: l'importante è la qualità, non la quantità di pubblicazione. Meglio pochi contenuti curati, che tanti postati a caso e realizzati in 5 minuti.

CONCLUSIONI

In questo articolo ti ho mostrato come, partendo da un argomento principale, in poco tempo puoi realizzare un piano editoriale per un mese. Continuando con questa strategia per i mesi successivi, potrai coprire un anno intero di contenuti. Sui social è importante promuovere questi contenuti per farli vedere a più persone possibile (chiaramente che abbiano un animale e che siano, quindi, in target con la tua attività).

Come fare però se hai un budget limitato da investire per promuovere i contenuti dei tuoi social?

Di questo argomento parleremo nella II parte dell'articolo, sul prossimo numero. Non te lo perdere!



**SILVIA
MARINI**

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

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

METTI IN MOTO LA MACCHINA DEL MARKETING

e otterrai risultati come mai prima

NICOLA BENINCASA

Niente succede, se niente fai. Ecco un caso studio: come vendere cappottini per cani con una "semplice", ma corretta, campagna social

Vendere è facile, se sai come fare.
Questo è il modo migliore per iniziare questo articolo. Ma io modificarei la frase in: "vendere è facile, soprattutto se inizi a farlo sapere ai tuoi possibili clienti".

E siccome a spiegare sono buoni tutti o quasi, è con l'esempio e con la dimostrazione pratica sul campo che si può davvero mostrare che vendere di più è possibile, basta seguire le regole.

E leggere i miei articoli, ovviamente.



Caso studio: Da novembre a gennaio, la campagna sui cappottini ha registrato 169 contatti con un costo di 0,89 € a contatto. Numeri dimostrabili. Come abbiamo fatto? Continua a leggere...

Non è un post al giorno che ti farà vendere di più. È fare le campagne corrette che ti farà vendere di più. Inizia a prendere questo come un mantra e potrai toccare con mano i risultati.

Impostare una campagna per un negozio locale di animali è abbastanza semplice. Lo vedremo insieme tra poco.





MADE IN ITALY

Ricette di Campagna



ALTA DIGERIBILITÀ - ALTA ENERGIA - ALTA APPETIBILITÀ

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

- ALLEVATORI
- ATTIVITÀ SPORTIVE
- PROFESSIONISTI DEL SETTORE

DISPONIBILI IN 3 RICETTE:

PUPPY

MAINTENANCE

ENERGY

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



MISTERPET www.misterpetsrl.com

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

Il successo però non sta nella “tecnica”.

Il successo sta nella strategia.

Ora ti mostro il dietro le quinte della nostra strategia che ha portato risultati ottimi per questo cliente.

STRATEGIA DI VENDITA: CREA IL TUO IMBUTO O FUNNEL

Come dico spesso, la confusione è il peggior nemico della vendita.

Vale offline così come online.

Ciò significa che più il tuo funnel (che, ricordiamo, è il processo attraverso il quale le aziende guidano i clienti nell'acquisto dei prodotti) è complesso, più corre il rischio di seminare colli di bottiglia a destra e sinistra.

Il che comporta un aumento dei costi e risultati minori.

Cosa abbiamo fatto?



STEP 1: DEFINIRE LA STRATEGIA DI OFFERTA.

L'offerta è il braccio armato della vendita. È sicuramente l'aspetto più importante.

Se l'offerta fa schifo, non venderai.

Se l'offerta è buona, venderai a palate.

Puoi avere il copy e la grafica migliori del mondo.

Ma se l'offerta non è all'altezza, la campagna non funzionerà.

La nostra offerta: sconto del 20% sulla nuova collezione, sconto 50% sulla vecchia collezione. Si parla, come detto, di cappottini per cani.

Definita l'offerta abbiamo deciso il timing: lancio a novembre, spinta massima a dicembre e consolidamento a gennaio.

STEP 2: PREPARARE IL LANCIO.

È a questo punto che abbiamo deciso di strutturare il funnel in due step: lancio e remarketing.

Nella fase di lancio abbiamo creato post con foto e video che parlassero dei cappottini e del perché con l'arrivo del freddo fosse fondamentale iniziare a pensare a come vestire al meglio i propri pelosi.

Abbiamo sponsorizzato questi post per creare interazioni e andare a popolare - come si dice in gergo - un pubblico per il remarketing.



Il concetto è questo: fai vedere i tuoi post al numero maggiore di persone in target.

Di queste, ovviamente, ci sarà una parte interessata e una no.

Con Facebook e Instagram puoi prendere le persone che hanno dimostrato un interesse e inserirle in una sorta di "contenitore". Questo è il contenitore per il remarketing.



Perché facciamo questo doppio passaggio e non sponsorizziamo subito l'offerta? La risposta è semplice: perché vogliamo abbassare il costo di acquisizione del contatto. E, come vedi, 89 centesimi è un costo molto basso.

Mostrando l'offerta a chi è veramente interessato - e soprattutto ha già avuto conoscenza del negozio - l'offerta stessa ha avuto molto più successo.

È poi con la campagna di remarketing che abbiamo spinto con lo sconto.

L'offerta è il braccio armato della vendita. È sicuramente l'aspetto più importante. Se l'offerta fa schifo, non venderai

RISULTATI

Siamo riusciti a portare al negozio 169 contatti, con un costo di 0,89 € a contatto. Puoi fare da solo i conti per capire che la spesa è stata bassa.

Non posso per motivi di privacy comunicarti i dati sulle vendite, ma credimi, i clienti sono rimasti molto contenti.

Non solo: come ormai sai benissimo, il guadagno non è solo sulla vendita del front end. Avendo ora i dati di contatto di queste persone, il negozio può scrivere loro e-mail e messaggi WhatsApp per le altre promozioni.

La confusione è il peggior nemico della vendita. Vale offline così come online

Insomma... campagna semplice, risultato molto buono.

CONCLUSIONI

La bella notizia? Questa tipologia di vendita è davvero alla portata di tutti. La cattiva? Beh... per una volta non ci sono cattive notizie.

Inizia già da oggi a strutturare le tue campagne.

Meno post, più strategia d'attacco.

Le vendite arriveranno.

Alle tue conversioni.



**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 Confcommercio. www.turbobusiness.it

A K

ア



Iv SAN BERNARD®



1ra

糸



fatte a mano
made in Japan

info@ivsanbernard.it
www.ivsanbernard.it

RIEMPI LA CASSA DELLA TUA ATTIVITÀ:

diventa un vero esperto di marketing

GIULIA PEDUZZI

Consigli pratici e testati per impostare la corretta strategia di marketing per il tuo salone di toelettatura: cosa fare per attirare e trattenere i clienti "giusti" e riempire la tua agenda degli appuntamenti

Come i nostri lettori leggono da sempre nelle pagine delle rubriche del nostro magazine, il vero imprenditore, oltre che avere buone capacità lavorative, deve al giorno d'oggi essere anche un esperto di marketing e avere delle competenze finanziarie (o comunque essere affiancato da qualcuno che le ha).
E fin qui ci siamo.



Lo stesso discorso vale anche per il proprietario di un salone di toelettatura (o di un pet shop che offra anche questo servizio).

Ecco perché abbiamo deciso di aprire questa nuova rubrica.

Perché, se è vero che il titolare di un pet shop e il proprietario di un salone di toelettatura sono entrambi imprenditori, vendere prodotti e offrire servizi richiede strategie di business differenti che vanno meticolosamente pianificate, anche se hanno degli elementi in comune.

Se vuoi essere un bravo imprenditore, riempire la cassa della tua attività e non lavorare h24 ma ritagliarti del (dovuto) tempo libero, non devi solo "saper lavorare con le mani" e

conoscere i prodotti (anche se ovviamente è molto importante).
Devi essere un esperto di marketing.



Già... hai letto bene.
Non solo un esperto di stripping, taglio a forbice e standard di razza.
Anche un esperto di marketing.

ECCO PERCHÉ LE COMPETENZE DI MARKETING SONO IMPORTANTI

Il tuo Salone di toelettatura riuscirà a svilupparsi e a decollare davvero quando:

- sarai in grado di attirare i clienti;
- sarai in grado di stimolarne la spesa;
- sarai in grado di fidelizzare i tuoi clienti il più tempo possibile.

Ovviamente tutto ciò non è semplice da realizzare, devi innanzitutto iniziare a capire e a mettere in pratica dei concetti fondamentali di marketing che ti aiutino a realizzare i tre punti precedenti, cioè:

- imparare a impostare delle campagne per attirare nuovi clienti;
- sapere come si realizza un piano di marketing;
- capire come fidelizzare la tua clientela e fare in modo che non ti lasci più.

PERCHÉ RIVOLUZIONARE LA TUA STRATEGIA DI MARKETING

Ecco i sintomi più comuni di una strategia di marketing non adeguata.

Prova a fare un'autoanalisi: se ne riconosci più di uno, devi correre subito ai ripari cambiando prospettiva e impostando una nuova gestione di marketing, finanziaria e amministrativa della tua attività.

1. I tuoi clienti tendono a spendere il meno possibile. Vengono da te per i trattamenti indispensabili e non sono interessati alle novità. E in più si lamentano del prezzo.
2. Hai difficoltà ad acquisire nuovi clienti, nonostante soldi spesi in pubblicità, offerte promozionali e sponsorizzazioni sui social.
3. I tuoi clienti non acquistano i tuoi prodotti (shampoo, balsami, profumi etc.).
4. La tua agenda, soprattutto in alcuni periodi dell'anno, è piena di ore "buche".
5. Molti clienti che vengono da te ma non diventano abituali, non fissano appuntamenti per rinnovare i trattamenti periodicamente. Non riesci cioè a fidelizzarli.

Se la tua attività "soffre" di questi sintomi, niente paura.

Devi solo impegnarti a cambiare strategia. Perché quella attuale è sbagliata.

Diciamo la verità. Chi parla di marketing o si vanta di esserne un esperto, spesso non è davvero competente in materia.

Fare marketing non consiste (o non solo) in promozioni mensili, giornate porte aperte, pubblicità, offerte on line o sponsorizzazioni delle tue pagine social.

Se il marketing fosse solo questo, la tua cassa sarebbe costantemente piena di soldi e tu non lavoreresti 15 ore al giorno con poca soddisfazione sia economica che professionale.

Impostare una seria campagna di marketing è tutt'altra cosa.

CIÒ CHE CONTA SONO I RISULTATI

Ecco quello che devi ottenere per il tuo Salone impostando la giusta strategia:

- clienti fidelizzati che non andrebbero dalla concorrenza neanche se potessero avere trattamenti gratis;
- clienti che aspettano con ansia le tue novità (prodotti e nuovi trattamenti all'avanguardia);
- un'agenda sempre piena di clienti "modello", cioè persone che spendono, ti seguono e ti danno soddisfazione professionale;
- una lista di attesa di clienti che quando escono dal tuo Salone hanno già prenotato il prossimo trattamento, perché si fidano di te e solo di te.



Nei prossimi articoli di questa nuova rubrica ti darò qualche consiglio di marketing per metterti nelle condizioni di attirare e trattenerne i clienti "giusti" nel tuo Salone di toelettatura, con strategie per riempire la tua agenda e acquisire clienti nuovi. Ti aspetto!



FAI IL PIENO DI CLIENTI E VENDI DI PIÙ

con la comunicazione integrata online e offline

SILVIA MARINI

Una nuova rubrica che di volta in volta ti presenterà casi studio di pet shop che utilizzano questo tipo di comunicazione. Iniziamo con qualche utile consiglio per mettere in pratica un'unica strategia su più canali

In questo primo articolo inizieremo dalle basi. Quindi ti parlerò di cosa si intende con questo tipo di strategia - la comunicazione integrata - e soprattutto come può essere utile per un negozio di animali. Cominciamo!

LA COMUNICAZIONE INTEGRATA

Si tratta di una strategia di marketing che combina diverse forme di comunicazione online e offline per raggiungere un pubblico più ampio e creare un'immagine coerente e riconoscibile di un'attività.

Un tipo di comunicazione particolarmente adatto per i pet shop, perché gli animali domestici sono considerati al giorno d'oggi veri e propri membri della famiglia e i proprietari sono disposti a spendere cifre importanti per la loro cura e benessere.

Ma come può il tuo negozio raggiungere i propri obiettivi di marketing, aumentare i clienti e le vendite attraverso questa strategia?

UTILIZZA LA COMUNICAZIONE INTEGRATA COME STRATEGIA PER IL TUO PET SHOP

Per attirare clienti la tua attività (come ogni attività) deve saper comunicare un'immagine positiva e coerente.

Solo in questo modo le persone saranno invogliate a entrare nel tuo negozio, dove troveranno un ambiente accogliente, professionale, con personale pronto ad affiancarle in ogni decisione con consigli e suggerimenti mirati.

In questo modo potrai fidelizzare la tua clientela.

Per attirare clienti il tuo pet shop, come ogni attività, deve comunicare un'immagine positiva e coerente



4 SETTIMANE DI
PROTEZIONE DAI
PARASSITI ESTERNI
PER IL TUO CANE



TRANQUILLI, C'È

EXSPOT

EXSPOT®

È UNA SOLUZIONE IN GOCCE
CHE PROTEGGE IL TUO CANE
DAI PARASSITI ESTERNI
PER 4 SETTIMANE.



PROTEGGE DA:



ZECCHE



PULCI



PAPPACCI



ZANZARE



PIDOCCHI



MOSCHE

- FACILE DA APPLICARE, SI DISTRIBUISCE IN 24 ORE
- PER CANI DALLE 2 SETTIMANE DI ETÀ
- RIDUCE IL RISCHIO DI TRASMISSIONE DELLA LEISHMANIOSI



NON USARE
NEI GATTI

È un medicinale veterinario a base di Permetrina, senza obbligo di prescrizione.

Leggere attentamente il foglietto illustrativo.

Non utilizzare in animali di età inferiore a 2 settimane di età o con un peso inferiore a quello indicato su ogni confezione. Tenere fuori dalla portata dei bambini.

Chiedi consiglio al tuo veterinario.

AUT. Pub. N. 17/VET/2022



MSD

Animal Health

La scienza per animali più sani.®



eventi per creare un'esperienza coinvolgente e promuovere i tuoi prodotti. In questo modo si contattano i clienti online, per poi portarli a un evento “fisico”.

COME PUOI SVILUPPARE UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE UNICA SU PIÙ CANALI

Come ti ho anticipato, sviluppare una strategia di comunicazione integrata vuol dire essere presente e comunicare con i tuoi clienti su diverse piattaforme.

Per farlo in modo efficace, però, devi prima identificare con chiarezza i tuoi obiettivi di marketing e il tuo pubblico. Ad esempio, se vuoi aumentare le vendite di cibo per cani, il tuo pubblico target

Che non correrà a bussare alla porta della concorrenza non appena uscita dal tuo pet shop.

Perché tu diventerai il suo punto di riferimento.

La comunicazione integrata, infatti, ti permette di non partecipare alla guerra dei prezzi ma di trovare e fidelizzare i tuoi clienti attraverso la creazione di un'immagine forte e coerente sui diversi canali di comunicazione e le diverse piattaforme.

Ad esempio puoi utilizzare i social media per condividere consigli e fornire informazioni utili sulla cura degli animali, creando così una relazione di fiducia con i tuoi clienti e organizzando

eventi per creare un'esperienza coinvolgente e promuovere i tuoi prodotti. In questo modo si contattano i clienti online, per poi portarli a un evento “fisico”.



Una volta decisi obiettivi e pubblico, puoi scegliere i canali di comunicazione a te più appropriati.

Puoi utilizzare la pubblicità sui social media per raggiungere i proprietari di animali domestici creando campagne mirate in base ai loro interessi e, se hai un negozio fisico che non vende online, a dove vivono.

Allo stesso tempo potrai inviare anche volantini e cataloghi per far conoscere ai proprietari di animali domestici della tua zona le ultime offerte e le novità del tuo negozio.

Un altro modo per sviluppare una strategia unica su più canali è quello di organizzare eventi per animali all'interno della tua attività.

Questi eventi possono essere utilizzati per promuovere prodotti e creare un'esperienza decisamente coinvolgente per i clienti.

Potresti invitare, ad esempio, un educatore cinofilo e presentare una dimostrazione di addestramento per cani. In



questo modo i tuoi clienti incontreranno esperti del settore, parteciperanno alla dimostrazione e riceveranno consigli su come prendersi cura dei loro quattro zampe, magari con giochi e prodotti specifici che vendi all'interno del tuo negozio.

MARKETING INTEGRATO: I VANTAGGI PER UN NEGOZIO DI ANIMALI

Oltre a quelli di cui ti ho già parlato, il marketing integrato offre molti altri vantaggi per un negozio di animali.

Innanzitutto ti consente di ottimizzare le risorse e il budget a disposizione, in quanto ti permette di utilizzare i diversi canali di comunicazione in modo sinergico per raggiungere i tuoi obiettivi di marketing.

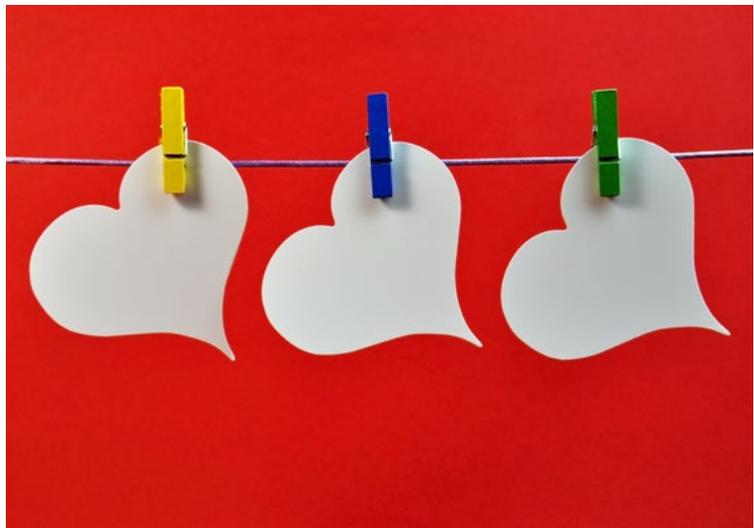
Inoltre, come abbiamo già visto, ti consente di creare relazioni più solide con i clienti.

Questo vuol dire che il valore medio del cliente aumenterà.

Non si limiterà, cioè, a un solo acquisto.

Diventerai il suo "Negozio di animali preferito".

Il marketing integrato inoltre, permettendoti di ottenere feedback immediati sui tuoi prodotti e servizi sui diversi canali, ti consente di adattare la tua strategia di marketing in base alle esigenze e preferenze del tuo pubblico, migliorando la sua esperienza con te.



E se utilizzerai la comunicazione integrata avrai anche un vantaggio competitivo nei confronti dei tuoi concorrenti, distinguendoti dagli altri negozi di animali e creando un'immagine unica della tua attività.

Questo vuol dire che non sarai un semplice negozio di animali come tutti gli altri, ma verrai considerato come *il negozio specializzato nell'educazione, oppure il pet shop specializzato nel benessere animale o l'attività che organizza eventi per animali.*

CONCLUSIONI

Utilizzando una combinazione di canali online e offline, il tuo negozio di animali può sviluppare una strategia unica per raggiungere i propri obiettivi di marketing, aumentare le vendite e creare relazioni più solide con i propri clienti, che continueranno a tornare.

E tu? Vuoi iniziare a utilizzare la comunicazione integrata per la tua attività?

Dal prossimo numero di questa rubrica approfondiremo l'argomento parlando di strategie avanzate, tecniche e casi studio, per aiutarti a utilizzare la comunicazione integrata e aumentare così i clienti del tuo negozio.

Non te lo perdere!



**SILVIA
MARINI**

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

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

POCO NON VA BENE, TROPPO NEANCHE:

come definire il "giusto" compenso del titolare

ASSUNTA INCARNATO

Perché alcune cattive abitudini in tema di compenso del titolare possono metterti in guai seri, come causare una visita da parte dell'Agenzia delle Entrate o farti chiudere l'attività per dissesto finanziario

L'altro giorno mi è arrivato un messaggio da Antonio, che diceva più o meno così: "Ciao Assunta, ti contatto perché sono confuso. Ho una piccola azienda, lavoro tantissimo, ho orari allucinanti, come puoi ben immaginare. L'incasso non è neanche male, solo che pago tutti i giorni fornitori, F24, rate del mutuo, e alla fine non rimane mai niente per me. Com'è possibile? Io non ci sto capendo più niente... Mi puoi aiutare?"

Antonio non è l'unico, anzi...

Innanzitutto, una breve premessa. Spesso tutto ciò capita per colpa di cattive abitudini che nascono quasi sempre dove c'è tanta confusione. E sul tema del compenso del titolare c'è da sempre una grande confusione, dovuta alla scarsa sensibilità alla conoscenza e comprensione dei numeri della propria impresa.

Certo, potrebbe essere complicato per te.

La persona più vicina che dovrebbe aiutarti a fare chiarezza è il tuo commercialista che, numeri alla mano, dovrebbe darti risposte precise ed esaurienti.



APPROVATO
DAI VETERINARI



MADE IN ITALY

Primordial

by Mister Pet

GRAIN FREE

Cinghiale Agnello
Sardina Tacchino

NOVITÀ!
Nuove ricette.

2 Nuovi gusti

anche per i cani più sensibili

- Due nuove formule con carne fresca e carne disidratata
- Ricco di vitamine e minerali Gruppo B - B2 - B3 - B6 e B12, Ferro e Zinco
- Elevata appetibilità e digeribilità

100%
NATURAL

70%
ANIMAL
ingredients

30%
VEGETABLES
herbs and fruits



 MISTERPET

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

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

NATURAL INSTINCT

www.misterpetsrl.com

Per questo motivo rimango particolarmente delusa quando ricevo richieste come quella di Antonio e visto che la domanda mi è stata posta più volte, ho deciso di approfondire l'argomento.

Ma torniamo al punto.

Quanto dovrebbe prelevare Antonio? E come?

Nell'incertezza su come muoversi, Antonio potrebbe commettere due gravi errori.

ERRORE 1: PRELEVARE POCO O NIENTE, PEGGIO SE IN CONTANTI

Antonio ha appena aperto l'attività, deve ancora ingranare, l'incasso è basso e il conto corrente aziendale langue.

Decide allora di prelevare il minimo indispensabile, magari dalla cassa, a fine giornata, man mano che gli serve denaro.

20 euro oggi, 50 la prossima settimana... Secondo il bisogno.

Ma...

Questi prelevamenti in contabilità non vengono registrati (anche perché il commercialista di Antonio tiene la contabilità semplificata, per risparmiare qualcosa...).

Inoltre...

Dalla contabilità di Antonio emerge una perdita.

Una perdita quest'anno, una perdita l'anno prima e quello prima ancora.

Ma allora, se l'attività è in perdita... come fa a vivere?

Questa domanda, che dovrebbero porsi Antonio ma soprattutto il suo commercialista, prima o poi se la pone anche l'Agenzia delle Entrate, che lo convoca e gli chiede di giustificare il suo stile di vita alla luce del fatto che da anni la sua attività è in perdita ma lui riesce comunque a pagare un affitto e a vivere (anche se con poco).

Ci sono diversi criteri che ti aiutano a stabilire un giusto compenso che ti metta al riparo da possibili guai in vista



Stai attento. Preciso meglio.

L'Agenzia non gli vieta di spendere per sé stesso.

Non gli vieta di percepire un compenso.

Non impone ad Antonio di fare la fame.

L'Agenzia delle Entrate si fa solo una domanda logica: "Ma se la tua attività è in perdita da anni, come puoi continuare a campare?"

Gli chiede spiegazioni.

Come fa Antonio a dimostrare che si è limitato a prelevare dal cassetto ciò che gli serviva, giorno per giorno?

In fondo, dalla contabilità non risulta...

Beh, questo è un bel problema.

Perché l'Agenzia delle Entrate ci mette un attimo a pensare che Antonio abbia pagato le sue spese personali grazie a ricavi in nero incassati ma mai dichiarati.

Anche se non è vero.

ERRORE 2: PRELEVARE SENZA ALCUN LIMITE

Antonio lavora tantissimo, ha sempre i neuroni in azienda, e quando finalmente riesce a rilassarsi non si preoccupa di concedersi qualche spesuccia.

Tanto poi basterà portare gli scontrini e le ricevute al commercialista, e ci pensa lui a sistemare i conti.



Lo scontrino della spesa, la cena al ristorante con la fidanzata, lo shopping domenicale, la ricevuta dell'albergo...

Non sono spese che puoi mettere in contabilità e scaricare come costi.

Non è solo un problema fiscale.

È un problema soprattutto di sostenibilità finanziaria.

Se l'azienda di Antonio macina anno dopo anno perdite, molto probabilmente la situazione in banca non sarà rosea, giusto?

Prima o poi i soldi finiscono e se Antonio non sta attento fornitori e banche potrebbero anche innervosirsi.

Tagliargli i fondi.

E potrebbe essere solo l'inizio.

IL "GIUSTO" COMPENSO

Insomma: poco non va bene, troppo neanche.

Ma qual è allora il giusto compenso che Antonio può prelevare?

Ci sono diversi criteri che ti aiutano a stabilire un giusto compenso che ti metta al riparo da possibili guai in vista.

Quello più utile consiste nel calcolare quanto Antonio - se fosse un dipendente e non un imprenditore - dovrebbe guadagnare.

Mi spiego meglio.

Antonio fisicamente elabora gli ordini, organizza il personale e parla con i fornitori.

Ma non solo... prepara le carte per il commercialista e va in banca quando il direttore gli chiede un incontro.

Abbiamo fatto una stima.

Antonio ha lavorato una media di 54 ore a settimana, per circa 50 settimane.

Se dovesse assumere una persona che fa il suo stesso lavoro dovrebbe pagarla tra stipendio, contributi previdenziali, liquidazione e costi accessori, circa 15 euro/ora.

I conti sono presto fatti:

euro 15/ora x 54 ore/settimana x 50 settimane/anno = euro 40.500

Euro 40.500 all'anno, cioè poco più di tremila euro al mese.

Quindi Antonio dovrebbe prelevare mensilmente dal conto corrente aziendale circa 3.000 euro al mese, versarli sul proprio conto privato e solo da quello pagare poi tutte le spese private come affitto, bollette, etc.

E se in banca non ci sono abbastanza soldi?

È un sintomo molto grave, che indica che l'azienda non è strutturata bene e non genera abbastanza liquidità per pagare (giustamente) anche il lavoro di Antonio.

Ma questo è un altro problema, di cui tratteremo nei prossimi mesi.



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

ECOMMERCE: 3 ERRORI COMUNI (GRAVI)

che non devi più commettere nel 2023

FRANCESCO CARUCCIO

Parliamo dell'ovvio che, il più delle volte, così ovvio non è. Quantomeno per i siti eCommerce realizzati dalle web Agency e dai clienti stessi che, pensando di fare cosa giusta, risparmiano sull'agenzia e fanno da soli

Sembra che il mondo dell'eCommerce, da un lato, sia finalmente arrivato a un discreto livello di "maturità", vuoi perché Amazon ha fatto scuola, perché abbiamo dei grandi player anche in Italia e in Europa e perché le informazioni dagli U.S.A. arrivano in tempo reale, quindi possiamo prendere spunto dalle strategie di marketing e dalle funzionalità tecniche che portano soldi nelle casse degli eCommerce.

Spesso però, quando vado a vedere i siti eCommerce che vengono realizzati, noto dei problemi anche gravi, se non gravissimi, che riguardano proprio le basi, l'ABC dell'eCommerce.

Allora mi sono detto: è meglio parlarne, voglio di aiutare chi mi legge a non commettere quegli stessi errori.

Ecco i 3 più comuni e "pericolosi".

ERRORE 1. METTERE DEI COSTI A SORPRESA NELLE SPESE DI SPEDIZIONE

Questo è un grande classico. Intendo dire che lo vedo spesso, se non sempre, nei siti eCommerce.

Ora, se mi stai leggendo e mi segui da un po', sai che io dico sempre di non copiare ciecamente cosa fa Amazon, perché probabilmente è



un qualcosa che a livello di numeri finanziari non puoi permetterti di fare, o non funzionerebbe per te. Amazon è Amazon, tu sei tu.

Però ci sono delle eccezioni.

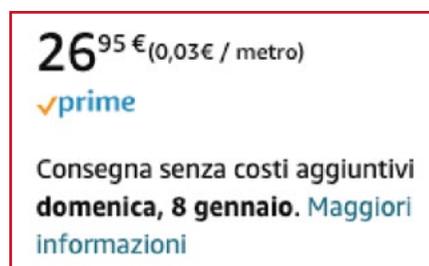
Questa che sto per dirti è una di quelle: una tecnica che puoi, anzi dovresti utilizzare (te lo consiglio vivamente) nel tuo eCommerce.

Prima di parlare della tecnica, è utile ragionare su cosa sia il tasso di abbandono, cioè quel fenomeno per cui le persone, una volta arrivate sul tuo sito, lo abbandonano senza acquistare.

Nel 2022 il tasso medio di abbandono del carrello ha raggiunto circa il 70%, di cui il 48% dovuto a costi aggiuntivi come la spedizione.

In altre parole, il costo della spedizione è una delle principali cause di abbandono del carrello. Se vanno via dal tuo sito, probabilmente è perché stai inserendo i costi di spedizione.

Guarda ora che cosa fa Amazon. Quello che vedi qui affianco è uno screenshot, una schermata catturata dal sito. Stavo consultando un prodotto. Uno a caso, giusto per farti vedere, ma vale per ogni prodotto che trovi su Amazon.



Notiamo due elementi importantissimi:

- costi di spedizione: consegna senza costi aggiuntivi;
- tempo di consegna: domenica 8 gennaio.

Mi dice quanto costa la spedizione. In questo caso niente, perché sono iscritto ad Amazon Prime (il loro modo principale di fidelizzare il cliente).

Naturalmente non è detto che tu possa fare quello che fa Amazon, come ti dicevo poco fa.

Il punto è che i costi di spedizione devono essere chiari.

Sembrerà banale. Ma il fatto di mettere in chiaro i costi di spedizione da subito evitando costi inattesi, mette al riparo anche dall'abbandono del processo di acquisto.

Quindi, cosa devi fare?

Devi mettere bene in chiaro quanto costa la spedizione per l'utente che sta visitando il tuo prodotto. Da quando arriva sul tuo sito, fino al momento di pagare, l'utente non deve vedere variazioni sui costi di spedizione. MAI.

ERRORE 2. OMETTERE INFORMAZIONI ESSENZIALI SULLA CONSEGNA, SUL RESO O INFORMAZIONI INCONGRUENTI

Sempre riguardo lo screenshot di Amazon, mi dice anche quando riceverò la merce. Questo è un punto davvero cruciale. Spesso, personalmente, non compro cose online perché non so quando mi arriveranno.

Può essere per mille motivi, ma principalmente l'utente:

- vuole essere sicuro di ricevere la merce e quindi vuole sapere se sarà a casa;
- vuole essere sicuro anche dei tempi: se un prodotto lo spedisce tra due settimane, vuole saperlo (e probabilmente non compra).

Lo so bene...

Il problema di base è che se sei un piccolo player, lo spedizioniere ti tratta maluccio, ad esempio non viene a ritirare la merce in tempo, dà priorità ad altri clienti che fanno volumi maggiori oppure ti applica delle tariffe incredibilmente alte per darti priorità nelle spedizioni e garantire i tempi di consegna tanto da rendertele sconvenienti.

Tra i miei clienti, più di uno lamenta un trattamento poco corretto da parte del corriere.

Ci sono poi altri elementi che aumentano la fiducia e rassicurano il cliente.

Subito dopo, infatti, Amazon ci rassicura anche sul reso, dicendo che è possibile restituire entro il 31 gennaio.

The image is a screenshot of an Amazon product page showing the return policy. It says 'Politica di reso: Restituibile entro il 31 Gennaio 2023' with a small downward arrow icon. The text is in blue and black. The entire screenshot is enclosed in a red rectangular border.



Ma non solo. Passando il mouse ci spiega anche perché questa è la data nella quale è possibile restituire il prodotto.

Cosa devi fare allora?

Devi mettere in chiaro, nella scheda prodotto, tutte le informazioni.

Che sono:

- Quando viene consegnata la merce. Non essere evasivo o impreciso, non devi dire quando SPEDISCI, ma quando CONSEGNI. Ovvero: quando la merce arriva a casa del cliente, non quando esce dal tuo magazzino.



Negli U.S.A., ad esempio, il mercato è più avanti, più “raffinato” del nostro. I leader del settore come Amazon hanno condizionato gli acquirenti ad aspettarsi la consegna gratuita in giornata. L'80% dei consumatori si aspetta la spedizione gratuita quando ordina una certa quantità di prodotti e il 66% si aspetta la spedizione gratuita per tutti gli ordini online.

Presto arriverà anche da noi questa politica, non c'è via di fuga. In molte città già esiste, come Milano o città nelle quali Amazon ha dei magazzini.

Parlo della velocità di consegna.

Ma anche del fatto che la spedizione è vantaggiosa. Almeno in apparenza.

A mio parere, la spedizione dovrebbe SEMPRE essere gratuita. Fai i conti dei margini sul prodotto. Fai in modo che nel costo del prodotto, rientri il costo di spedizione.

Certo è che se hai un prodotto che offrono tremila altri negozi online e tu sei uno tra i tanti, non puoi fare così. Ma allora il problema è che vendi cose che hanno tutti e non hai nessuna leva sul prezzo disponibile. E in questo caso forse è meglio non cominciare proprio a vendere online.

Più il tuo prodotto è una “commodity”, un prodotto che offrono anche altri, che si può trovare facilmente o per il quale ci sono valide alternative a disposizione, meno puoi permetterti di aggiungere costi di spedizione e avere consegne lente.

Devi metterti nella condizione di avere dei prodotti che i clienti non solo desiderano, ma che non ha nessun altro.

Per il periodo festivo del 2022, gli articoli restituibili acquistati tra il 1 Novembre ed il 31 Dicembre possono essere restituiti entro il 31 Gennaio 2023.

[Consulta la politica di reso completa](#)

- Se è possibile effettuare un reso ed essere rimborsati. Specificalo chiaramente in poche parole, linkando poi la policy per i resi, subito sotto. Per legge un sito eCommer-ce deve dare la possibilità di farlo entro 14 giorni. Specifica se la tua politica aziendale offre un periodo per il reso più lungo, ma anche se è uguale alla norma di legge, scrivilo. È importante ricordare al cliente un suo diritto.

ERRORE 3. AVERE DEI COSTI DI SPEDIZIONE

La questione delle spese di spedizione è delicata.

Il fatto di mettere in chiaro i costi di spedizione evitando costi inattesi mette al riparo anche dall'abbandono del processo di acquisto





**FRANCESCO
CARUCCIO**

Ad esempio, un ricco ingegnere saudita, nel 2011, ha sborsato 55.000 dollari per essere il primo a ricevere la Lamborghini che aveva ordinato, in Arabia Saudita.

Avrebbe dovuto aspettare infatti ben 18 mesi per ottenere la sua Lamborghini Aventador seguendo la lista d'attesa ufficiale, ma ha "saltato la fila", sborsando questa cifra folle.

Quindi la verità non è che le spese di spedizione non si possono pagare o le persone non sono disposte ad aspettare. Semplicemente, se il tuo prodotto non è unico, differente, ricercato, le persone non vorranno aspettare né pagare di più e andranno altrove.

E avrebbero anche ragione, secondo me.

Perché mai pagare di più per ottenere lo stesso prodotto che hanno in mille?

Non ha senso alcuno.

Ma se il tuo prodotto, fatto esattamente in quel modo, risolve esattamente quel problema e lo fa in un modo unico, diverso, innovativo... beh, non hai concorrenza che tenga.

Puoi applicare tutte le politiche di prezzo che desideri.

Cosa devi fare, allora?

Eliminare, si fa per dire, i costi di spedizione. Nasconderli sotto il tappeto, nelle pieghe del costo del prodotto.

L'88% degli acquirenti online preferisce acquistare su siti in cui la spedizione è gratuita, anche se "assorbita" e nascosta nel prezzo del prodotto.

Segnala nel tuo sito che hai la spedizione gratuita, scrivilo in ogni pagina prodotto e inserisci anche dei messaggi in giro per il sito, come ad esempio nella testata iniziale (header) e in homepage.

Mettendo a posto queste "basi" del tuo eCommerce, avrai maggiori chance di vendere ai tuoi potenziali clienti, anche su campagne dove i clienti non ti conoscono e ti vedono per la prima volta.

Buone vendite.

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

segretiecommerce.it - blufrank@segretiecommerce.it

Il fatto di mettere in chiaro i costi di spedizione evitando costi inattesi mette al riparo anche dall'abbandono del processo di acquisto



CHI SEMINA VENTO RACCOGLIE TEMPESTA:

la gestione dei conflitti in azienda

EMILIO GERBONI

Presenza, qualità, frequenza e intensità dei conflitti informano sul clima dell'azienda. E a sua volta il clima dell'azienda permette di prevedere l'esplosione di conflitti e la loro entità

Insomma... ciò che conta di più per la gestione dei conflitti in azienda è “quanto” il terreno sia fertile per far nascere “quali” frutti.

Genericamente potremmo distinguere i conflitti in due macro categorie (distinzione che vale per qualsiasi concetto):

- 1) i conflitti buoni;
- 2) i conflitti cattivi.

L'obiettivo di un qualsiasi gruppo di persone dovrebbe essere quello di generare conflitti buoni.

QUALI SONO LE CARATTERISTICHE DEI CONFLITTI BUONI RISPETTO A QUELLI CATTIVI?

1. Sono espliciti e manifesti vs sono segreti

Non esiste nulla di più dannoso e deleterio, soprattutto per la corretta gestione dei conflitti, di ciò che è segreto. La segretezza impedisce per definizione la possibilità di intervenire. Spesso a situazioni che vengono tenute segrete si legano forti e profonde emozioni.

2. Riguardano problematiche pratiche vs si esprimono come attacchi tra persone

Quando ci si abbassa al livello del “processo alle intenzioni” non si combina mai niente. I conflitti di natura pratica invece permettono di evidenziare limiti e problematiche aziendali che possono essere risolti e sciogliere di conseguenza il conflitto. Se si evidenzia ad esempio un problema di turni, per cui



le persone combattono per ottenere il turno di riposo ma vengono sempre chiamate a lavorare, la questione alla base potrebbe essere la carenza di personale, che a sua volta potrebbe focalizzare l'attenzione su un problema di business model e di procedura interna su cui intervenire.

3. Possono portare l'azienda ad un'evoluzione vs sono indicatori di pericolo grave e minaccia per l'azienda

Come abbiamo appena accennato, la corretta gestione dei conflitti, come quella del turno di lavoro, potrebbe essere di entità minima oppure segnalare una falla madornale che potrebbe decretare il fallimento dell'azienda. Ma a tutto c'è una soluzione, magari meno facile e più costosa, ma c'è sempre.

4. Vengono affrontati con spirito costruttivo vs vengono affrontati con spirito distruttivo

Lo spirito costruttivo nasce dall'accoglienza delle problematiche come elementi non solo inevitabili ma capaci di portare alla luce qualcosa di cui non ci si è accorti. L'atteggiamento distruttivo è invece quello di chi vuole eliminare un problema di cui rifiuta l'esistenza. Da questo punto di vista non dovrebbero crearsi screzi, divergenze e attriti per il solo fatto di lavorare nello stesso posto. Spesso però si creano in ambito aziendale degli intensi rancori che portano solo a inasprire il conflitto piuttosto che a spegnere le fiamme, una guerra in cui nessuno vuole cedere. Così si dimentica che nella stessa squadra la sconfitta di uno è la sconfitta di tutti.

Spesso ci si dimentica che nella stessa squadra la sconfitta di uno è la sconfitta di tutti

5. Freschi di giornata vs conflitti super stratificati in ere geologiche

La linea guida per i problemi è quella di "uccidere il mostro quando è ancora piccolo". I conflitti di prima mano, appena nati, hanno quella chiarezza dell'origine controllata, che non rimanda alla notte dei tempi e di cui si fa fatica a comprendere la natura. Conflitti che invece appaiono irrazionali e senza senso, di principio o non pertinenti né giustificabili, hanno origini lontane, magari personali e non hanno a che fare con il luogo di lavoro, scaturendo da gestioni incancrenite che si sono esponenzialmente irrigidite, inasprando i conflitti e generandone ulteriori.

I DIPENDENTI, IN QUANTO A TEMPO DEDICATO, VENGONO PRIMA DEI CLIENTI

Alla base dei conflitti cattivi c'è spesso un assunto fondamentale di cui si deve tenere conto se si vuole un'azienda che funzioni bene, non solo in termini di risultati di fatturato ma soprattutto di qualità della vita:

le persone richiedono tempo.

Più dedichi interesse alle persone, meno problemi ci saranno e più risultati positivi verranno generati.

Nelle miriadi di casi che mi è capitato di trattare in consulenza rispetto al tema del conflitto tra dipendenti, le seguenti dinamiche sono ricorrenti:

- la consulenza è richiesta da chi subisce il conflitto;
- il soggetto lamenta di essere trattato ingiustamente o di non sapersi districare in dinamiche conflittuali;
- il dipendente in questione solitamente viene punito, ossia paga l'eccessiva disponibilità e collaborazione di cui gli altri si approfittano;
- la dirigenza sembra ignorare completamente i conflitti tra i dipendenti come se non fosse affare suo, il messaggio è "vedetevela voi", avvallando di conseguenza il tipo di comportamento e dinamica che si è instaurata.



Le prevaricazioni e le prepotenze si manifestano primariamente per questioni di potere, controllo delle risorse e accesso a privilegi, invece che orientarsi verso una maggiore efficienza e al gioco di squadra.

L'intervento consiste nel modificare le dinamiche così che il modo di relazionarsi si trasformi e generi conflitti buoni. In caso di impossibilità, viene guidato il dipendente a trovare un posto di lavoro più consono e gratificante.

Non a caso i migliori dipendenti, soprattutto quelli non-sacrificanti, abbandonano le aziende che hanno un clima tossico.

In un ambiente del genere, la manipolazione è l'unica via per ottenere rapidamente ciò che è ingiusto e che non otterrebbe mai l'approvazione volontaria di un collega.

Purtroppo le dinamiche di conflitto al lavoro replicano pari pari quelle della scuola, sono le stesse identiche "bambinate", così come la gestione dei conflitti è simile a quella scolastica (i dipendenti vengono trattati come bambini che vanno premiati o puniti).

Questo tra le altre cose crea un effetto regressivo, trasformando i dipendenti in bambini capricciosi che non vogliono studiare ma che devono ascoltare il preside e gli insegnanti.

Chiaro che se hai creato un clima alla *Hunger Games* o alla *Squid games*, cosa purtroppo molto frequente, la gestione dei conflitti sarà un tantino ostacolata.

Sarà inevitabile un tutti contro tutti, giochi sporchi, doppi giochi e ogni tipo di trucchetto per non essere eliminati, penalizzati e soverchiati da antipatiche incombenze (o come le chiamo io, patate bollenti).

COME RISOLVERE I CONFLITTI

Per la corretta gestione dei conflitti, il compito dei responsabili è quello di creare innanzitutto un ambiente rispettoso di ascolto e divisione di ruoli e mansioni equilibrato e ben integrato, ma anche di trasmettere le modalità per rendere autonomi i dipendenti nel regolarsi e nel coordinarsi tra loro, riducendo la necessità di rivolgersi alla direzione.

Per questo andrebbe introdotta una procedura per la gestione dei conflitti interni ai dipendenti.

Solo le aziende che ci tengono a creare un clima idilliaco e armonioso saranno veramente motivate a focalizzarsi su una tale procedura. Gli altri continueranno tranquillamente a fare come hanno sempre fatto.

Lo spirito costruttivo nasce dall'accoglienza delle problematiche come elementi non solo inevitabili ma capaci di portare alla luce qualcosa di cui non ci si è accorti



La procedura potrebbe includere abilità legate alla negoziazione, al problem solving e alla comunicazione efficace, abilità che andrebbero trasferite ai dipendenti tramite debita formazione, in modo da poter mettere in atto una contrattazione piuttosto che un gioco di potere e prevaricazione.

Dovrebbe inoltre comportare la generazione di soluzioni che mettano d'accordo le parti coinvolte.

L'accordo è l'opposto del conflitto, tanto per chiarire, per cui il punto d'arrivo.

Nel caso in cui, nonostante l'applicazione della procedura, i dipendenti coinvolti non riescano



a giungere a una soluzione funzionale, dovrebbero rivolgersi ai responsabili che ascolterebbero le parti coinvolte, applicando a loro volta la procedura.

L'introduzione della procedura andrebbe poi esercitata attraverso delle simulazioni, anche utilizzando dei case studies reali dei litigi in corso o passati. O situazioni verosimili.

IN CONCLUSIONE

Se questa ti sembra un'ottima idea per prevenire la gestione dei conflitti tra dipendenti e la situazione attuale in azienda è tranquilla, puoi iniziare a lavorarci crogiolandoti dei vantaggi e benefici che potrai ricevere dall'introduzione di un tale sistema, anche avvalendoti di un supporto esterno per l'implementazione.

Se tutto questo ti sembra inapplicabile, troppo complesso, irrealistico, beh... significa che devi rivolgerti a uno specialista, ma solo dopo aver fatto un calcolo dei danni a vari livelli prodotti dai conflitti tra i dipendenti della tua attività.

Una volta calcolati i costi per la tua azienda dovuti alla mancata gestione dei conflitti interni, avrai in mente una cifra da investire serenamente nell'intervento da porre in atto.

Con questo breve tutorial su come valutare e gestire gli utili della tua attività, ti saluto e ti do appuntamento al prossimo articolo.

Come sempre stay cushy, not pushy!



**EMILIO
GERBONI**

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



Gli animali ringraziano per la concessione di questo spazio.

Centro Nazionale Comunicazione e Sviluppo iniziative ENPA

CONTE. SEMPRE.



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

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

ENPA.IT

NOTIZIE BREVI

UN PORTALE SOSTENIBILE PER IL PROPRIETARIO PET

Il tema è forse poco noto, ma è un fatto che le ricerche online sono fonte di inquinamento, come tutte le attività digitali. Si stima, in particolare, che il traffico annuale di un sito web possa emettere la stessa quantità di CO₂ di un volo intercontinentale: questo rende Internet il quarto "Paese" più inquinante al mondo. Le cause sono principalmente due. Da un lato, il consumo di combustibili fossili utilizzati per produrre energia destinata ad alimentare data center, server e back up; dall'altro, le modalità poco efficienti con cui vengono realizzati i siti web. Un tema molto sentito da Elanco, una delle maggiori aziende al mondo dedicate alla salute e alla cura degli animali, che ha scelto un approccio globale, strutturato e misurabile alla sostenibilità per il suo portale **My Pet and Me** riservato ai proprietari di cani e gatti. Nell'ambito di un progetto di rilancio del web dal punto di vista della user experience, Elanco ha adottato una logica di forte attenzione all'impatto ambientale avvalendosi del supporto di Karma Metrix, strumento ideato da AvantGrade.com per analizzare e attestare il grado di sostenibilità digitale di un sito web e ottimizzarne l'efficienza energetica. Elanco è stata quindi fra le prime aziende italiane - nonché la prima in assoluto nel settore Animal Health - ad ottenere il sigillo **Karma Metrix Energy**. "Abbiamo creato il portale **My Pet and Me** con l'intenzione di fornire ai proprietari di cani e gatti un punto di riferimento autorevole, che desse libero accesso a centinaia di consigli per la cura dei propri pet e crediamo che la comunicazione sui canali digitali sia un elemento trainante nella divulgazione e nella crescita ma, come ogni altro aspetto del business, va gestito in modo consapevole e attento all'impatto che genera" spiega Mario Andreoli, General Manager di Elanco Italia. Il portale **My Pet and Me** è stato rilanciato su una nuova piattaforma CMS, che consente di mettere a disposizione dei consumatori un sito web costantemente aggiornato e di ottimizzare l'esperienza digitale degli utenti da tutti i dispositivi.

Info: www.elanco.it



IN EVIDENZA



ESPLORA I NOSTRI CONTENUTI



VITAKRAFT IN TV CON FOSCA INNOCENTI, LA FICTION DI CANALE 5

Dopo il grande successo della prima stagione è tornata in TV "Fosca Innocenti", la fiction di Mediaset con Vanessa Incontrada e Francesco Arca. E insieme a Fosca, sono tornati in prima serata anche gli snack Vitakraft di cui Alice, l'amata cagnolina protagonista, è ghiotta. La prima puntata della nuova serie è andata in onda venerdì 13 gennaio alle 21.30 su Canale 5. La Incontrada è tornata ad interpretare Fosca Innocenti, vice questore di Arezzo alle prese con i crimini di provincia. Al suo fianco Francesco Arca, che nella fiction è Cosimo, l'affascinante proprietario dell'enoteca di fronte alla questura. Nella serie ambientata in Toscana, il realismo poliziesco e la leggerezza della commedia sentimentale



si uniscono all'amore per gli animali: Fosca adora infatti la sua cagnolina Alice, a cui non fa mai mancare il proprio affetto e gli snack preferiti. Il brand Vitakraft è nuovamente presente in tutte le puntate della fiction: gli snack per cani (**Beef Stick**, **Dental 3in1**, **Treaties** ecc.) continuano a deliziare Alice, adottata da Fosca, che la accudisce insieme alla tata Bice nel casale della campagna toscana. "Per Vitakraft" dichiara l'amministratore delegato Claudio Sciarpa, "la campagna pubblicitaria 2023 si è aperta al meglio con l'inserimento dei nostri prodotti in una serie TV molto amata dal pubblico, dove si intrecciano casi da risolvere e leggerezza, natura e amore per gli animali".

Info: www.vitakraft.it

ZOOMARK 2023 PIÙ GRANDE E INTERNAZIONALE

Il 2023 segna un traguardo di grande significato per Zoomark International, il compleanno numero venti, a cui ci si sta preparando in grande stile. Per accogliere l'elevato numero di aziende che ancora oggi stanno prenotando il proprio spazio dal 15 al 17 maggio a BolognaFiere, il Salone aggiunge un ulteriore padiglione al proprio layout e si svolgerà quindi nell'ambito di 7 padiglioni (25, 26, 28, 29, 30 e i nuovi 21 e 22) per una superficie totale di 62mila metri quadrati, che ospiteranno oltre 800 espositori provenienti da più di 45 Paesi. Un'occasione di aggiornamento professionale per tutti i negozianti - che troveranno le maggiori aziende mondiali e la business community del pet - per scoprire nuove tendenze e scenari, confrontarsi e stringere accordi, approfondire temi di attualità, studiare strategie di sviluppo. Rilevante anche il numero di brand che esporranno a Zoomark per la prima volta, molti dei quali provenienti anche da nuovi Paesi (la Malesia, ad esempio) e da mercati finora poco rappresentati a Bologna: materie prime e ingredienti, packaging, macchinari e impianti per la produzione di pet food.

Info: www.zoomark.it



Hai un'idea? Ecco chi ti aiuta

Vuoi organizzare un evento in negozio per promuovere la tua attività? Mister Pet è pronta a sostenere i negozianti che propongono le idee più originali e coinvolgenti con i propri clienti



Caro negoziante, abbiamo una proposta interessante per te!

Hai un'idea in testa? Il progetto di un evento da realizzare? Per farti conoscere? Per trovare nuovi clienti o fidelizzare quelli meno abituali? Organizzare eventi in negozio è un ottimo modo per promuovere la tua attività e lasciare il segno nella mente dei potenziali clienti, creando e rafforzando il rapporto con loro. Mister Pet è pronta a sostenere la tua iniziativa. L'azienda della Famiglia Gambarelli, oggi un'eccellenza nello scenario mondiale del pet food, ha saputo coniugare la profonda tradizione legata al territorio italiano e alla Food Valley con la continua innovazione tecnologica alla ricerca di nuovi alimenti di alta qualità per cani e gatti.

Mister Pet conta su di te

Proponi la tua idea! Mister Pet selezionerà le proposte più belle, originali e particolari e le supporterà con campioni omaggio, gadget e quant'altro di utile per realizzare il tuo progetto. L'iniziativa è molto interessante e vantaggiosa in quanto rivolta a tutti, sia ai negozianti già partner dell'azienda sia a chi non ha rapporti commerciali con Mister Pet. Qualche idea divertente e attrattiva? Una passeggiata nei boschi con i propri clienti e relativi animali, una festa per lo scambio di auguri per la Pasqua a quattro zampe, un concorso di carnevale per il pet in maschera più originale o simpatico. E perché non pensare anche a uno shooting fotografico per il modello più fotogenico? Oppure puntare sulla tradizione, con un pomeriggio di formazione con un esperto in tema di salute e benessere anima-




MISTERPET

MISTER PET SPA
www.misterpetsrl.com/it/



Per aderire all'iniziativa, ricevere informazioni o proporre candidature di eventi contattare in azienda Giacomo Bocchi al numero diretto 0521340323 o via mail: service@misterpetsrl.com

le o un laboratorio in cui i partecipanti devono mettersi all'opera cimentandosi in esercizi pratici.

Caro negoziante solo tu conosci la tua storia, la tua zona, la tua clientela e siamo sicuri che potrai pensare e progettare qualcosa cucito su misura per te.



La riuscita di un evento non è mai frutto del caso o di azioni improvvisate; se desideri realizzare un evento memorabile nel tuo negozio, hai bisogno di pianificarlo e sostenerlo. E qui entra in gioco Mister Pet. Potrai proporre la tua candidatura mandando una mail all'azienda in cui racconti in sintesi l'idea che vuoi realizzare. Mister Pet valuterà tutte le proposte e premierà quelle più interessanti con il suo sostegno. Cosa aspetti? (R.P.)



Solo e soltanto carne

Dalla vera filiera bovina piemontese, tramite il solo processo di essiccazione, gli snack per i tuoi clienti attenti all'alimentazione naturale



Il grande successo che stanno riscontrando le diete naturali non è immotivato. La 'naturalità' dell'alimento è cruciale al giorno d'oggi per la gran parte dei tuoi clienti ma molto spesso il consumatore moderno non ha il tempo di occuparsi di preparare il cibo del suo amico quattrozampe procurandosi la materia prima genuina e fresca.



Luca e Lucia Manera: titolare e direttore generale dell'azienda / company owner and general manager

Per i tuoi clienti attenti alla dieta naturale, ecco Fasson Food, un progetto tutto italiano nato nel 2020. In realtà l'azienda opera dal 1940 per fornire ai macelli il servizio di ritiro e smaltimento del cosiddetto quinto quarto: cuore, polmoni, trippa... tutta carne di altissima qualità ma meno considerata per il consumo umano. Da qui l'idea, durante la pandemia Covid, di non smaltire questi materiali



FASSON FOOD BY MA-PELL SRL
tel. 3356814216
www.fassonfood.it
info@fassonfood.it



bensi di selezionare i pezzi più nobili esaltandoli tramite il solo processo di essiccazione e farne degli snack naturali per cani: salutari, appetibili, e soprattutto genuini.

Essiccazione tutta naturale

Fasson Food ti propone uno snack 100% naturale, senza conservanti o additivi: un prodotto che è esclusivamente carne dalla vera filiera bovina piemontese.

L'idea di base è che, nonostante la loro domesticazione risalga a 14mila anni fa, i cani discendono dai lupi e sono animali prevalentemente carnivori, per cui nella loro alimentazione devono essere sempre presenti le proteine animali, accompagnate da verdure e carboidrati.



Nel catalogo Fasson Food potrai trovare una vasta gamma di prodotti di cui viene garantita la tracciabilità di ogni singola origine, tutte completamente made in Italy.

Gli snack naturali sono parti di carne essicata di diversi animali (bovino, suino, pollo, agnello...) che con un unico processo di lavorazione, quale l'essiccazione, assumono robustezza e flessibilità, caratteristiche essenziali





per la masticazione. Inoltre hanno un'enorme appetibilità per il cane, che viene conquistato dal forte odore e dal gusto che li contraddistinguono.

Per il tuo cliente, che potrebbe trovarsi disorientato davanti alla numerosa varietà di snack tutti ugualmente validi, Fasson Food mette a disposizione dettagliate schede tecniche di ogni prodotto e gli esperti dell'azienda sono sempre disponibili per un consiglio.

Bovino, suino, tacchino, cavallo

Tra i prodotti che non possono mancare nel tuo assortimento ci sono le *Orecchie suine*, la *Pelle di testa di bovino Piemontese*, i *Durelli di tacchino* e

i *Masticativi di cavallo*. Le *Orecchie suine*, costituite da cotenna (collagene) e cartilagini, sono fra i pro-

dotti maggiormente appetibili e indicati per la masticazione. La grande elasticità permette al cane di sviluppare in modo appropriato il muscolo mandibolare, mentre il collagene e le cartilagini vanno a migliorare i legamenti. La *Pelle di testa bovina* è tra gli snack più apprezzati, indicata per cani di taglia medio-grande e di età superiore a 6 mesi. Anch'essa è ricca di collagene e adatta allo sviluppo del muscolo mandibolare, data la consistenza elastica ma resistente. Il *Durello di tacchino* è uno snack naturale, monoproteico e ipoallergenico indicato per ogni razza e taglia.



I *Masticativi di cavallo* sono un mix di quattro pezzi tutti di masticabilità differente: trachea, verga, esofago e polmone. La scarsità di grassi rende la carne di cavallo facilmente digeribile e quindi adatta a tutti, cani anziani, cuccioli e convalescenti; l'alta percentuale di ferro ne consiglia inoltre l'uso per cani anemici, cane in gravidanza e cuccioli in crescita. (S.P.)

MEAT ONLY

From the real Piedmontese bovine supply chain, here comes dehydrated treats for customers attentive to natural nutrition

The current great success of natural diets is not unmotivated. The naturalness of food is important for most of your customers, but modern customers are currently too busy to prepare dog food with genuine and fresh raw ingredients.

For customers attentive to natural diet there is Fasson Food, an Italian project born in 2020. The company was founded in 1940: it worked for slaughterhouses to retrieve and dispose of the quinto quarto: heart, lungs, tripe...high quality meat that is used less in human consumption. Hence the idea, during Covid pandemic, to select the most noble pieces of quinto quarto and dry them, to obtain natural treats for dogs: healthy, palatable and genuine.

NATURAL DEHYDRATION

Fasson Food offers 100% natural treats, without preserving agents or additives. The products only contain meat from the real Piedmontese bovine supply chain.

Even though dogs were tamed 14,000 years ago, they come from wolves, thus are mainly carnivores. According to this idea, dogs' nutrition must always include animal proteins, together with vegetables and carbohydrates.

Fasson Food catalogue hosts a broad range of products ensuring the origin traceability, all made in Italy.

Natural treats are parts of dried meat from different animals (bovine, pork, chicken, lamb...) that gain strength and flexibility through dehydration: these are essential features for chewing. Moreover, they are extremely palatable for dogs: they are won by treats' strong smell and flavour.

Fasson Food offers detailed technical sheets for each product for customers, who might be confused by the broad variety of quality treats. Moreover, the company's experts are always ready for advice.

BOVINE, PORK, TURKEY, HORSE

Among the not-to-be-missed products there are: *pork Ears*, *Piedmontese bovine head Skin*, *turkey Gizzard* and *horse Chews*. *Pork Ears* contain rind (collagen) and cartilage: they are among the most palatable products, perfect for chewing. Their elasticity helps dogs develop the mandibular muscle correctly, while collagen and cartilage help improve ligaments. *Bovine head Skin* is among the most popular treats, suited for medium-large dogs over 6 months. It is also rich in collagen and suited for the development of the mandibular muscle, thanks to its elastic but resistant texture. *Turkey Gizzard* is a natural, single-protein and hypo-allergenic treat suited for all breeds and sizes. *Horse Chews* are a mix of four pieces with different chewable textures: trachea, penis, oesophagus, lung. Low fats make horse meat easy to digest and suited for all dogs, senior, young or convalescent; elevated quantity of iron makes it suited for anaemic, pregnant dogs or growing puppies.



Il potere della natura

La nuova linea *Prolife Diet* di Zodiaco: componenti specifici sinergici per il benessere di cani e gatti



prolife
DIET

La nuova linea *Prolife Diet* di Zodiaco nasce da un lungo percorso di ricerca condotto in collaborazione con ambulatori e cliniche veterinarie

dislocati su tutto il territorio nazionale che hanno contribuito a portare a compimento importanti studi multicentrici sul campo per confermare l'efficacia terapeutica delle formulazioni dietetiche della gamma.

Efficacia terapeutica e rispetto della natura dei pet sono infatti gli obiettivi principali del team di ricerca che ha sviluppato la nuova linea *Prolife Diet*. Per garantire l'efficacia degli alimenti è stato combinato il potere terapeutico di alcune sostanze naturali, sapientemente combinate tra loro, nel rispetto del delicato equilibrio e dei fabbisogni di cani e gatti. Un approccio che non si limita a intervenire sul sintomo ma che guarda alle cause, considerando l'organismo nel suo complesso.

La nuova linea *Prolife Diet* include soluzioni specifiche per il trattamento nutrizionale delle principali patologie del cane e del gatto, oggi anche in base alla taglia dell'animale.



Il contributo della nutrigenomica

Alltech® Nutrigenomic System Pak sono blend di componenti specifici che agiscono in sinergia massimizzando l'efficacia degli

zodiaco PET & GREEN

CONSORZIO ZODIACO
tel. 0425474645
www.prolife-pet.it
info@prolife-pet.it



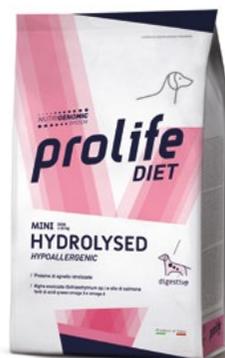
alimenti della linea *Prolife Diet*. L'epigenetica è in grado di dimostrare l'efficacia di questi blend: si occupa infatti di studiare i fattori esogeni (ambientali e alimentari) che attivano e disattivano i geni che influenzano il modo in cui le cellule interpretano ed esprimono il codice genetico.

La gamma

Ecco le formulazioni che compongono la nuova linea *Prolife Diet*:

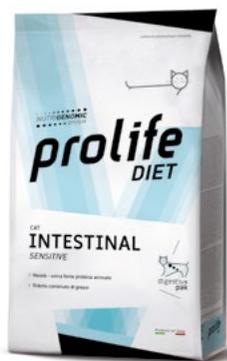
- *Prolife Diet Hydrolysed e Prolife Diet Hypoallergenic*

La particolare formulazione di *Prolife Diet Hydrolysed* e *Prolife Diet Hypoallergenic*, integrata dal pacchetto Alltech® Nutrigenomic System Digestive Pak, è in grado di proteggere l'integrità dei tessuti grazie alla modulazione delle risposte infiammatorie e immunitarie dell'organismo. Alcuni di questi mediatori dell'infiammazione agiscono come chemiotattici, altri possono esercitare effetti sistemici. Gli studi hanno dimostrato che queste risposte sono associate a cambiamenti della composizione degli acidi grassi delle membrane cellulari. I cambiamenti in queste composizioni possono modificare la fluidità della membrana, che porta a un'espressione genica alterata e di conseguenza a una modifica del mediatore lipidico.



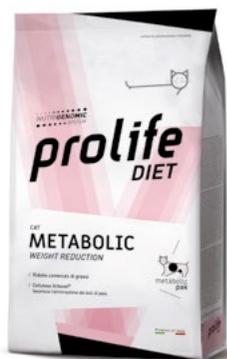
• *Prolife Diet Intestinal*

La composizione di *Prolife Diet Intestinal*, integrata dal pacchetto Alltech® Nutrigenomic System Digestive Pak, determina uno stato di salute sano del microbioma intestinale. Gli elementi in esso contenuti concorrono a ridurre il pH intestinale, cui consegue la formazione di metaboliti batterici ritenuti benefici per la salute intestinale, quali gli acidi grassi a corta catena; fra questi il butirrato in particolare fornisce energia e stimola la rigenerazione degli enterociti. La capacità fermentativa contenuta nella dieta è potenziata dalla presenza di ceppi batterici, fra cui *E. faecium*.



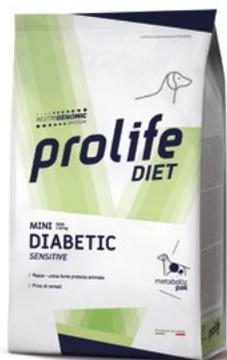
• *Prolife Diet Metabolic*

La composizione di *Prolife Diet Metabolic*, integrata dal pacchetto Alltech® Nutrigenomic System Metabolic Pak, produce un'azione antiossidante utile a contrastare lo stress ossidativo in corso di obesità e diabete. Studi recenti hanno chiarito che il rilascio di radicali liberi predispone all'insorgenza di alcune patologie. Negli animali oggetto degli studi è stata evidenziata una doppia valenza di *Prolife Diet Metabolic*: da un lato ritardare l'invecchiamento cellulare e le disfunzioni cognitive, dall'altro un sostegno attivo nei confronti del sistema immunitario. Nei soggetti alimentati con dieta arricchita con alghe è stato osservato un miglioramento del sistema nervoso nel cane anziano.



• *Prolife Diet Diabetic*

La composizione di *Prolife Diet Diabetic*, integrata dal pacchetto Alltech® Nutrigenomic System Metabolic Pak, produce effetti benefici sulla crescita dei tessuti e la riparazione dei danni tissutali. I componenti del pacchetto svolgono ruoli chiave in molti processi biologici



THE POWER OF NATURE

New line *Prolife Diet* by Zoodiaco: specific combined ingredients for the well-being of cats and dogs

The new line *Prolife Diet* by Zoodiaco is born after a long research, carried out in collaboration with veterinary clinics located throughout the whole country: they helped complete relevant multi-centric studies to confirm the therapeutic effectiveness of the range's dietary formulas.

Therapeutic effectiveness and respect for pet nature are the main goals of the research team, who developed new *Prolife Diet* line. In order to guarantee the recipe effectiveness, the team combined the therapeutic power of specific natural substances, respecting the balance and needs of cats and dogs. The approach not only affects symptoms, but also the cause of the problem, considering the organism in its entirety.

New *Prolife Diet* line includes specific solutions for the nutritional treatment of the main diseases of cats and dogs, now also after the pet's size.

NUTRIGENOMIC SUPPORT

Alltech® Nutrigenomic System Pak: mix of specific ingredients that maximize the effectiveness of *Prolife Diet* line. Epigenetics is capable to assess the effectiveness of such mix: it studies the exogenous factors (environmental and nutritional) that activate and deactivated the genes affecting the way cells read and express the genetic code.

THE RANGE

Here are the formulas of *Prolife Diet*:

■ *Prolife Diet Hydrolysed* and *Prolife Diet Hypoallergenic*

The special formula of *Prolife Diet Hydrolysed* and *Prolife Diet Hypoallergenic*, supplemented with Alltech® Nutrigenomic System Digestive Pak, is capable to protect the integrity of tissues, thanks to the modulation of inflammatory and immune reaction of the organism. Some of these inflammatory mediators act as chemotactic factors, others have systemic effects. Studies assessed that these reactions are related to changes in the composition of cell membrane fatty acids. Changes in the composition might alter the membrane fluidity, which leads to an altered gene expression, thus a modification of the lipid mediator.

■ *Prolife Diet Intestinal*

The formula of *Prolife Diet Intestinal*, supplemented with Alltech® Nutrigenomic System Digestive Pak, ensures a healthy intestinal microbiome. Its ingredients help reduce intestinal pH, which supports the growth of bacteria that are beneficial for intestinal health, such as short-chain fatty acids. In particular, butyrate supports energy and stimulates the regeneration of enterocytes. The fermentative capacity of the diet is improved by bacterial strains, such as *E. faecium*.

■ *Prolife Diet Metabolic*

The formula of *Prolife Diet Metabolic*, supplemented with Alltech® Nutrigenomic System Metabolic Pak, has an antioxidant effect, which fights the ongoing oxidative stress of obesity and diabetes. Recent studies assessed that the release of free radicals favours the outburst of certain diseases. In case study pets, *Prolife Diet Metabolic* had a double effect: slowing down ageing and cognitive dysfunctions, but also an active support for the immune system. It has been assessed an improvement of the nervous system in senior dogs fed with food supplemented with seaweed.

■ *Prolife Diet Diabetic*

The formula of *Prolife Diet Diabetic*, supplemented with Alltech®



e integrano l'apporto di determinati nutrienti carenti in corso di patologia. Queste molecole vengono trasportate agli epatociti per un'ulteriore trasformazione e rilasciati nella circolazione sistemica rendendosi disponibili per i tessuti danneggiati.

● *Prolife Diet Urinary Struvite*

La composizione di *Prolife Diet Urinary Struvite*, integrata dal pacchetto Alltech® Nutrigenomic System Urinary Pak, produce effetti benefici nella risposta alle infiammazioni, contribuendo alla guarigione dei tessuti. Gli ioni ammonio che si liberano per la scissione dell'urea in ammoniaca, ledono la componente di glicosamminoglicani (GAG) presente nelle mucose dell'apparato urinario, aggravando il danno tissutale. Gli elementi del pacchetto sono in grado di ridurre i processi infiammatori e di inibire l'attecchimento di E. Coli responsabile dell'aggravamento della sintomatologia.



● *Prolife Diet Renal*

La composizione di *Prolife Diet Renal*, integrata dal pacchetto Alltech® Nutrigenomic System Urinary Pak, produce un miglioramento dell'azotemia in corso di insufficienza renale cronica. Il complesso di elementi presenti nel pacchetto ha la capacità di ridurre la proteolisi batterica del colon. Il microbiota intestinale nei soggetti affetti da insufficienza renale cronica soffre di una condizione di disbiosi. Il pacchetto



Nutrigenomic System Metabolic Pak, has beneficial effects on the growth of tissues and the restoration of tissue damages. The ingredients of the mix play key roles in several biologic processes and integrate the intake of specific nourishing substances, which are lacking during the disease. The molecules are carried to hepatocytes for further transformation and released in the systemic circulation, becoming available to damaged tissues.

■ *Prolife Diet Urinary Struvite*

The formula of *Prolife Diet Urinary Struvite*, supplemented with Alltech® Nutrigenomic System Urinary Pak, has beneficial effects on inflammations, supporting tissue healing. Ammonium ions are released after urea turns into ammonia: they damage glycosaminoglycans (GAG) present in the mucosa of the urinary system, worsening the tissue damage. Ingredients of the mix can reduce inflammation and prevent E. Coli from taking root, which worsens the symptoms.

■ *Prolife Diet Renal*

The formula of *Prolife Diet Renal*, supplemented by Alltech® Nutrigenomic System Urinary Pak, improves ongoing azotemia during chronic renal insufficiency. The mix of ingredients helps reduce colon bacterial proteolysis. The intestinal microbiome in pets affected by chronic renal insufficiency also suffers from dysbiosis. Alltech® Nutrigenomic System Urinary Pak can positively affect the microbiome. Otherwise, bacteria use proteins (non digested food proteins, flaking skin cells, bacterial cells, digestive enzymes etc) to gain energy, with related production of nitric waste.

■ *Prolife Diet Hepatic*

The formula of *Prolife Diet Hepatic*, supplemented by Alltech® Nutrigenomic System Digestive Pak, reduces inflammations: in particular, it preserves hepatocytes from oxidative stress, so that regeneration allows the functional recovery of liver. Discover the whole *Prolife Diet* range: visit www.prolife-pet.it.

Alltech® Nutrigenomic System Urinary Pak è in grado di modulare positivamente il microbiota stesso: diversamente i batteri utilizzano le proteine presenti (proteine alimentari non digerite, cellule epiteliali di sfaldamento, cellule batteriche, enzimi digestivi, ecc.) per ricavarne energia, con conseguente produzione di scorie azotate.

● *Prolife Diet Hepatic*

La composizione di *Prolife Diet Hepatic*, integrata dal pacchetto Alltech® Nutrigenomic System Digestive Pak, attenua i processi infiammatori, nello specifico preserva gli epatociti dai danni ossidativi, in modo che la rigenerazione possa consentire al fegato la sua ripresa funzionale.

Per scoprire l'intera gamma *Prolife Diet* visita il sito www.prolife-pet.it. (T.P.)



Online con Record

La nuova piattaforma di Rinaldo Franco Spa rappresenterà per il negoziante un utile strumento per effettuare ordini in modo pratico e veloce

C'è una grande novità per te negoziante e il tuo pet shop: Rinaldo Franco Spa, azienda tra i leader del mercato pet care in Italia, ha da poco lanciato www.recordit.com, il nuovo sito del marchio Record, con una veste grafica innovativa e una user experience studiata per accompagnarti nella ricerca e nell'acquisto dei prodotti. Un utile strumento rivolto esclusivamente ai negozianti italiani ed esteri per la consultazione e il riordino del proprio assortimento.



RINALDO FRANCO SPA
tel. 0248376157
www.recordit.com
record@recordit.com



Tutto in pochi clic

Da oggi potrai consultare online il vasto catalogo *Record* in modo pratico e veloce. Tutti i prodotti sono suddivisi in macrocategorie (cane, gatto, volatili, roditori, acquariologia e toelettatura), le cui referenze sono ulteriormente classificate per area merceologica e tipologia di prodotto, con immagini e descrizioni dettagliate.

Accedendo alla tua area personale ti sarà possibile visualizzare i prezzi e le promo in essere, aggiungere gli articoli desiderati al carrello per effettuare l'ordine o inserirli nella tua wishlist.

Una volta inviato l'ordine, potrai poi seguirne tutte le fasi: dalla preparazione, all'affidamento al corriere, fino alla consegna. Potrai inoltre visualizzare lo storico dei tuoi ordini e riordinare facilmente articoli già acquistati, senza dover effettuare una nuova ricerca.

“Gli importanti investimenti e sforzi organizzativi realizzati negli ultimi anni ci hanno aperto la

strada verso una crescita aziendale di lungo periodo”, dichiara Davide Franco, Direttore Commerciale di Rinaldo Franco S.p.A. “Il nuovo sito eCommerce Record b2b, destinato unicamente ai pet shop italiani ed esteri, è stato un grosso investimento aziendale e rappresenta un utilissimo strumento per i nostri clienti”. (M.A.)



ONLINE WITH RECORD

The new web site by Rinaldo Franco Spa is going to be a handy and useful tool for retailers to place order quickly

Great news for you and your shop: Rinaldo Franco Spa, one of the leaders in the Italian pet care market, recently launched www.recordit.com, the new web site of Record brand. The web site features a renewed layout and a specific user experience developed to support you in browsing and purchasing products. It is the useful tool to help Italian and foreign retailers to browse products and restock.

JUST A FEW CLICK

Browsing the broad *Record* catalogue will be quick and easy from now on. All products are divided into macro-categories (cat; dog; birds; rodents; reptiles, turtles, fish and grooming); inside each category, products are further divided after segment and type, with pictures and detailed description. Signing in your personal area, you will be able to see prices and current promotions, add products to the cart to place the order or add them to your wish list. Once you place the order, you can follow all steps: packing, tracking information and delivery. You will also be able to see your past orders and easily buy products from past orders, without searching for them from scratch.

“The relevant investments and organisational efforts of the past years opened the path towards a long-term company growth”, says Davide Franco, Business Manager at Rinaldo Franco S.p.A. “The new eCommerce Record b2b, dedicated to Italian and foreign retailers only, has been a relevant investment and represents a useful tool for our customers”.

Eccellenza sul podio

Si è svolta l'ottava edizione dei *Quality Award*, che ha ufficializzato anche quest'anno i nuovi prodotti del largo consumo premiati con il riconoscimento di qualità n.1 in Italia

Lo scorso 15 dicembre, nella splendida cornice di Villa Borromeo Visconti Litta a Lainate, sono stati consegnati i prestigiosi *Quality Award* 2023, i premi in Italia attribuiti in base al giudizio dei consumatori, che come sempre hanno decretato le aziende vincitrici attraverso test di valutazione diretta.



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



I *Quality Award*, giunti alla loro ottava edizione, rappresentano per le aziende un importante strumento per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare l'eccellenza del proprio prodotto: l'attenzione dei consumatori nei confronti della qualità è infatti in continua crescita e sapere che la presenza del logo *Quality Award* deriva dal giudizio di tanti altri consumatori che hanno già provato con soddisfazione i brand premiati funge da garanzia di ottimo acquisto. Il premio viene attribuito ai prodotti di largo consumo attraverso rigorosi test di performance condotti da Marketing Consulting (Consumer Test), società specializzata in consumer analysis, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano, ed è l'unico in Italia che coinvolge ampi campioni di consumatori heavy user, la tipologia di prodotto in test con esperienza di valutazione diretta.



Antonio Decaro,
responsabile marketing del
premio *Quality Award*

Il prodotto testato può ottenere il riconoscimento *Quality Award* per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori è pari o superiore a 7 (su una scala da 0 a 10) e se almeno il 70% dei consumatori si dichiara favorevole all'acquisto.

Settore pet: i vincitori

Il *Quality Award* rappresenta una vantaggiosa leva di marketing per enfatizzare la qualità di prodotto. Inizialmente esisteva il *Pet Award*, riservato ai prodotti per gli animali da compagnia, mentre il *Quality Award* era dedicato al Food&Beverage. Oggi il *Quality Award* riunisce invece tutti i prodotti di largo consumo: dal food alla cosmesi, dalla cura della casa al settore pet. Un evento che ogni anno registra un ventaglio di prodotti iscritti sempre maggiore e contempla un numero sempre più ampio di vincitori.

Tutti i premiati *Quality Award* 2023 sono stati comunicati in TV, a partire dal 18 dicembre 2022, su Discovery e SKY.

Ecco i vincitori del comparto pet di quest'ultima edizione:

- Croccantini Grain Free per cani e gatti *Mister Pet Primordial*.
- Croccantini Low Grain per cani *Mister Pet Vivere*.
- Snack e biscotti ripieni per cani *I Canerecci* e *Sneckissimo Doggye Bag*.
- Croccantini per cani e gatti *Monge Natural Superpremium*.
- Cibo umido per cani e gatti *Monge Monoprotein*.
- Lettieria vegetale naturale per gatti *Monge Easy Green*.
- Croccantini per cani di tutte le taglie *Amusi*.

Prevedere le scelte dei consumatori

Il logo *Quality Award* è proprietà di Marketing Consulting, azienda con forte esperienza in consumer test (blind test, conjoint analysis, neuro marketing) sia a livello nazionale che internazionale. L'obiettivo è offrire ai propri clienti - aziende Food, No Food e Pet, appunto - gli strumenti necessari per indagare i bisogni dei consumatori per poi poterne prevedere le scelte. Attraverso una vera e propria scienza, l'analisi sensoriale, le industrie possono meglio comprendere i bisogni dei



QUALITY AWARD 2023: I VINCITORI



consumatori in target, il profilo sensoriale del prodotto anche rispetto ai competitor, l'appeal del pack, la forza della marca e l'elasticità al prezzo.

La collaborazione con NielsenIQ

Alla base della metodologia del *Quality Award* ci sono rigorosi test di performance. Grazie alla collaborazione con NielsenIQ, Marketing Consulting offre già da qualche anno ai suoi clienti la possibilità di confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un benchmark medio di categoria, costruito testando le referenze più vendute in Italia, 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.

In questo modo alle aziende partecipanti al premio sarà data la possibilità non solo di comunicare al mercato che il proprio prodotto ha raggiunto gli alti requisiti di qualità richiesti dal premio *Quality Award*, ma che questa qualità è anche più alta di quella media delle referenze più vendute nel nostro Paese. (M.A.)



Alcuni momenti della serata



Nuovi impulsi

Gli enti organizzatori di Interzoo e Petfood Forum annunciano partnership in ambito start-up



Petfood Forum promuove da oltre 30 anni le relazioni commerciali e la conclusione di affari nell'ambito del settore dell'alimentazione degli animali da compagnia. In occasione del *Petfood Forum 2023* (in programma a Kansas City, Missouri, USA, dall'1 al 3 maggio 2023), WATT Global Media e WZF GmbH annunciano una nuova partnership: le giovani aziende internazionali del comparto pet food potranno partecipare al Salone in un apposito spazio a loro dedicato, l'Interzoo Start-up Pavilion. Già in occasione di *Interzoo 2022* WZF GmbH aveva sostenuto l'ingresso nel mercato di giovani aziende che avevano presentato i propri marchi a un vasto pubblico internazionale nella Start-up-Area e al Fresh Ideas Stage. Nel 2023 WZF GmbH e WATT Global Media portano avanti l'iniziativa offrendo alle start-up internazionali della filiera dedicata l'opportunità di raggiungere congiuntamente produttori di alimenti per animali, marchi pet food e aziende di packaging, avvalendosi di uno spazio espositivo nell'ambito del *Petfood Forum 2023*. Il *Petfood Forum* rappresenta infatti una piattaforma preziosa e unica nel suo genere per le giovani aziende che vogliono promuovere e vendere prodotti nell'industria globale del pet food.



PETFOOD FORUM
www.petfoodforumevents.com
www.interzoo.com



Esporre, informarsi e sviluppare il proprio business

“La partecipazione annuale al *Petfood Forum* offre agli specialisti del comparto la possibilità di informarsi sugli attuali trend dei consumatori e sugli sviluppi nell'ambito dei prodotti e delle tecnologie e dà al pubblico l'opportunità di entrare in contatto, collaborare e fare affari”, afferma Steve Akins, Executive Vice President, Global Petfood and Events alla WATT Global Media.

“Con l'Interzoo Start-up Pavilion ci riallacciamo al programma di successo organizzato per i newcomers internazionali del settore di *Interzoo 2022*. L'ampio supporto nella progettazione dello stand e nell'organizzazione del soggiorno a Kansas City dà alle start-up la libertà di concentrarsi sullo sviluppo del proprio business e sulla cura dei contatti alla conferenza”, spiega la Dr. Rowena Arzt, responsabile del reparto fiere WZF.

Per quanto concerne *Interzoo 2024* a Norimberga, alla Dr. Arzt è gradito poter annunciare che il *Petfood Forum Europe* si terrà di nuovo in concomitanza con il Salone. (G.A.)

NEW STIMULI

Organizers of Interzoo and Petfood Forum announce partnership in start-up segment

For more than 30 years, *Petfood Forum* has been an annual conference and exhibition that helps build relationships and promote business deals in the pet sector. For *Petfood Forum 2023* (scheduled to take place in Kansas City, Missouri, USA, from May 1-3, 2023), WATT Global Media and WZF GmbH are announcing the implementation of a new partnership designed to enable young start-up international pet food supplier companies to participate in an "Interzoo Start-up Pavilion" at *Petfood Forum*. At *Interzoo 2022*, WZF GmbH already supported the market entry of young companies. In the start-up area and on the Fresh Ideas Stage, they presented their brand to a large international audience. In 2023, WZF GmbH and WATT Global Media will continue the initiative and give international pet food supplier start-up companies an exciting new opportunity to reach pet food manufacturers, brands and co-packers by exhibiting at *Petfood Forum 2023*. *Petfood Forum* is a unique and valuable platform for pet food supplier companies that aim at promoting and selling their products into the global pet food industry.

EXHIBITING, INFORM AND GROW YOUR OWN BUSINESS

"Attending *Petfood Forum* provides industry professionals with up-to-date consumer buying trends and product and technology developments, while allowing the conference and exhibition's participants to connect, collaborate, and conduct business with one another", says Steve Akins, Executive Vice President, Global Petfood and Events at WATT Global Media.

"With the Interzoo Start-up Pavilion we are deliberately building on the successful programme for international industry newcomers at *Interzoo 2022*. Comprehensive support with stand planning and their stay in Kansas City will give start-up companies the freedom to focus on developing their business and nurturing contacts at the conference", explains Dr Rowena Arzt, Director Exhibitions at WZF.

Dr Arzt is delighted to be able to already announce that *Petfood Forum Europe* will once again be co-located with *Interzoo 2024* in Nuremberg.

Verso nuove sfide

Discutere insieme di strategie commerciali e marketing nel Symposium Iv San Bernard

È un vanto tutto italiano il brand *Iv San Bernard*, punto di riferimento di tanti negozi e professionisti della toelettatura nel settore della cosmetica di alta qualità per cani e gatti. L'azienda, nata nel 1995 dall'esplosiva creatività di Mirco Aringhieri, è oggi presente in oltre 42 Paesi del mondo. Proprio i distributori esteri sono stati protagonisti del primo Symposium che si è svolto dall'1 al 4 dicembre 2022, un incontro con l'obiettivo di migliorare la comunicazione tra le persone e aumentare la produttività.

Dopo due anni di grandi sfide, Iv San Bernard continua a investire per mantenere un buon clima organizzativo e promuovere i valori aziendali. L'azienda è una grande famiglia: l'integrazione dei



team e la connessione senza confini delle diverse nazionalità definiscono il suo successo favorendo l'inclusività e il rapporto di fiducia con i groomers. Una mission che il brand si è posto fin dalla nascita e che continua a portare avanti.

L'unione oltre le differenze

Nel corso dei 4 giorni del Symposium Iv San Bernard i convenuti hanno partecipato a svariate attività organizzate nel meraviglioso territorio toscano, corsi di formazione e riunioni ma anche incontri conviviali per rafforzare il legame con i distributori appartenenti ai 42 diversi paesi in cui l'azienda è presente. Dato il grande successo, il Symposium diventerà un appuntamento fisso semestrale per discutere insieme strategie commerciali e di marketing. Il prossimo si terrà nel mese di settembre 2023. (F.B.)

IV SAN BERNARD SRL
tel. 0571509106
fax 05711656081
www.ivsanbernard.it
info@ivsanbernard.it

Iv SAN BERNARD®



L'unione oltre le differenze

Nel corso dei 4 giorni del Symposium Iv San Bernard i convenuti hanno partecipato a svariate attività organizzate nel meraviglioso territorio toscano, corsi di formazione e riunioni ma anche

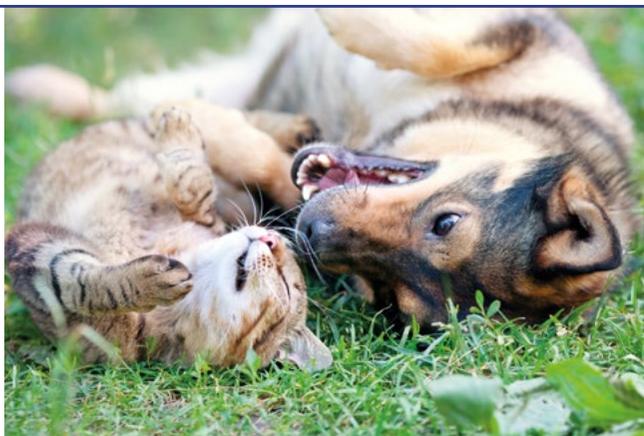


Alcuni momenti del Symposium Iv San Bernard



Benessere dalla natura

Snack Vita Naturals: pochi ingredienti selezionati... tanta qualità garantita



La nuova linea *Vita Naturals* by Vitakraft propone una selezione di top snack sani e genuini per cani e gatti, formulati con una ricetta naturale al 100%, come sempre made in Germany. L'azienda è da sempre tra i leader all'avanguardia nella produzione di fuoripasto, molto apprezzati dai tuoi clienti e dai loro pet: come rilevato da una recente ricerca di mercato dell'agenzia tedesca Skopos, l'87% dei proprietari di cani e il 79% dei proprietari di gatti offre infatti ai propri animali domestici degli snack. Il tuo cliente, che vuole sì premiare e coccolare il proprio pet ma nel contempo è molto attento al suo benessere, è alla ricerca di un prodotto che oltre a soddisfare il suo palato apporti anche benefici alla sua salute, con la conseguente richiesta di ricette con pochi ingredienti ma naturali, genuini e di alta qualità. Gli snack *Vita Naturals* - ideali come fuoripasto, ricompensa o premio per soggetti che seguono un addestramento - non contengono zucchero, cereali, esaltatori di sapidità, coloranti e conservanti: una 'coccola' tutta naturale davvero prelibata e di altissimo gradimento.

In stick o in crema... per soddisfare ogni gusto

I prodotti della linea *Vita Naturals* vengono proposti in 3 formati: stick per cani, stick per gatti e snack liquidi per gatti.



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



I *Vita Naturals Stick* per cani e gatti contengono oltre il 95% di carne (o 95% di carne+pesce). Vere delizie a cui il pet del tuo cliente non saprà resistere, sono proposti nelle referenze: *Vita Naturals Stick* gusto Manzo e *Vita Naturals Stick* gusto Pollo per cani, in confezione da 2 bastoncini deliziosamente affumicati su legno di faggio; *Vita Naturals Stick* gusto Pollo e *Vita Naturals Stick* gusto Salmone per gatti, in confezione da 4 bastoncini.



Si tratta di snack completamente naturali che il tuo cliente apprezzerà per l'elevata appetibilità: ben il 99% per gli stick cani e il 90% per gli stick gatti (fonte: *Vitakraft Panel*) per soddisfare ogni palato, anche il più esigente. Vitakraft da sempre si impegna inoltre ad operare in modo sostenibile: gli stick per gatto a base di pesce contengono infatti solo ingredienti certificati MSC, provenienti da pesca sostenibile effettuata nel rispetto dell'ecosistema marino.

I *Vita Naturals Liquid* per gatti, con naturali





pezzetti di carne o pesce, sono una vera e propria delizia in crema, perfetti come fuoripasto innovativo, appetizzante per le crocchette o per somministrare medicinali. La pratica confezione a tubetto li rende ideali per coccolare il gatto nutrendolo direttamente dalla mano. Proposti nei gusti *Manzo* e *Salmon*, sono disponibili nel pratico pack da 5 snack confezionati singolarmente.

Packaging 'giovane' e display dedicato

Anche il packaging essenziale vuole essere un richiamo alla naturalità dei prodotti, in linea con un nuovo target attuale di consumatore giovane, attento alla qualità e con un alto potere di acquisto. Una nuova scelta smart per lo scaffale del tuo negozio!

In occasione del lancio di *Vita Naturals*, l'azienda ha realizzato un display dedicato per distinguere i prodotti dalle altre linee di snack alla carne ed enfatizzare al massimo la comunicazione nel tuo punto vendita, attraendo il tuo cliente alla ricerca di una gamma 100% naturale. Il nuovo display *Vita Naturals* da 1/8 pallet, di grande impatto cromatico ed emozionale, permette di esporre tutti i 6 prodotti grazie alle misure compatte: solo 30 cm di larghezza x 40 cm di profondità. (W.A.)



WELL-BEING FROM NATURE

Vita Naturals treats: few selected ingredients...plenty of guaranteed quality

New *Vita Naturals* line by Vitakraft offers a selection of healthy and genuine top treats developed with 100% natural recipes, made in Germany as usual. The company has always been in the vanguard of pet treats, very appreciated by customers and their pets. According to a recent market survey from German Skopos, 87% of dog owners and 79% of cat owners offer treats to their pet. Your customers want to cuddle and reward their pet; at the same time, they are very attentive to their well-being: they look for products capable to please pets and support their health. Recipes must contain few, natural and high-quality ingredients. *Vita Naturals* treats – suited as treat in-between meals or reward during training – do not contain sugar, cereals or flavouring, colouring and preserving agents: a real natural cuddle, delicious and extremely appreciated.

STICK OR CREAM...TO MEET ALL PREFERENCES

Products from *Vita Naturals* line come in three types: dog sticks, cat sticks and liquid treats for cats.

Vita Naturals Stick for cats and dogs contain over 95% meat (or 95% meat+fish). They are real delicacies: your customers' pets will not resist to these treats. They come in the following recipes: *Vita Naturals Stick* with *Beef* and *Vita Naturals Stick* with *Chicken* for dogs, with two delicious beechwood-smoked sticks; *Vita Naturals Stick* with *Chicken* and *Vita Naturals Stick* with *Salmon* for cats, with four sticks.

Your customers will love the elevated palatability of these natural treats: 99% for dog sticks and 90% for cat sticks (source: *Vitakraft Panel*), to please even the most demanding pets.

Vitakraft is always committed to sustainability: cat sticks with fish only contain MSC-certified ingredients from sustainable fishing, respectful of the sea ecosystem.

Vita Naturals Liquid for cats, with natural bites of meat or fish, is a real creamy delicacy, perfect as innovative treat in-between meal, appetizer for kibbles or to feed drugs. The handy tube makes it perfect to feed cats directly from the hand. It comes with *Beef* or with *Salmon* in handy pouches with five individually-packed tubes.

"YOUNG" PACKAGING AND DEDICATED DISPLAY

The essential packaging also recalls the natural feature of products, in line with the new current target of young customers attentive to quality and with elevated purchasing power. A new smart choice for your shop!

For the launch of *Vita Naturals*, the company developed a dedicated display to distinguish products from other lines of meat treats and to maximize communication in your shop, drawing the attention of customers looking for a 100% natural treat. The new 1/8 pallet display of *Vita Naturals* features an elevated colour and emotional impact. Thanks to its compact size, all 6 products can be displayed: 30cm width x 40cm depth.



Accessori... da vero eroe

Il brand ucraino presenta una nuova collezione all'insegna della qualità e del proprio impegno sociale



Da oltre 25 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 della qualità e di una continua innovazione.

Un'eroica collaborazione

Collar Company ha recentemente presentato la nuova linea di accessori **HERRRO** ispirata a un partner d'eccellenza: Patron, jack russel terrier di due anni che lavora per il servizio di emergenza statale dell'Ucraina aiutando gli artificieri a individuare mine e bombe inesplose. Il cane eroe proviene, come l'azienda, dalla regione di Chernihiv attualmente in guerra.



La nuova collezione **HERRRO** - che propone collari, guinzagli, pettorine e medagliette con passaporti QR

per cani di tutte le razze e taglie - vuole significare che ogni animale domestico è un vero eroe, a prescindere dalla sua popolarità. Perché non importa se randagi, di razza o meticci: tutti i cani in Ucraina oggi sono degli eroi. Informa il cliente del tuo pet shop che acquistare un accessorio della linea **HERRRO**, oltre a rappresentare un'ottima scelta per qualità e design, è anche una buona azione: il ricavato viene devoluto infatti all'Animal Rescue Fund UA Animals, in aiuto degli animali più sfortunati.

I plus della collezione

- I collari in nylon con hardware in plastica resistente e in metallo con bordi protettivi in silicone sono disponibili nelle taglie S, M, L e XL. La larghezza è di 15, 20 e 25 mm.



COLLAR SP. Z.O.O.
www.collarglobal.com
center_europe@collar.ua

- I guinzagli in nylon sono regolabili da 152 a 183 cm di lunghezza. La larghezza è di 15, 20 e 25 mm.
- Le pettorine anatomiche in nylon sono disponibili nelle taglie S, M, L e sono larghe 15, 20 e 25 mm.
- Ogni modello di collare o pettorina della linea è dotato di pet tag con passaporto QR, realizzato in collaborazione con un database internazionale utilizzato in più di 100 Paesi. (S.D.V.)

ACCESSORIES FOR REAL HEROES

The Ukrainian brand presents the new collection focusing on quality and social engagement

For over 25 years, Collar Company has been successfully manufacturing a broad range of pet products ensuring quality and constant innovation.

HEROIC COLLABORATION

Collar Company recently presented the new line of **HERRRO** accessories, inspired to an excellent partner: Patron, a two-year-old Jack Russel Terrier working for the Ukrainian emergency service: Patron helps bomb disposal engineers find mines and undetonated bombs. Just like the company, the hero dog comes from Chernihiv region, which is currently at war.

New **HERRRO** collection includes collars, leashes, harness and tags with QR passports for dogs of all breeds and sizes: each pet is a real hero, regardless the popularity. It does not matter if they are stray, purebred or crossbred: nowadays, all dogs in Ukraine are heroes.

Tell your customers that purchasing **HERRRO** accessories, besides being an excellent choice in terms of quality and design, is also a good deed: proceeds are donated to Animal Rescue Fund UA Animals, supporting unlucky animals.

THE PLUS OF THE COLLECTION

- Nylon collars with hardware, made of resistant plastic and metal with silicone protective edges; they come in S, M, L and XL sizes. Width ranges from 15 to 20 and 25 mm.
- Nylon leashes can be adjusted from 152 to 183 cm length. Width ranges from 15 to 20 and 25 mm.
- Nylon anatomic harness come in S, M, L sizes; width ranges from 15 to 20 and 25 mm.
- Each collar or harness of the line is equipped with pet tag and QR passport, developed in collaboration with an international database used in over 100 countries.



Prescrizione... addio!

Da Boehringer Ingelheim, in arrivo nelle farmacie italiane il nuovo antiparassitario orale di libera vendita



Una compressa somministrata per via orale, appetibile e ad azione rapida per combattere pulci e zecche nei cani: è in arrivo **FRONTPRO**®, il primo antiparassitario orale di libera vendita (SOP) per il trattamento e la prevenzione delle infestazioni da pulci e zecche nei cani, che i tuoi clienti potranno acquistare in farmacia e in parafarmacia, anche on line, senza bisogno di prescrizione medica.

Si tratta di una vera innovazione, perché sul mercato esistono già prodotti orali ma vendibili solo previa ricetta del veterinario. La novità è firmata Boehringer Ingelheim - leader a livello mondiale nel campo della salute animale - che da sempre si impegna nello sviluppo di terapie fortemente innovative che possano migliorare la vita delle persone e dei loro pet.



**BOEHRINGER INGELHEIM
ITALIA SPA**
tel. 0253551
www.boehringer-ingelheim.it



Per proteggere cani e proprietari

Le compresse masticabili **FRONTPRO**®, a base di afoxolaner, sono efficaci per 30 giorni. Le confezioni disponibili - ben individuabili dal colore - sono 4, a seconda

del peso del cane (2-4 kg, >4-10 kg, >10-25 kg, e >25-50 kg) e contengono ognuna 3 compresse. In Italia sono cresciute in maniera esponenziale l'attenzione e la consapevolezza di quanto sia importante proteggere gli animali e l'ambiente in linea con il principio della "One Health", ovvero la stretta correlazione tra salute umana, salute animale e salute dell'ecosistema in cui viviamo. Avere accesso a un prodotto orale senza munirsi di ricetta medica costituisce un indubbio vantaggio per i tuoi clienti che vogliono decidere in autonomia il trattamento antiparassitario del proprio cane o che necessitano di una valida opzione immediatamente disponibile per la salute e il benessere non solo del proprio pet ma anche della famiglia, una famiglia che vede sempre più gli animali da compagnia, e i cani in particolare, come componente integrante del nucleo. (R.P.)

PRESCRIPTION... BYE!

New free-sale oral parasiticides by Boehringer Ingelheim is now available in Italian drugstores

An oral pill, palatable and with quick effect to fight fleas and ticks on dogs: **FRONTPRO**® is the first free-sale oral parasiticide for the treatment and prevention of flea and tick infestations in dogs. Your customers can purchase it in drugstores, parapharmacies and even online, without medical prescription. It is a real innovation: the market already offers oral parasiticides, but they require veterinary prescription. The new product has been developed by Boehringer Ingelheim, world leader in the sector of animal health. The company is committed to developing strongly innovative products to improve the life of people and their pets.

PROTECTION OF DOGS AND OWNERS

Chewable pills **FRONTPRO**® contain afoxolaner and are effective for 30 days. There are four packages types available, featuring four different colours according to dog weight (2-4 kg, >4-10 kg, >10-25 kg, and >25-50 kg): each package contains 3 pills.

In Italy there is increased attention and awareness towards the importance of protecting pets and the environment, in line with "One Health" principle: strict correlation between human health, animal health and the health of the ecosystem we live in. Being able to rely on oral products without the need of medical prescription is undoubtedly advantageous for customers who want to choose the parasitidal treatment of their dog independently. It is also useful for those who look for a promptly available option for the health and well-being of pets and their family, with dogs as real family members.

Benessere totale

La combinazione di funzionalità e completezza segue un approccio olistico, per curare la patologia senza rinunciare a nutrire l'organismo



I prodotti *Alleva Care* rappresentano un vero approccio rivoluzionario al mercato veterinario delle diete, possibile grazie alla regolazione dei componenti analitici secondo i più avanzati concetti scientifici. Gli alimenti presentano la completezza tipica di un mangime ultrapremium grazie all'attenta selezione delle materie prime e all'associazione di potenti fitonutrienti bioattivi per potenziare le formulazioni, coprendo con un numero essenziale di prodotti la maggior parte delle patologie gestibili con un approccio dietetico.



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



Per contrastare le principali patologie di cani e gatti

Le formulazioni della linea *Alleva Care* si basano sull'utilizzo di materie prime di altissima qualità con una composizione ottimale dal punto di vista nutrizionale. Tutti gli alimenti sono efficaci nel prevenire l'invecchiamento cellulare e nel sostenere il sistema immunitario, la salute della pelle, la vitalità e il benessere generale.

Ecco le referenze della linea, disponibili sia per cane che per gatto:

- *Allergocontrol Hydrolyzed*, a base di proteine idrolizzate, è ideale nelle diete ad esclusione, per la riduzione delle atopie e per il controllo delle reazioni avverse al cibo, delle dermatosi e della perdita di pelo. Contiene fonti glucidiche purificate dalla componente proteica e fibre prebiotiche (XOS, MOS, FOS e β -glucani, che regolano il sistema immunitario). L'aloè vera, purificata e standardizzata, stimola la corretta risposta del sistema immunitario, la guarigione delle ferite e la rigenerazione cutanea.
- *Renal Antiox* supporta la funzionalità renale in caso di insufficienza e riduce la formazione di calcoli di urati e ossalati di calcio. La sua unicità sta nell'utilizzo di una combinazione di ingredienti naturali dal potente effetto antiossidante e antinfiammatorio, che combatte i radicali liberi dell'ossigeno coinvolti nella progressione del danno renale: un mix di curcuma, limone, chiodi di garofano e rosmarino e astaxantina (100 volte più potente della vitamina E), presente nell'alga ematococco e nell'olio di krill (fonte anche di EPA e DHA, terapeutici in corso di insufficienza renale).
- *Urinary 360°* è un alimento pensato per prevenire e dissolvere i calcoli da struvite e per supportare la funzionalità delle basse vie urinarie. Si differenzia dai concorrenti per le elevate concentrazioni di mirtillo rosso e GAG, che proteggono la mucosa urinaria riducendone l'infiammazione.



Contiene inoltre un estratto di melissa e un complesso di piante ayurvediche in grado di contrastare lo stress sia fisico che emotivo dell'animale, fattore di rilievo nelle problematiche urinarie.

- *Obesity Glycaemic Control* promuove il controllo della sazietà favorendo la riduzione del peso corporeo, la regolazione dell'apporto di glucosio in corso di diabete mellito e il ribilanciamento del metabolismo lipidico. Il suo punto di forza è trattare l'obesità come una patologia infiammatoria. Contiene alga spirulina, in virtù della sua potente azione antinfiammatoria e ipolipidemizzante, coadiuvata da omega-3 EPA e DHA. I più alti livelli di taurina e L-carnitina rispetto a prodotti analoghi potenziano il metabolismo aiutando a ridurre l'accumulo di grassi. La fibra di canna da zucchero riduce la densità energetica, promuove il senso di sazietà e modula il rilascio di glucosio.

- *Gastrointestinal Low Fat* è indicato per la riduzione dei disordini acuti dell'assorbimento intestinale, per la compensazione della cattiva digestione, per l'insufficienza del pancreas esocrino e per l'iperlipidemia. Facilmente digeribile, questo alimento prevede una combinazione di materie prime che contrastano attivamente la patologia bloccando la diarrea (grazie a un complesso botanico di erbe ayurvediche ricco in tannini ed altri composti attivi), legando e inattivando eventuali patogeni e stimolando il sistema immunitario (ad opera di un complesso di lieviti selezionati e inattivati). La formula è completata da zucca e altri composti prebiotici. (G.P.)



GLOBAL WELL-BEING

The combination of functionality and completeness follow a holistic approach to treat the disease and nourish the organism

Alleva Care products feature a revolutionary approach to the market of veterinary diets: this is possible through the regulation of analytical ingredients, according to the most modern scientific principles. Recipes are complete just like ultra premium food, thanks to the thorough selection of raw ingredients and to the combination of powerful bioactive phytonutrients. They strengthen recipes and make sure that an essential number of products is capable to cover most of the diseases treatable with a dietary approach.

IN ORDER TO FIGHT THE MAIN DISEASES OF CATS AND DOGS

Alleva Care formulas focus on first-quality raw ingredients, which feature an excellent nutritional combination. All products are effective in preventing cell ageing and supporting the immune system, skin health, vitality and general well-being.

Here are the formulas, available for both cats and dogs:

- *Allergocontrol Hydrolyzed*, with hydrolysed proteins, is suited in exclusion diets, to reduce atopy and to control adverse food reactions, dermatosis and fur loss. It contains glucidic sources purified from the protein components and prebiotic fibres (XOS, MOS, FOS and β -glucans, which regulate the immune system). Purified and standardized aloe vera stimulates the correct reaction of the immune system, wound healing and skin regeneration.
- *Renal Antiox* supports renal functionality in case of insufficiency and reduces the formation of urate and calcium oxalate calculi. Its unique formula combines natural ingredients with powerful antioxidating and anti-inflammatory effect, which fight the oxygen free radicals involved in renal damage progression: a combination of turmeric, lemon, cloves, rosemary and astaxanthin (100 times more powerful than vitamin E), contained in *Haematococcus pluvialis* alga and krill oil (also source of EPA and DHA, useful in case of renal insufficiency).
- *Urinary 360°* helps prevent and dissolve struvite calculi, as well as support the functionality of the low urinary tract. It features elevated quantities of cranberry and GAG, which protect urinary mucosa and reduce inflammation. Moreover, it contains lemon balm extract and a mix of ayurvedic plants capable to fight pets' physical and emotional stress, which is a relevant factor in urinary ailments.
- *Obesity Glycaemic Control* promotes satiety and helps reduce body weight, regulate glucose in case of diabetes mellitus and rebalance of the lipidic metabolism. Point of strength: it treats obesity as an inflammatory diseases. It contains spirulina (powerful anti-inflammatory and hypolipidemic), supported by omega 3 EPA and DHA. Highest levels of taurine and L-carnitine (compared to similar products) strengthen the metabolism and help reduce fat accumulation. Sugarcane fibre reduces energy density, promotes satiety and modulates glucose release.
- *Gastrointestinal Low Fat* is suited for the reduction of acute disorders of intestinal absorption, for the compensation of bad digestion, for the insufficiency of exocrine pancreas and for hyperlipidaemia. The easily-digested food combines raw ingredients that actively fight the disease and block diarrhoea (thanks to a mix of ayurvedic herbs rich in tannins and other active compounds), binding and inactivating pathogens and stimulating the immune system (thanks to a mix of selected and inactivated yeasts). The formula is completed by pumpkin and other prebiotic compounds.





È VERO CHE...

Continua la nuova rubrica che vuole aiutare il gestore del pet shop a rispondere a ogni quesito, anche il più strano, posto dal cliente curioso e appassionato

LORENA QUARTA

È vero che... il cane si scrolla anche quando è asciutto?

Verissimo, si tratta di un comportamento che il cane adotta non solo dopo aver fatto il bagno o di ritorno da una passeggiata sotto la pioggia. Diversi sono i motivi che possono indurlo a scrollarsi o, come si dice, a sgrullarsi: può avere un problema alle orecchie (nel qual caso però tende a scuotere solo la testa e non tutto il corpo), può ospitare parassiti cutanei, come pulci e zecche, che causano prurito (in questo caso oltre a scuotersi si gratta di continuo) oppure tutto è riconducibile a situazioni di ansia o stress. Il cane, in pratica, si scrolla come reazione a un episodio che gli ha causato stress (aver incontrato un suo simile, ad esempio, oppure essere stato sgridato), quindi in questo senso lo scuotimento non deve essere visto in modo negativo, tutt'altro.

Può capitare inoltre che alcuni soggetti pieni di energie se non riescono a sfogarle tutte tendano a scuotersi come unica alternativa possibile per scaricare la tensione.

Una sgrullata, in poche parole, aiuta il cane a migliorare l'umore e a sentirsi più rilassato.



È vero che... i cani amano la neve?

Sì, la maggior parte dei cani ama la neve e anche alcuni cani anziani, ormai sedentari, con la neve ritrovano la voglia di giocare come quando erano cuccioli. Proprio perché i cani sembrano impazzire di gioia con la neve, è opportuno adottare alcune precauzioni: bisogna evitare per esempio che la mangino, perché qualche fiocco non fa danni ma ingerirne una grossa quantità può causare vomito, diarrea, congestioni e gastroenteriti di varia gravità. Molta attenzione bisogna riservare poi anche al terreno: il manto nevoso inganna e l'animale, correndo, potrebbe



incontrare qualche insidioso ostacolo causa di traumi all'apparato scheletrico o potrebbe correre il rischio di scivolare su lastre di ghiaccio.

I booties (gli stivaletti per cani) sono forse eccessivi ma è comunque opportuno proteggere cuscinetti e polpastrelli con apposite creme o pomate a base di vasellina o di altre sostanze idrorepellenti che proteggono dal freddo e dal ghiaccio. Se si ha in programma un'intera giornata sulla neve sotto il sole, infine, è consigliabile applicare una crema solare sul tartufo.

È vero che... i cani adorano i grattini sulla pancia?

Senza dubbio. I cani adorano essere accarezzati soprattutto sul pancino, forse perché quando erano piccoli la loro mamma li leccava proprio lì per pulirli e stimolare le funzioni fisiologiche. Inoltre, nei cani maschi, questo gesto evoca le sensazioni che provano durante la monta. Non tutti i cani però amano esporre una parte così delicata nemmeno al proprio padrone, soprattutto quelli che hanno qualche problema comportamentale, perché non bisogna dimenticare che il ventre è una delle zone più vulnerabili del corpo, perché contiene tutti gli organi vitali.

Quando un cane, magari adottato in canile oppure con problemi di socializzazione, arriva a mettersi a pancia all'aria per farsi fare i grattini, dimostra la sua più totale fiducia e se arriva a emettere mugolii di piacere con la coda che si muove freneticamente, allora si può essere certi che il livello di goduria e di beatitudine sia al massimo livello. Non bisogna comunque mai forzare il cane a mettersi a pancia all'aria, la cosa deve partire da lui spontaneamente e spesso, dopo aver concesso al padrone questo privilegio, può decidere di allargare la cerchia di persone a cui dare fiducia permettendo anche ad altri di accarezzarlo sul ventre.

È vero che... il gatto riesce a vedere bene al buio?

Questo è un mito da sfatare. Nessun gatto vede quando il buio è più pesto, ma sicuramente i gatti riescono a vedere molto meglio dell'essere umano nella penombra o comunque in condizioni di luce molto scarsa, che sia naturale o artificiale. Questa capa-



cità è in stretta relazione con il fatto che le pupille di un gatto possono cambiare forma e passare dall'essere poco più di una stretta fessura in condizione di luce forte a essere completamente dilatate in condizione di luce fioca.

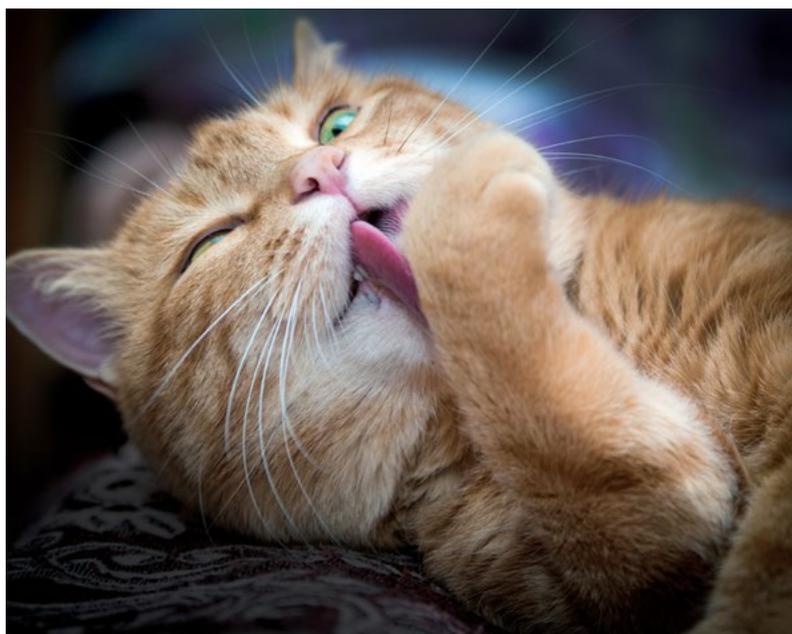
Il gatto inoltre, analogamente ad alcuni animali notturni, possiede il "tappeto lucido", una sorta di membrana riflettente situata subito dietro la retina che permette l'assorbimento di una maggiore quantità di luce aumentando quindi la capacità visiva in condizioni di bassa luminosità. Inoltre nei suoi occhi, che contengono un basso numero di coni, è presente un elevato numero di bastoncelli, fotorecettori che consentono una miglior visione notturna o in condizioni di luce scarsa.

È vero che... i gatti amano leccarsi tra loro?

Sì, e lo possono fare per diversi motivi. I gatti si leccano tra loro ad esempio per riuscire a tenere pulite zone del corpo altrimenti non raggiungibili (come il collo e la testa) oppure per rafforzare un legame e mostrare un totale affiatamento, in questo caso muso e orecchie sono le zone del corpo che vengono preferibilmente leccate. Il leccamento reciproco può anche avere a che fare con un nuovo ingresso nel gruppo: spesso il gatto di casa può leccare il nuovo arrivato per farlo sentire

il benvenuto, tranquillizzarlo e farlo sentire al sicuro e protetto.

I gatti possono poi leccarsi tra loro anche per dominanza, per stabilire una scala gerarchica: è il gatto dominante, in questo caso, a leccare il micio più remissivo, da un lato per mettere in chiaro il suo ruolo gerarchico, dall'altro per suggerire all'altro un'opportunità per evitare uno scontro fisico e optare per una soluzione pacifica del confronto.



È vero che... nel gatto si possono formare palle di pelo?

Il gatto è un animale estremamente pulito: leccarsi il pelo da un lato ha un effetto calmante, dall'altro è una fondamentale operazione di pulizia.

Alcuni soggetti, soprattutto quelli con il manto lungo, perdono abbondanti quantità di pelo che, se non rimosso con regolari spazzolate, può essere ingerito arrivando a formare nello stomaco quelli che si chiamano boli di pelo, che il micio può arrivare a vomitare. Il problema sorge nel momento in cui il gatto non riesce a eliminare i peli con il vomito, in questo caso possono formare un vero e proprio "tappo" determinando stitichezza che, nei casi più gravi, può arrivare al blocco intestinale.

Regolari spazzolate, da intensificare nei periodi di muta, non sono l'unico sistema per evitare i problemi di vomito e stipsi: si può somministrare un integratore o una pasta appetibile che lubrifica il tratto intestinale e aiuta a eliminare le palle di pelo, optare per alimenti ricchi di fibre che aiutano a eliminare i boli oppure mettere a disposizione dell'erba gatta che il micio possa "brucare" ogni volta che ne senta la necessità.





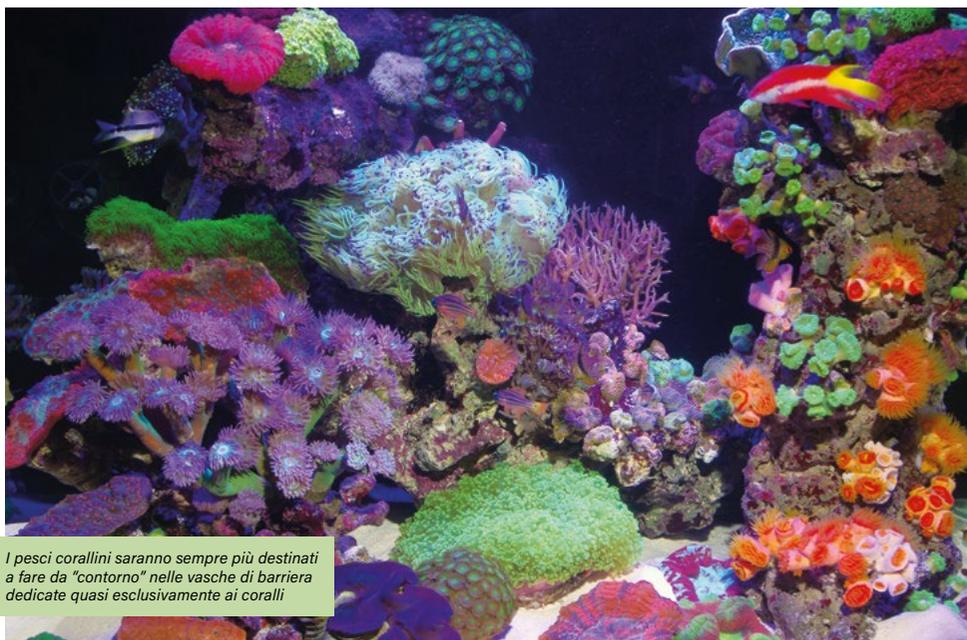
NUOVE LEGGI SUGLI ESOTICI: I PESCI A RISCHIO

Dopo l'entrata in vigore dei tre Decreti Legislativi destinati a incidere notevolmente anche sull'acquariofilia, vediamo ora quali sono le specie di pesci marini e d'acqua dolce che rischiano di sparire dal mercato

ALESSANDRO MANCINI

Una lista molto attesa

Nello scorso numero del nostro magazine (Zampotta Pet Business, dicembre/gennaio, pag. 98) ci siamo occupati dei tre D.L. (134, 135 e 136 del 05/08/2022) emessi dal Ministero della Salute, in particolare del n. 135 *“Disposizioni di attuazione del regolamento (UE) 2016/429 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 9 marzo 2016 in materia di commercio, importazione, conservazione di animali della fauna selvatica ed esotica (...) introduzione di norme penali volte a punire il commercio illegale di specie protette”*. La nuova legislazione si propone di operare una notevole stretta sull'importazione e detenzione di specie selvatiche ed esotiche prelevate in natura, nonché sulle cosiddette specie che *“costituiscono un pericolo per la salute e l'incolumità pubblica o per la biodiversità”*. C'è quindi comprensibilmente molta attesa per la lista di *“specie vietate”* (peraltro destinata, almeno sulla carta, ad essere periodicamente aggiornata) che, se i tempi saranno rispettati, dovrebbe essere pubblicata dal Ministero della Transizione Ecologica entro il 23 marzo 2023. Chi si troverà in possesso di esemplari delle specie vietate potrà detenerli solo fino alla loro morte naturale, senza però farli riprodurre. La loro presenza dovrà inoltre essere denunciata alla Prefettura en-



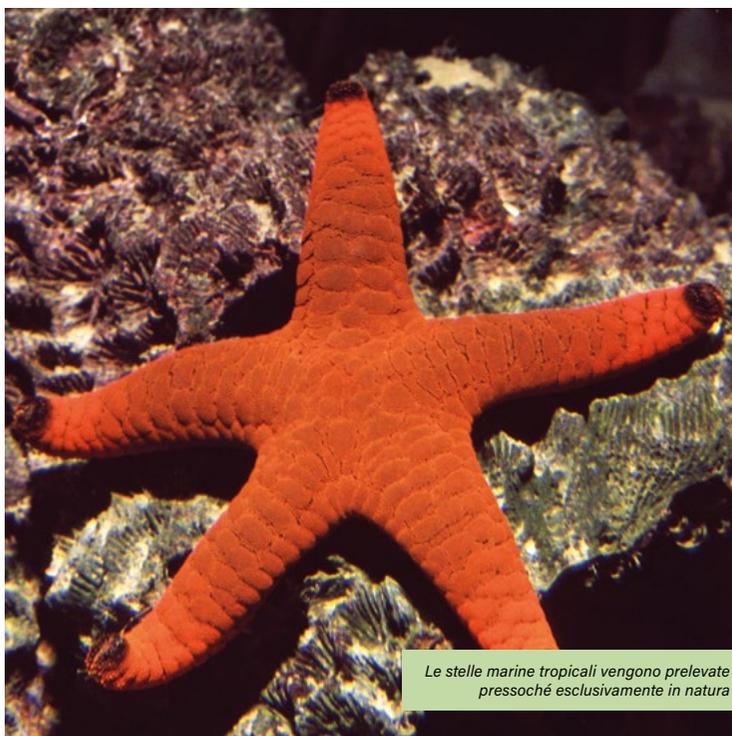
I pesci corallini saranno sempre più destinati a fare da "contorno" nelle vasche di barriera dedicate quasi esclusivamente ai coralli



tro 90 giorni dalla data di entrata in vigore del Decreto, mentre i negozi in loro possesso dovranno mettersi in regola entro il 27 settembre 2023, dopo una loro opportuna identificazione e una specifica formazione per gli operatori.

Marino: luci e ombre

Ma analizziamo in dettaglio quali sono le specie attualmente prelevate in natura e quindi a serio rischio di inclusione nella suddetta lista. Partiamo dagli invertebrati di barriera. Fortunatamente oggi la gran parte delle sclerattinie o madrepora (coralli duri: *Acropora*, *Stylophora*, *Seriatopora*, *Lobophyllia*, *Euphyllia*, ecc.), oltre a una percentuale non facilmente quantificabile - ma sicuramente significativa e con ampi margini di crescita - di alcionacei o coralli molli (*Sarcophyton*, *Cladiella*, *Sinularia*, *Xenia*, *Palythoa*, *Clavularia*, ecc.), proviene già da riproduzione in cattività (perlopiù



Le stelle marine tropicali vengono prelevate pressoché esclusivamente in natura

asesuata: talee, gemmazione, ecc.), grazie al fatto che tale modalità di approvvigionamento ne agevola di molto la messa in commercio, essendo tutte specie richiedenti la documentazione CITES. In poche parole, da molti anni ormai i coralli riprodotti sono sempre più competitivi anche nei costi rispetto a quelli prelevati in natura.

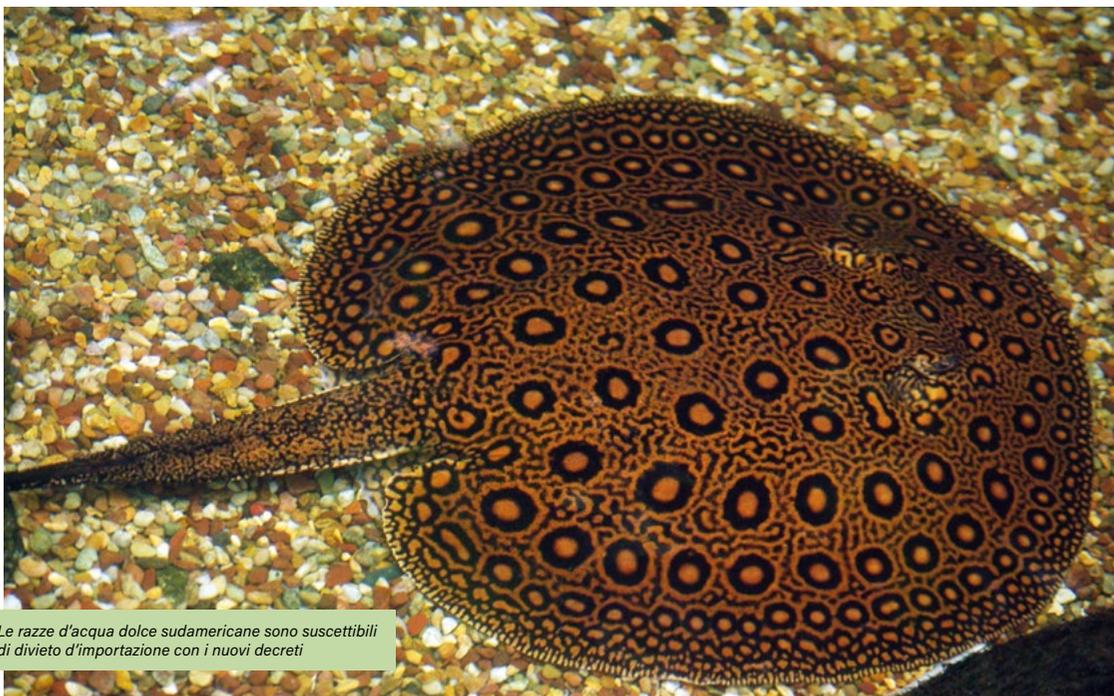
Per la maggior parte degli altri invertebrati però non è così. Se è lecito infatti prevedere che qualche spugna e diversi anemoni, ad esempio, potranno essere riprodotti nel breve termine come si fa oggi con i coralli, è molto difficile immaginare che si riesca in

tempi ragionevoli ad affrancarsi dal prelievo in natura di policheti (*Sabellastarte*, *Spirobranchus*, ecc.), cerianti, gorgonie, gran parte dei crostacei (anche se gamberetti come *Lysmata spp.* sono già stati riprodotti con successo da acquariofili molto esperti), molluschi, stelle marine, ricci e oloturie, solo per citare i più richiesti. Esclusa anche la quasi totalità dei pesci marini tropicali, eccetto alcuni *Amphiprion* (pesci pagliaccio) e pochi altri, come il pesce cardinale *Pterapogon kauderni*. Salvo sorprese, insomma, i pesci corallini saranno sempre più destinati a fare da... contorno, movimentandole un po', nelle vasche di barriera dedicate quasi esclusivamente ai coralli, sia molli che duri, che già oggi del resto costituiscono l'espressione più apprezzata e diffusa dell'acquario marino tropicale.

Dolce senza sconvolgimenti

Non dovrebbero invece esserci ripercussioni così impattanti sul commercio dei pesci tropicali d'acqua dolce nel nostro Paese: la quasi totalità (stimabile intorno all'80%) viene infatti importata dall'Asia (soprattutto Singapore, Malaysia, Indonesia, Sri Lanka, Vietnam e Cina) e dall'Est Europa (Polonia, Rep. Ceca, Slovacchia), ed è già costituita essenzialmente da *captive born* originari delle regioni tropicali di tutto il mondo, con poche eccezioni di "wild" asiatici, soprattutto specie d'acqua salmastra (pesci palla, *Monodactylus*, *Brachygobius*, *Scatophagus*, *Toxotes*) difficilmente





Le razze d'acqua dolce sudamericane sono suscettibili di divieto d'importazione con i nuovi decreti

riproducibili in allevamento. Resteranno invece probabilmente esclusi tutti quei pesci sudamericani (Perù, Brasile e Colombia i principali fornitori) e africani (*in primis* dalla Nigeria) che vengono ancora prelevati in natura: parliamo ad esempio di discus, scalari e cardinali "wild" (per fortuna ormai un'esigua minoranza rispetto ai riprodotti), di tanti Loricaridi "L-number" e *Corydoras* (che però si riproducono abbastanza agevolmente in acquario), di Caracidi come le carnegielle e altri "pesci accetta" e altri ancora, "stranezze" come razze d'acqua dolce e pesci elettrici. È lecito però prevedere che almeno alcuni di essi saranno riprodotti abbastanza facilmente in allevamenti locali o europei qualora il mercato lo richiedesse in futuro. Quanto ai pesci africani, è difficile invece immaginare che specie come il pesce elefante (*Gnathonemus petersii*) o il pesce farfalla (*Pantodon buchholzi*), per citare solo le più richieste tra quelle importate dalla Nigeria, possano essere riprodotte nel prossimo futuro per rifornire il mercato acquaristico: saranno probabilmente destinate a sparire dal commercio qualora inserite nella famosa lista, mentre i ciclidofili appassionati di Malawi e

Chi si troverà in possesso di esemplari delle specie vietate potrà detenerli solo fino alla loro morte naturale, senza però farli riprodurre



I pesci pagliaccio sono riprodotti da molte generazioni in cattività

Tanganica dovrebbero dormire sonni tranquilli, essendo la gran parte dei loro beniamini riprodotta in allevamento.

Per concludere, un cenno anche agli invertebrati. La parte del leone sul mercato la fanno, come è noto, le caridine (gamberetti), seguite da gamberi (*Procambarus*, *Cherax*, ecc.) e lumache (ampullarie & C.), tutti fortunatamente in gran parte provenienti da riproduzioni in acquario e quindi, salvo clamorose sorprese (c'è sempre da non sottovalutare il rischio che vengano considerate "un pericolo per la salute e l'incolumità pubblica o per la biodiversità"), non a "rischio scomparsa" dagli acquari.





RICOMINCIAMO DAL MEDITERRANEO

L'acquario marino Mediterraneo è sparito dai negozi di acquari. Tuttavia proprio un segmento di nicchia potrebbe aiutare la ripresa, in un momento caratterizzato da scarsità di mezzi economici e aumenti delle temperature medie

VALERIO ZUPO

Dov'è finito?

L'acquario marino Mediterraneo, dopo una fase di ripresa sino a qualche anno fa, si è dissolto nel nulla, probabilmente anche a causa della poca attenzione da parte degli stessi operatori del settore: in un periodo di "magra" per tutti i tipi di acquario, chi penserebbe mai di riproporne uno... di nicchia? Eppure è risaputo che i segmenti di nicchia divengono preziosi proprio nei periodi di crisi, per consentire introiti aggiuntivi ed ampliamento del mercato. Dunque è evidente che questa "disattenzione" produca danni al settore specializzato.

Possiamo colmarla?



Molti echinodermi mediterranei sono belli e resistenti in acquario, come nel caso delle piccole Asterina gibbosa

Uno dei punti essenziali da sempre sollevati a dispetto del marino Mediterraneo è la necessità di un refrigeratore, a causa delle elevate temperature estive che mal si conciliano con le abitudini della maggior parte degli organismi che vivono sotto i 5-6 metri di profondità. Sino a una decina di anni fa era effettivamente così. Oggi però le cose sono cambiate, a causa dell'innalzamento globale delle temperature che

nei mesi estivi superano spesso i 32 gradi, rivelandosi decisamente dannose per la maggior parte degli invertebrati tropicali e per tantissimi pesci esotici. Per questo motivo moltissimi appassionati di acquari marini tropicali hanno deciso di acquistare un refrigeratore, in modo da riportare le temperature estive sotto i 27 °C, consentendo così l'allevamento di invertebrati zooxantellati e



pesci marini tropicali. Chi non lo abbia fatto si è comunque provvisto di un impianto di condizionamento domestico che riporti l'interno delle mura domestiche a temperature sopportabili, perché anche invertebrati invasivi e robusti (pensiamo ad esempio a *Xenia robusta* e a molti altri invertebrati dotati di zooxantelle) deperiscono e muoiono quando la temperatura supera i 26-27 °C. Paradossalmente, molte specie mediterranee di superficie (pensiamo ai pomodori di mare, alla maggior parte dei molluschi di superficie, ai tanti granchi di scoglio e alla maggior parte dei blennidi) sono molto più resistenti alle nostre attuali temperature estive rispetto a quelle tropicali. Dunque, alla luce dei fatti, dovremmo affermare che oggi un refrigeratore sia indispensabile per tenere un acquario marino tropicale, mentre sia da considerarsi solo "utile" nel caso del Mediterraneo.

Cogliamo l'opportunità

I fatti appena citati dovrebbero farci ragionare. Il recente declino delle vendite di acquari marini tropicali ha due cause principali: la

sensibilità della maggior parte delle specie esotiche alle elevate temperature, che ha prodotto in vari casi insuccessi e delusioni e i costi elevati che cominciano a divenire eccessivi per i più, a causa della crisi economica. Evidentemente il marino Mediterraneo rappresenta oggi una grande opportunità per offrire al pubblico nuove chances per allestire il primo acquario. Il periodo delle feste di fine anno, peraltro, ha certamente portato nelle case di molti potenziali utenti piccoli organismi marini: molluschi come *Hinia spp.* e *Sphaeronassa spp.*, varie specie di alghe, ricci di mare, granchi, bivalvi, gamberetti ancora vivi e forse qualche pescetto. Si tratta di organismi di grande fascino, che molti potrebbero con piacere disporre in una vasca d'acqua salata. Perché non fare leva su emozioni recenti per proporre un marino Mediterraneo? Potremmo iniziare da una vasca piccola ed economica, senza troppe pretese, che dimostri come un granchietto e qualche alga mediterranea riescano a creare un punto di attrazione in casa e un ausilio educativo per i più piccoli.

Cosa occorre

Desiderando allestire un Mediterraneo economico si può consigliare al cliente appassionato di partire con una vasca in vetro da una ventina di litri, munita di filtro interno e impianto di illuminazione a led. Non serve ovviamente un termoriscaldatore ed eviteremo per ovvii motivi un refrigeratore, volendo contenere i costi. Per il filtraggio, oltre al filtro interno (cannolicchi, lana, carbone attivo) potremmo consigliare un filtro a bisaccia. Alcuni modelli cinesi contengono anche un minuscolo schiumatoio, certamente poco efficiente, ma comunque utile ad accrescere i livelli di saturazione di ossigeno, specialmente nei mesi estivi. Sul fondo si potrebbero disporre della sabbia corallina o della graniglia calcarea: evidentemente non è opportuno usare sabbia marina naturale, sempre ricca di ferro e altri metalli pesanti. Sassi e rocce invece potranno essere raccolti direttamente in natura. Per l'illuminazione si potrebbe fare uso di un piccolo impianto



Le flabelline sono nudibranchi mediterranei di grande fascino ma necessitano di acqua non troppo calda

Desiderando allestire un Mediterraneo economico si può consigliare al cliente di partire con una vasca da una ventina di litri, munita di filtro interno e impianto di illuminazione a led



led, purché abbia un'emissione spettrale tale da garantire sufficiente irradianza per alghe e invertebrati zooxantellati. Potremmo suggerire di prelevare direttamente a riva una latta di acqua di mare oppure più semplicemente fornire dei sali marini, rammentando che nel caso del Mediterraneo la densità dovrà essere fissata a 1,028 ppm (corrispondente a una salinità attorno ai 38 PSU) invece che ai classici 1,022 ppm, che caratterizzano l'acquario marino tropicale. Dopo la maturazione del filtro potremo iniziare con l'introduzione dei primi organismi. Tutti i misuratori e gli accessori normalmente venduti per il marino tropicale potranno essere utilmente... riciclati per il Mediterraneo.

Il marino Mediterraneo rappresenta oggi una grande opportunità per offrire al pubblico nuove chances per allestire il primo acquario

Cosa allevare?

Il vero punto dolente del Mediterraneo è sempre stato rappresentato dal reperimento del materiale vivo. Tuttavia, considerando le recenti restrizioni anche nelle importazioni degli organismi tropicali, questo problema appare meno grave. Senza dubbio lo stesso appassionato potrà fare riferimento al banco dei pescatori: molluschi, crostacei, cnidari, policheti e qualche pesce. Anche il negoziante potrà utilmente dedicare una vasca a organismi reperibili presso una pescheria o qualche appassionato di subacquea. Vi pare un'impresa impossibile? Pensiamo allora alla possibilità di acquistare qualche

piccolo polpo vivo. Quasi sempre sono disponibili in pescheria dei "moscardini" tenuti vivi nei mastelli e venduti a peso. Alcuni piccoli polpi, trasferiti in una vasca in negozio (e salvati così dall'acqua bollente) diventeranno immediatamente un punto di richiamo per gli appassionati. Scommettiamo? E cosa dire dei comuni gasteropodi che soprattutto nel periodo delle feste natalizie hanno prodotto interesse in tante persone, con i loro movimenti flessuosi ed



Varie specie tropicali di *Caulerpa* hanno ormai invaso il Mediterraneo e possono essere ospitate facilmente, anche in acquari con acqua molto calda in estate

eleganti? Qualche alga viva, inoltre, sarà certamente finita sui banchi del pesce, insieme a gamberetti ancora molto agili, facilmente trasferibili in vasca.

Ritenete forse che una vasca da venti litri popolata da alghe verdi e rosse, gamberetti e piccoli molluschi sia poco interessante? Provare per credere: attirerà l'attenzione del cliente medio molto più di scontatissimi guppy e scalari. Certamente, volendo ottenere acquari mozzafiato, sarà necessario immergersi almeno sotto il pelo dell'acqua per raccogliere patelle, spirografi e gorgonie, ma i mesi estivi sono alle porte e i neofiti avranno tempo di fare sufficienti esperienze in attesa di indossare la maschera per procurarsi personalmente esemplari interessanti da trasferire in acquario.

Insomma, l'importante è cominciare: in breve avremo realizzato un angolo in negozio adeguato ad attrarre nuovi interessi e generare nuove passioni. Il marino Mediterraneo è ancora oggi un segmento molto promettente e potremo proporlo fruttuosamente, senza alcuna necessità di acquistare e stoccare materiali o merci nuove.

Basterà rivendere la nostra entusiastica esperienza.





LE PRINCIPALI PATOLOGIE DEI CAMALEONTI

I camaleonti, rettili da compagnia ormai molto diffusi, sono animali delicati che possono essere soggetti a numerose patologie

LINDA SARTINI

Tra i sauri da compagnia i camaleonti sono tra le specie più conosciute e apprezzate sia dagli esperti che dai neofiti, per questo hanno un mercato piuttosto ampio. Possono però andare incontro a diverse patologie, molte delle quali legate a errori di gestione. Durante la permanenza all'interno del pet shop specializzato è dunque importante che il negoziante garantisca loro il massimo rispetto del benessere, osservi le loro condizioni di mantenimento (ad es. temperatura, umidità, alimentazione, tipologia di terrario e arricchimenti ambientali) e individui quanto più precocemente possibile i cambiamenti nel comportamento, gli stati di malessere e tutti quei segnali che possono indicare una patologia. Scopriamo insieme quali sono le malattie più comuni che possono affliggere i camaleonti, ferma restando la necessità di rivolgersi a un veterinario esperto in medicina degli animali non convenzionali per raggiungere al più presto una diagnosi e iniziare le terapie del caso prescritte. Trascurare uno stato di malessere, infatti, può essere fatale.

I principali segni di malattia

Quand'è che possiamo verosimilmente sospettare una malattia nel camaleonte che ospitiamo in negozio? Sicuramente quando il suo comportamento risulta alterato e le normali attività non si svolgono come dovrebbero, come nel caso del disinteresse o rifiuto del cibo, della difficoltà o impossibilità a muoversi, arrampicarsi o rimanere sul ramo, dell'incapacità di proiettare la lingua o ritrarla all'interno della bocca, della difficoltà ad arrotolare la coda, dell'assunzione di colorazioni più scure, tonalità spente o aree della cute decolorate... insomma, se l'animale si mostra apatico, anoressico, si muove con difficoltà o a fatica e la sua livrea è sospetta, molto probabilmente non è in buona salute.

Altri segni clinici da rilevare sono gli oc-



Camaleonte con occhio infossato





chi chiusi e appiattiti, lo sguardo fisso e la mancata reazione agli stimoli, il gonfiore di zampe, dita o gola, il dimagrimento con esposizione delle sporgenze ossee, le feci meno consistenti e dall'odore alterato, l'emissione di urati colorati e non più biancastri, la presenza di materiale rappreso al lati nella bocca, intorno alle narici a agli occhi,

cloaca sporca, tasche degli emipeni gonfie, pelle eccessivamente grinzosa, muta che non procede correttamente (disecdisi), emorragie sottocutanee, movimenti incerti o striscianti e difficoltà a mantenere l'equilibrio. Questi sono solo alcuni dei principali campanelli d'allarme di cui il negoziante dovrebbe tenere conto.

Le malattie nutrizionali

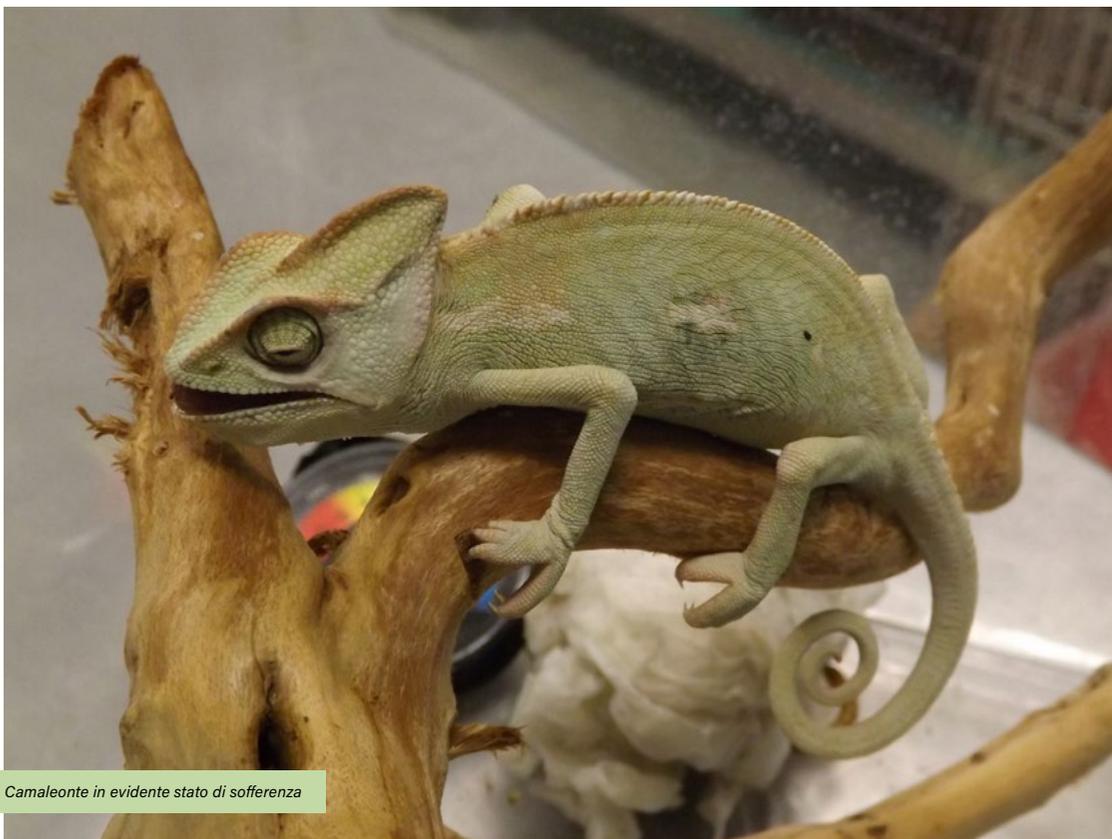
Gli errori alimentari sono molto frequenti in queste specie insettivore: la corretta gestione della preda è una delle prime regole per una buona e duratura salute. Tra le patologie su base nutrizionale, una delle più importanti è l'ipovitaminosi A, ovvero la carenza di questa vitamina essenziale per la vita, che comporta segni clinici quali problemi agli occhi, infezioni respiratorie, deformazione della colonna vertebrale, accumulo di materiale nelle tasche degli emipeni e alterazioni nella muta. La MOM (Malattia Ossea Metabolica) è un'altra patologia legata all'alimentazione (carenza di calcio e vitamina D) e alla gestione (insufficiente esposizione ai raggi UVB), le cui conseguenze sono principalmente crescita stentata, ossa fragili e deformate, rammollimento di mascella e mandibola (ossa "di gomma") e debolezza muscolare fino alla paralisi. Non sono solo i fenomeni carenziali a determinare stati patologici ma anche gli eccessi: l'ipervitaminosi A può determinare tossicità epatica e renale con edema della gola e l'assunzione eccessiva di vitamina D può essere responsabile di calcificazioni, gotta ed edemi.

I camaleonti possono andare incontro a diverse patologie, molte delle quali legate a errori di gestione

Patologie dell'apparato digerente

La costipazione (blocco del transito gastrointestinale) è un fenomeno frequente nei camaleonti iperalimentati, soprattutto se si somministrano prede dall'esoscheletro molto chitinoso o in caso di temperature interne alla teca troppo basse (rallentamento di digestione e metabolismo). Anche l'ingestione di corpi estranei non è infrequente, soprattutto di sassolini, pezzi di corteccia o altri materiali utilizzati per il fondo del terrario. In entrambi i casi gli animali si presentano sofferenti, rifiutano il cibo, mostrano un addome gonfio e assumono colorazioni che lasciano intendere uno stato di malessere, potrebbero presentarsi irrequieti e tentare di vomitare.





Camaleonte in evidente stato di sofferenza

Agenti chimici

I camaleonti possono rimanere vittima di intossicazioni per l'assunzione accidentale di sostanze chimiche per via digerente, respiratoria e transcutanea o di irritazioni oculari, respiratorie e della pelle, come nel caso di utilizzo di insetticidi o deodoranti ambientali, vernici, disinfettanti e detersivi o, più difficilmente ma non impossibile, di insetti da pasto contaminati.

Traumi, ferite e ustioni

Traumi conseguenti a cadute dall'alto non sono rari, talvolta causati da rami o altre strutture sospese non saldamente assicurate o da patologie articolari o debilitanti che impediscono una corretta prensione. Lesioni della cute o dei tessuti sottostanti possono essere causate da graffi o morsi tra conspecifici ma anche insetti da pasto molto grandi e aggressivi possono essere causa di danno al predatore, così come tentativi di fuga o superfici appuntite o taglienti presenti all'interno del terrario. Ustioni più o meno gravi possono essere causate dal contatto con le lampade riscaldanti, che di conseguenza non devono essere posizionate in luoghi raggiungibili dagli animali. Alle lesioni cutanee spesso conseguono infezioni e formazione di ascessi.

Il negoziante attento deve sospettare una malattia quando il comportamento dell'animale risulta alterato e le normali attività non si svolgono come dovrebbero

Altre problematiche

Altre patologie che possono presentarsi nei camaleonti sono l'insufficienza renale, la distocia (difficoltà o impossibilità di deporre le uova), le infezioni respiratorie, le patologie oculari (particolarmente gravi perché impediscono all'animale di cacciare e nutrirsi), la stomatite (infezioni del cavo orale e della mucosa), patologie infettive, fungine e parassitarie. Quale che sia la patologia, in caso di segni di malessere o malattia il rettile deve essere immediatamente riferito a un veterinario esperto in esotici: la rapidità di intervento è, come sempre, fondamentale.



BACHECA

CLASSIFIED ADS

LAVORO/OFFERTA



Sweet Wipes / Responsabile Commerciale Estero

Azienda italiana produttrice di salviette e tappetini per animali domestici, con sede in provincia di Cremona, ricerca Responsabile Commerciale Estero per potenziamento e sviluppo.
www.amoremio.com

Info: inviare CV a vendite@sweetwipes.com



Imo Galanti & C. / Agenti mono e plurimandatari

Azienda storica nel settore pet ricerca agenti mono o plurimandatari per la distribuzione di articoli e alimenti per cani, gatti, roditori, uccelli e pesci. Si offre ottimo pacchetto prodotti, alta competitività su qualità e prezzi per oltre 1.500 referenze sempre in accrescimento. Importante trattamento provvigionale con possibilità di crescere all'interno della struttura. Preferibili candidati con consolidato pacchetto clienti. Richiesta massima serietà ed esperienza progressiva nel settore.

Info: tel. 0773663916, inviare CV a info@galantipet.it

PET360 / Agenti di commercio

Azienda distributrice di 12 linee di alimenti per cani e gatti ricerca agenti di commercio da inserire nella propria forza vendita Italia nelle seguenti regioni: Lombardia, Emilia Romagna, Sicilia, Puglia, Calabria. Sono previsti contributi per sviluppo zona oltre che interessanti trattamenti provvigionali e bonus a obbiettivo. È previsto un periodo formativo con veterinario nutrizionista e adeguato supporto.

Info: inviare CV a massimo.parise@pet360.it o chiamare lo 04441574109, rif. annuncio ricerca agenti Italia

Ruri Vivis / Agenti plurimandatari

Distributore esclusivo per l'Italia di mangimi superpremium per cani e gatti, per il completamento della propria struttura di vendita, ricerca agenti plurimandatari per le zone di Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna e Toscana.

Info: inviare CV a info@rurivivis.it

Iv San Bernard / Agenti plurimandatari

Azienda produttrice e distributrice di cosmetici per animali domestici cerca agenti mono e plurimandatari per lancio nuove linee nelle seguenti regioni: Piemonte, Veneto, Emilia Romagna e Calabria.

Info: inviare CV a giorgia@ivsanbernard.it

DRN / Agenti Specializzati

Azienda leader nella nutrizione e dermatologia veterinarie ricerca figure di agenti specializzati per ampliamento della propria rete commerciale nel canale parafarmacie e pet shop. Si richiedono esperienza maturata nel settore, professionalità e attitudine alla vendita.

Info: Inviare CV a customer@drnsl.it

Azienda / Agenti di commercio

Gruppo leader nel mercato della veterinaria e del pet food ricerca agenti e informatori plurimandatari su tutto il territorio nazionale per ampliamento della propria rete commerciale. Si offre interessante trattamento provvigionale e incentivi al raggiungimento di determinati obiettivi.

Info: inviare richieste alla redazione: info@zampotta.it - Rif. 11/A

Hobby Fish / Agenti plurimandatari

Azienda nel settore dell'acquariologia da oltre 30 anni cerca agenti plurimandatari per il canale specializzato. Si richiede posizione Enasarco e conoscenza del settore.

Info: inviare CV a hobbyfish@tiscali.it, tel. 096655132

Spinipet / Agenti di commercio

Giovane azienda in forte espansione specializzata nella distribuzione di accessori e snack ricerca agenti ben inseriti nel settore per potenziare la propria rete vendita. Sono previsti supporto commerciale e un ottimo trattamento provvigionale.

Info: inviare CV a info@spinipet.eu, cell. 3534389470

SA.RE / Agenti plurimandatari

Giovane azienda produttrice di cucce e cuscini per animali domestici sita a Monselice (PD) cerca agenti/representanti plurimandatari per potenziamento e sviluppo della rete vendita nelle seguenti regioni: Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Trentino, Emilia Romagna, Toscana, Marche, Abruzzo e Umbria.

Info: tel. 0429781162, n.ferrigo@saresrl.it



Cedesì / Attività

Cedesì, vicino a Bergamo, lavaggio self service per cani con più di 10 anni di attività, con annesso pet shop vendita al dettaglio di alimenti e accessori di prima scelta, con saletta toelettatura ben attrezzata; posizionato in zona con passaggio pedonale e automobilistico, 2 vetrine fronte strada pacchetto con più di 1.500 tesserati sempre in crescita.

L'attività è stata un po' trascurata per motivi familiari, ma la ripresa è sicuramente garantita.

Possibilità di affiancamento per alcuni mesi da concordare.

Cedesì più volentieri a persone già con esperienza.

Info: cell. 3920985601

Cedesì / Attività

Cedesì, per raggiunti limiti di età, toelettatura ben avviata, aperta dal 1995 in provincia di Varese. Il negozio è completamente attrezzato e pronto all'utilizzo.

Info: cell. 328149827 sig. Valerio

Cedesì / Attività

Cedesì salone di toelettatura ultraventennale con pacchetto clientela, in provincia di Varese. L'attività offre anche la possibilità di vendita prodotti.

Possibile eventuale affiancamento iniziale.

Info: cell. 3498474615

Cedesì / Attività

Cedesì attività di toelettatura e di lavaggio self-service a Padova aperta da più di 5 anni.

Il pacchetto clienti comprende più di 1000 tesserati; l'attività di toelettatura per ora è sfruttata solo come part-time e può essere quindi più che raddoppiata.

Il negozio si compone di una zona dedicata alla toelettatura professionale e un'altra dove sono presenti due box chiusi per il lavaggio self-service; è l'unico a Padova ed è in una posizione comoda sia per chi vive in centro storico che anche per chi sta in periferia.

Non è in franchising ma tutto di proprietà (a parte le mura).

Info: cell. 3496386920 sig. Michele

Cedesì / Attività

Cedesì attività ultraventennale con annessa toeletta in locale adiacente. Portafoglio clienti, locale 3 serrande, 120 mq, zona Roma, Alberone (S. Giovanni), in ampio viale con possibilità di comodo parcheggio poiché strada a senso unico.

Eventuale possibilità di iniziale affiancamento.

Locale sito in via Cesare Baronio 140/142/144.

Info: tel. 0696048292, cell. 3347916596,
marcyroma61@gmail.com

Cedesì / Attività

Cedesì o affittasi pet shop vicino a Venezia con sala toelettatura, aperto dal 2002, con bilanci sempre in attivo (l'attività viene ceduta/affittata per motivi familiari). La metratura è di oltre 150 mq complessivi e comprende - oltre a zona toelettatura, alimenti e accessori - un'area dedicata all'acquariologia e una all'esposizione di altri animali. Il negozio è ubicato sulla strada che porta a Venezia, vicinissimo a fermata di tram e autobus e con disponibilità di posti auto.

Info: cell. 3337544813

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.

-  **Also S.r.l.** **090632636**
SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina
fax 0906258082
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
-  **Aquaristica S.r.l.** **0516814188**
Via A. Labriola, 10/12 - 40010 Sala Bolognese (BO)
fax 0516814294
www.aquaristica.it - info@aquaristica.it
-  **Aquili Andrea** **tel. 0731288091**
Via Abruzzi, 10 - 60030 Monsano (AN)
www.aquili.it - info@aquili.it
-  **Askoll Uno S.r.l.** **0444930260**
Via Industria, 30 - 36031 Povolara di Dueville (VI)
fax 0444930380
www.askoll.com - askoll@askoll.com
-  **Bionatura Impianti S.r.l.** **0399241247**
Piazza Durini, 15 - 22043 Arcore (MB)
www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it
-  **CE.A.B. di Ferrari Pierluigi** **0302667121**
Via Pietro Rescatti, 20 - 25124 Folzano (BS)
fax 0302168469
www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it
-  **Croci S.p.a.** **3297534632**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - shop@croci.net
-  **Ferplast S.p.a.** **0445429111**
Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI)
www.ferplast.com - info@ferplast.com
-  **Funhobby Italia S.r.l.** **0240032002**
Corso Vittorio Emanuele 119 - 80059 Torre del Greco (NA)
www.funhobby.it - info@funhobby.it
-  **Kuda Tropical Fish S.r.l.** **0373234461**
Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR)
fax 0373236714
www.kudafish.it - info@kudafish.it
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Porsa Italy S.r.l.** **0303363047**
Via Romolo Gessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS)
fax 0303363048
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com
-  **Pro.D.Ac. International S.r.l.** **0495971677**
Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD)
fax 0495971113
www.prodacinternational.it - info@prodac.it
-  **Reef International S.a.s.** **0331792443**
Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA)
www.reef-international.com - info@reef-international.com
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
fax 0241291840
www.recordit.com - record@recordit.com
-  **T.A.F. Trans Aquarium Fish S.a.s.** **0119866465**
Via Casale, 27 - 10060 Scalenghe (TO)
Cell. 3517228553
www.tafsr.to - info@tafsr.to
-  **Teco S.r.l.** **0544408333**
Via G. Ricci Curbastro 8 - 48124 Fornace Zarattini (RA)
fax 0544280084
www.teconline.com - info@teconline.com
-  **Trixie Italia S.p.a.** **0444835329**
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI)
fax 0444833352
www.trixie.de - info@trixie.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
fax 0759656020
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

CANI & GATTI / DOGS & CATS

-  **Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l.** **092426604**
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP)
fax 092422424
www.adragna.it - info@adragna.it
-  **Agras Delic S.p.a.** **010588586**
Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova
fax 010588914
www.schesir.it - contact@agras-delic.com
-  **Aldog** **0363938698**
Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG)
www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it
-  **Almo Nature S.p.a.** **010253541**
P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova
www.almonature.eu - info@almo.it
-  **Alpi Service S.n.c.** **011975941**
Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN)
fax 011974453
www.alpiservice.com - info@alpiservice.com
-  **Avitabile Napoleone S.r.l.** **fax 0815737522**
Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA)
fax 0815737522
www.tewua.it
avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it
-  **Baldecchi S.n.c.** **0550674991**
Via Binda, 7/9 - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)
fax 0559705352
www.baldecchi.it - baldecchisnc@baldecchi.it
-  **Bama S.p.a.** **0583286353**
Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU)
fax 0583287754
www.bamagroup.com - info@bamagroup.com
-  **B. Braun Milano S.p.a.** **02662181**
Via V. da Seregno, 14 - 20161 Milano
fax 0266218290
www.bb.raun.com - servizio.clienti@bb.raun.com



	Boehringer Ingelheim Animai Health Italia S.p.a. Via Giovanni Lorenzini, 8 - 20139 Milano www.merial.com - merial.italia@merial.com	02535581 fax 025355822		Fasson Food By Ma-pell S.r.l. c.so Asti 6 bis - 12051 Alba (CN) www.fassonfood.it - info@fassonfood.it	3356814216
	Camon S.p.a. Via Lucio Cosentino, 1 - 37041 Albaredo d'Adige (VR) www.camon.it - camon@camon.it	0456608511 fax 0456608512		Ferplast S.p.a. Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castलगomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	0445429111 fax 0445429115
	Candioli S.p.a. Via Manzoni, 2 - 10092 Beinasco (TO) www.candioli.it - info@candioli.it	0113490232 fax 0113490526		Ferriabella S.p.a. Strada Trossi, 33 - 13871 Verrone (BI) www.ferriabella.it - info@ferriabella.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
	Cerere S.p.a. Corso Romano Scagliola, 189 - 12052 Neive (CN) www.cerere.com - marketing@cerere.com	017367271		Forza10/SANYPet S.p.a. Via Austria, 3 - 350138 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com	0429785401
	Cesarano S.a.s. Via Nolana, 42 - 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - info@cesarano.it	0818507330		Funhobby Italia S.r.l. Corso Vittorio Emanuele 119 - 80059 Torre del Greco (NA) www.funhobby.it - info@funhobby.it	0240032002
	Ceva Salute Animale S.p.a. Viale Colleoni, 15 - 20864 Agrate Brianza (MI) www.ceva-italia.it - marketing.italy@ceva.com	03965591		Ghedda Mangimi S.r.l. Via Comuna Santuario, 1 - 46035 Ostiglia (MN) www.ghedda.it - gheda@gheda.it	038632677 fax 038632664
	Chemi-Vit S.r.l. Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com	0522887959 fax 0522888200		Gimborn Italia S.r.l. Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimborn.it - marketing@gimborn.it	05225452 fax 0522945365
	Ciam S.r.l. Via Piemonte, 4 - 63100 Ascoli Piceno (AP) www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it	0736250484		Heiniger AG Industrieweg 8 - 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland) www.heiniger.com - info@heiniger.com	+41/62/9569200 fax +41/62/9569281
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - shop@croci.net	3297534632		Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l. Via A.G. Eiffel, 15 - 00148 Roma www.hillspet.it	06545491
	Disegna Group Via Marsan, 28/30 - 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it	0424471424 fax 0424476392		Imac S.r.l. Via Ghisa, 14 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
	Diusa Pet Italia S.r.l. Via Piemonte, 10 - 46051 San Giorgio Bigarello (MN) www.diusapet.it - info@diusapet.com	3429476845		Innovet Italia S.r.l. Via Einaudi, 13 - 35030 Saccolongo (PD) www.innovet.it - innovet@innovet.it	0498015583 fax 0498015737
	Dorado S.r.l. Via Romea, 10 - 30010 Monsole di Cona (VE) www.exclusion.it - info@exclusion.it	042659140		Italsystem S.a.s. Via Corciano, 14 - 47914 Rimini www.italssystem.com - info@italssystem.com	0541731428 fax 0541731328
	Elanco Italia S.p.a. Via dei Colatori, 12 - 50019 Sesto Fiorentino (FI) www.elanco.it - italia_elanco@elanco.com	0554640825		Iv San Bernard S.r.l. Via Castelli, 7 - 50056 Montelupo F.no (FI) www.ivsanbernard.it - info@ivsanbernard.it	0571509106 fax 05711656081
	Farm Company S.r.l. Via Amendola, 532 - Regione Spolina - 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it	015511310		Landini Giuntini S.p.a. Via Rosa Luxemburg, 30 - 06012 Città di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it	075851781 fax 0758517804
	Farmina Pet Foods Italia Via Nazionale delle Puglie - 80035 Nola (NA) www.farmina.com - info@farmina.it	0818236000 fax 0815122135		Life Petcare S.r.l. Via di Basserone, 57 - 52041 Badia al Pino (AR) www.lifepecare.it - info@lifepecare.it	0575411013 fax 0575416496
	Fashion Dog S.r.l. Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it	tel. e fax 059687984		Linea 101 S.r.l. Via Agostino Novella, 4 - 42025 Cavriago (RE) www.linea101.it - info@linea101.it	0522086489



	Mantovani Pet Diffusion S.r.l. Via Giulio Pastore, 31 - 40053 Valsamoggia (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	051969413		PET 360 S.r.l. Via Camisana, 34 - 34040 Torri di Quartesolo (VI) www.pet360.it - info@pet360.it	04441574109
	Marpet S.r.l. Via Don Sasselli d'Era, 13 - 37041 Albaredo d'Adige (PD) www.marpet.it - info@marpet.it	0456600134 fax 0457000124		Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r.l. Via San Maurizio, 184/15 - 10073 Cirié (TO) www.petitamis.it - info@petitamis.it	3334168155 0119222641 fax 0119224084
	Mars Italia S.p.a. V.le Milano Fiori Str. 2 Pal C3 - 20090 Assago (MI) www.pedigree.it	025776111 fax 0257510890		Pets Fitness tel. Via Soderini, 8 - 60027 Osimo (AN) www.petsfitness.com - info@petsfitness.com	0717108160
	Mennuti Group S.r.l. Via Ponte Cerretano, 10/14 - 50050 Carreto Guidi (FI) www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it	0571581661		Pet Village S.r.l. Via Stradello, 35 - 48124 Madonna dell'Albero (RA) www.petvillage.it - info@petvillage.it	054464418 fax 0544684190
	Mister Pet S.p.a. Via Pedemontana, 35 - 43029 Mamiano di Traversetolo (PR) www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com	0521340323 fax 0521340319		Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 052253616
	Monge & C. S.p.a. Via Savigliano, 31 - 11030 Monasterolo di Savigliano (CN) www.monge.it - info@monge.it	0172747111 fax 0172747198		Porrini Group Via Maestri del Lavoro, 23/25 - 25014 Castenedolo (BS) www.porrinigroup.com - info@porrinigroup.com	0302791814
	Morando S.p.a. Via Chieri, 61 - 10020 Anzeno (TO) www.morando.it - info@morando.it	0119433311 fax 0119434289		Rebo S.r.l. Via Mestre, 31 - 11050 Cairate (VA) www.happydog.it - www.happycat.it - info@happydog.it	0331502700 fax 0331502703
	Mp Bergamo S.r.l. Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	0358361269 fax 0354496738		Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
	Mp Group S.r.l. Via dell'Industria, 7/1 - 42025 Cavriago (RE) www.versele.it - mp@versele.it	0522941521		Royal Canin Italia S.r.l. Via Anton Checov, 50/2 - 20151 Milano www.royalcanin.it - info@royal-canin.it	023347611
	MPS 2 S.r.l. Via Zambon, 17 - 36051 Creazzo (VI) www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it	0444572190		Stefanplast S.p.a. Via Piazza, 47 - 36020 Villaganzerla (VI) www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it	0444639011 fax 0444638315
	MSD Animal Health S.r.l. Strada di Olgia Vecchia snc-Centro Direzionale Milano Due Palazzo Canova 20054 Segrate (MI) www.msd-animal-health.it	02516861 fax 0251686687		Sweet Wipes S.r.l. Via Medesine, 15/21 - 26041 Roncadello (CR) www.amoremiovet.com - vendite@sweetwipes.com	0375 599139
	MSM Pet Food S.r.l. Via dell'Agricoltura, 5 - 25028 Verolanuova (BS) www.msmpetfood.com - info@msmpetfood.com	0309361245		Ticinense Petfood S.r.l. Via Vigentina, 102 - 27100 Pavia www.taticinese.it - info@taticinese.it	0382573789 fax 0382575576
	My Family S.r.l. Strada Solero, 1/A - 15048 Valenza (AL) www.myfamily.it - info@myfamily.it	0131950063 fax 0131952944		Trixie Italia S.p.a. Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
	Nestlé Purina Petcare S.p.a. Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI) www.purina.it	0281811 fax 0281817133		Velma Group S.r.l. Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	0423715319
	N.P. Industries S.r.l. Via Valcellina, 37 - 33097 Spilimbergo (PN) www.disugual.it - info@disugual.it	0432699322		Vitakraft Italia S.p.a. Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	075965601 fax 0759656020
	On Site S.r.l.u. Via Nazionale, 5 - 23012 Castione Andevenno (SO) www.onsite.pet - info@onsite.pet	0342200070		WINNER PLUS Pet Food S.r.l. Via Italia, 4 - 00060 Capena (RM) www.winnerplus.eu - info@winnerplus.eu	0690375587
	Original Legno Italia S.a.s. di Maltese & C. Z.I. Fegotto - 91013 Calatafimi-Segesta (TP) www.original-legno.it - info@original-legno.it	0924514511		Wonderfood S.p.a. Strada dei Censiti, 1 - 47891 Repubblica di San Marino www.wonderfood.com - info@wonderfood.com	0549943311 fax 0549943312



UCCELLI / BIRDS

-  **All Pet S.r.l.**
Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.allpet.it - info@allpet.it
0296450470
fax 0296450464
-  **Borgovit S.r.l.**
Via Roma, 48 - 22046 Merone (CO)
www.borgovit.it - info.borgovit.it
031650344
fax 031651419
-  **Chemi-Vit S.r.l.**
Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com
0522887959
-  **Croci S.p.a.**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - shop@croci.net
3297534632
-  **Fioretta Rag. Gianni S.n.c.**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com
0341530138
ax 0341530392
-  **Formevet S.r.l.**
Via Savona, 97 - 20144 Milano
www.formevet.com - info@formevet.it
024345891
fax 0243458922
-  **Imac S.r.l.**
Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it
0444482301
fax 0444482500
-  **Manitoba S.r.l.**
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com
0375310418
fax 037591348
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com
051969413
-  **Mp Bergamo S.r.l.**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
0358361269
fax 0354496738
-  **Pineta Zootecnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
tel. e fax 0522553616
-  **Rinaldo Franco S.p.a.**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
0248376157
fax 0241291840
-  **Trixie Italia S.r.l.**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
0444835329
fax 0444833352
-  **Valman S.r.l.**
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it
0444975663
-  **Velma Group S.r.l.**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
0423715319
-  **Vitakraft Italia S.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
075965601
fax 0759656020
-  **Viten S.r.l.**
Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD)
www.viten.it - info@viten.it
0432664401

PICCOLI MAMMIFERI / SMALL MAMMALS

-  **Also S.r.l.**
SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
090632636
fax 0906258082
-  **Croci S.p.a.**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - shop@croci.net
3297534632
-  **Fioretta Rag. Gianni S.n.c.**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com
0341530138
fax 0341530392
-  **Gimborn Italia S.r.l.**
Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia
www.gimbom.it - marketing@gimborn.it
05225452
fax 0522945365
-  **Imac S.r.l.**
Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it
0444482301
fax 0444482500
-  **Manitoba S.r.l.**
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com
0375310418
fax 037591348
-  **Mp Bergamo S.r.l.**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
0358361269
fax 0354496738
-  **Pineta Zootecnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
tel. e fax 0522553616
-  **Rinaldo Franco S.p.a.**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
0248376157
fax 0241291840
-  **Trixie Italia S.r.l.**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
0444835329
fax 0444833352
-  **Valman S.r.l.**
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it
0444975663
-  **Velma Group S.r.l.**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
0423715319
-  **Vitakraft Italia S.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
075965601
fax 0759656020

RETTILI & ANFIBI / REPTILES & AMPHIBIANS

-  **Croci S.p.a.**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - shop@croci.net
3297534632
-  **Imac S.r.l.**
Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it
0444482301
fax 0444482500
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com
051969413



 **Pineta Zootechnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootechnici.com - info@pinetazootechnici.com

tel. e fax 0522553616

 **Rinaldo Franco S.p.a.**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com

0248376157
fax 0241291840

 **Trixie Italia S.r.l.**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it

0444835329
fax 0444833352

 **Velma Group S.r.l.**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

0423715319

 **Vitakraft Italia S.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

075965601
fax 0759656020

MARKETING & SERVIZI

 **IPV Pack S.r.l. Unipersonale**
Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E
35010 Carmignano di Brenta (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

INSERZIONISTI

sovracoperta	MONGE	ENPA	51	MSD	4, 37	VITAKRAFT ITALIA	21
II coperta	PINETA	IV SAN BERNARD	32 - 33	REBO ITALIA	1	ZOOMARK	17
III coperta	BAMA	MISTER PET	3, 29, 41	RINALDO FRANCO	25		
IV coperta	CERERE						

Zampotta
PET BUSINESS

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

FEBBRAIO 2023 - N° 1

 Zampotta Magazine  328 9226601
 ZampottaMag  zampotta magazine

Direttore editoriale
Cristina Mandaglio

Direttore responsabile
Cristina Mandaglio
cristina.mandaglio@zampotta.it

Coordinatore editoriale
Valeria Longhi
valeria.longhi@zampotta.it

Revisore Scientifico e settore veterinario
Cristiano Papeschi

Hanno collaborato a questo numero:
Marina Moretti, Daniela Graziadio, Giulia Peduzzi, Silvia Marini, Nicola Benincasa, Assunta Incarnato, Francesco Caruccio, Emilio Gerboni, Lorena Quarta, Alessandro Mancini, Valerio Zupo, Linda Sartini

Direzione e Redazione
Vimax srl, Via Rezzonico 23 - 22100 Como
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

Segreteria di Redazione
valeria.longhi@zampotta.it

Produzione grafica
Anna Lioce

VIMAX
Pet Trade Service

Editing
Giulia Peduzzi
Ufficio pubblicità
Vimax srl, Via Rezzonico 23 - 22100 Como
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

Representative for the U.S. and Canada
Richard A. Wartell - Judi Block Associates P.O. Box
1830, Willits, CA 95490 U.S.A.
phone +1/707/4569200 - fax +1/815/3710757
rwartell@writeme.com

Servizio Abbonamenti
abbonamenti@zampotta.it - fax 031301418

Stampa
Logo srl - Borgoricco (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.

Note Legali

Informiamo i lettori che le opinioni personali degli Autori non sempre collimano con quelle della Direzione e della Redazione. Tuttavia, poiché crediamo nel diritto alla pluralità dell'espressione, riteniamo opportuno pubblicarle. È ovvio che riconosciamo un identico diritto anche ai nostri lettori, che invitiamo pertanto a scriverci e ad aprire un dibattito ogni volta che lo crederanno giusto. La libertà e la possibilità di dialogo sono valori che una rivista come Zampotta non smetterà di difendere.

The Authors' personal opinions not always coincide with the Editorship or Editorial Staff's ones. Still, we do believe in everyone's right to express their own ideas, and we think it right to publish them. Evidently we do consider our readers as entitled to do the same, thus we invite you all to write us and open a debate whenever you think it right. Zampotta will never stop supporting those values such as freedom and possibility of dialogue.

La presente pubblicazione viene inviata da Vimax srl in Italia a tutti i petshop, agrigrore, tolettatori, veterinari, allevatori e rappresentanti. Viene inoltre inviata gratuitamente in Italia e in tutto il mondo a produttori, grossisti, importatori, esportatori, associazioni e stampa specializzata del settore pet.

This magazine is distributed by Vimax srl to all Italian pet shops, seed shops, groomers, vets, breeders and agents. It is also sent to all Italian and foreign manufacturers, wholesalers, importers, exporters, associations and specialized press working in the pet field.

Sebbene la rivista venga inviata con abbonamento gratuito, si rende noto che i dati in nostro possesso sono impiegati nel pieno rispetto del D.Lgs 196/2003.

L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla succitata legge. In conformità a quanto disposto dal Codice di deontologia relativo al Trattamento di dati personali art. 2, comma 2, si comunica che presso la nostra sede di Como, via Rezzonico 23, esiste una banca dati a uso redazionale. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti dal D.Lgs 196/2003 (consultare, modificare o cancellare i dati) contattando presso la nostra sede di Como, tel. 031301059, fax 031301418, il responsabile Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)

Although the magazine is delivered under free subscription, the personal data we are using are processed respecting Law Decree 196/2003. You can exercise the rights specified in the above mentioned law. In compliance with the rules specified in the Code of conduct about privacy treatment art. 2, comma 2, we inform you that the database is used for editorial purposes and resides in our headquarter located in Como, via Rezzonico 23. If you wish to exercise the rights specified in Law Decree 196/2003 (to look through, modify or cancel your personal data), please contact our office in Como, phone no. +39/031301059, fax +39/031301418. Responsible for the treatment of personal data is Ms. Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)



enjoy life with

bama  pet



... illimitate possibilità di composizione



new

Da oggi
si può anche
appendere
a parete

Qublo 
cuccia/gioco



 lavabile



Anche il tuo gatto ama arrampicarsi con **Qublo**? Condividi le sue foto e le pubblicheremo!

www.bamagroup.com 100% PRODOTTI ITALIANI 

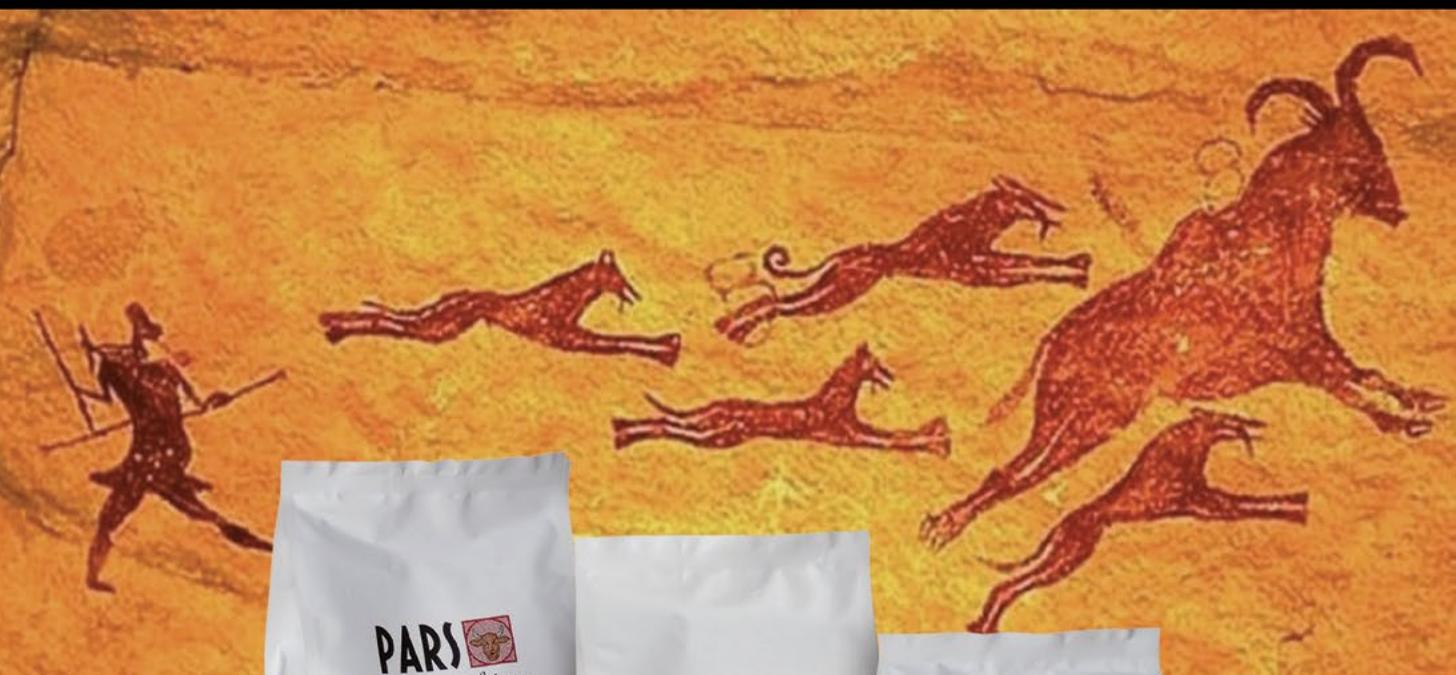
Sei un privato? Scrivi a consumatori@bamagroup.com - Sei un'azienda? Scrivi a commerciale@bamagroup.com

PARS



*Alimenti completi per Cani
da preda intera*

RITORNO ALLE ORIGINI



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

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