

Zampötta®

LA RIVISTA LEADER PER I NEGOZIANTI DI PRODOTTI PER ANIMALI



Vivere EQUILIBRIUM MEAL
by Mister Pet

VIMAX
Pet Trade Service

Nutrirlo bene è il primo passo per renderlo felice

Noi amiamo i cani.

I prodotti della linea **Vivere** sono stati pensati per soddisfare le loro esigenze nutrizionali, alimentarli con prodotti naturali che rispettino l'ambiente e che apportino tutto quello di cui hanno bisogno per vivere meglio. La linea **Vivere** viene prodotta con ingredienti etici **100% naturali**, senza fare nessun tipo di test clinici sugli animali.

Vivere è stata studiata come linea a basso contenuto di cereali, utilizzando solo il più nobile degli stessi, il riso integrale, che abbinato ai piselli, riesce a regolarizzare e a mantenere l'indice glicemico basso. Rispetta la naturale alimentazione dei cani perchè realizzato con tanta carne fresca e con un totale del **60% di Animals ingredients**.

LOW GRAIN

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



HOLIS



Vivere

EQUILIBRIUM MEAL

by Mister Pet



HOLISTIC PHILOSOPHY

Un vasta gamma

Vivere lo puoi trovare in un vasta gamma di ricette **Pollo, Agnello, Bufalo, Anatra, Salmone** per soddisfare le esigenze di tutte le razze e taglie di cani cuccioli e adulti.

12 kg - 3 kg **MAXI**

12 kg - 3 kg **MEDIUM**

3 kg - 800 g **MINI**



Vivere è armonia tra natura e nutrizione, rispettando l'ambiente

100%
**NATURAL
PET FOOD**

**NO GLUTEN
INGREDIENTS**



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



HOLISTIC
Erbe officinali ed essenze botaniche
Medical herbs and botanical essences



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

**100%
Natural**





Ti
AMO

Che incanto, il nostro comfort

Lo stile floreale, elegante e fresco della linea Daisy conquista al primo sguardo.
La nostra produzione di qualità 100% Made in Italy.

Disponibile, anche nella versione Mini per animali di piccola taglia, nei migliori pet shop



 camon.it

CAMON[®]
We love pets

HAPPY DOG HAPPY CAT

All you feed
is love



HEBO SRL - Via Mestre, 21 - 21030 Callate (VA) Italia - T. 031 3612700 - email:happydog.it

Made ^{with} Love in Germany



happydogitaly



happydog.it



happycatitaly



happycat.it



MADE IN ITALY



I legami, il valore più importante

I collari e i guinzagli MyFamily sono il frutto della nostra passione artigianale per la qualità.



Distribuito in Italia da



Camon S.p.A. Via L. Cosentino, 1 - 37041 Albaredo D'Adige (VR) - Italy
T 045 6608511 - camon@camon.it - www.camon.it

*Cammeriere?
Tanta carne e niente cereali!*



Oasy[®]
world of love

Scopri la nuova Linea Grain Free Formula, ricette selezionate per una qualità straordinaria

Servizio Clienti Numero Verde 800 555040   OasyItalia  www.oasy.com 

Editoriale



Cristina Mandaglio
Direttore Editoriale
Editor in chief

Perché investire sul capitale umano

“Il meglio del vivere sta in un lavoro che piace e in un amore felice”. Sto riflettendo su questa frase di Umberto Saba proprio oggi che è domenica e sto scrivendo queste righe pensando a domani. Lunedì. E mi chiedo: i miei collaboratori saranno felici di tornare al lavoro? Anche voi, cari lettori, chiedetelo. I dipendenti verranno a lavorare con piacere domani mattina? Entreranno volentieri in negozio o in azienda?

Sapete perché è importante farsi questa domanda? Perché le persone soddisfatte lavorano con maggiore motivazione e sono più fedeli. Non sono io a dirlo ma Richard Branson, fondatore e presidente del Gruppo Virgin, uno dei marchi più noti al mondo. Un personaggio che spesso è in giro a raccontare la propria esperienza. E tra le cose che dice, una è ricorrente: la chiave del successo è investire sul capitale umano. In altre parole, se diamo fiducia ai nostri collaboratori, questi, soddisfatti e motivati, lavoreranno con maggior entusiasmo ed efficienza, ricambiando la fiducia che abbiamo riposto in loro.

Valorizzare i collaboratori vuol dire ottenere fedeltà, risultati e sostegno al massimo. Se si riesce a creare uno staff focalizzato che condivide l'attenzione e la cura per il cliente, si ne ricaverà un enorme vantaggio nell'attività di ogni giorno.

Spesso invece in Italia aziende e negozi, anche nel nostro settore, faticano a dare la giusta importanza allo sviluppo delle persone sul luogo di lavoro. Sono ancora troppi gli imprenditori e i negozianti che non comprendono che il più grande contributo al raggiungimento degli obiettivi è dato da chi lavora all'interno dell'impresa.

Nel nostro mercato e in questo particolare momento, sono le persone a fare la differenza con la loro intelligenza, creatività, capacità di decidere con responsabilità e tempestività per scendere in campo con la concorrenza e relazionarsi in modo efficace con la clientela. È su di loro che dobbiamo fare affidamento per puntare in alto e far crescere il nostro business: su coloro che trascorrono le giornate nei nostri uffici e sorridono ai clienti. È su di loro che dobbiamo investire in risorse e formazione: su coloro che si mettono in gioco per migliorare la nostra offerta di prodotti e servizi.

Questo è uno dei temi che, come sapete, mi sta particolarmente a cuore e che ricordo di avere già trattato in queste pagine.

Valorizzare dipendenti e collaboratori penso sia davvero un fattore chiave del successo. E noi di *Zampotta* ne siamo talmente convinti da decidere di pubblicare mensilmente la rubrica *Team Out - Gestione del team e collaborazioni* che in ogni numero tratta proprio questo argomento specifico: la gestione del personale o, per meglio dire, di tutte le persone - dipendenti, venditori, collaboratori - che lavorano in team con noi.

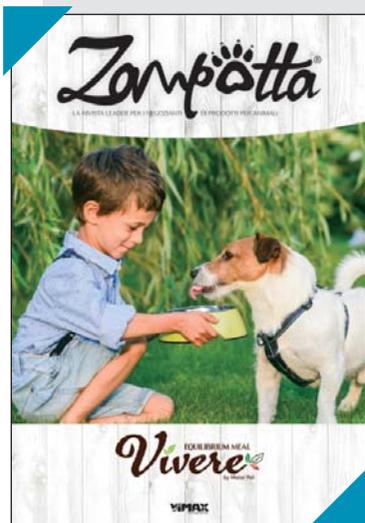
Per parlare di questi temi possiamo contare sulla collaborazione di una persona speciale, un vero esperto di lavoro come Matteo Novati che, passo passo, sta guidando e guiderà i lettori nel capire come avere dipendenti che facciano realmente gli interessi dell'azienda, come selezionare il personale e come formare e incrementare le competenze e l'efficienza dei propri collaboratori.

In pratica, come costruire un gruppo di successo, che va incoraggiato e motivato senza creare competizioni e tensioni al suo interno, in modo che ciascuno abbia chiaro il proprio ruolo, responsabilità e impegni. Il miglior modo per far crescere la squadra - ci spiega Novati - è motivarla continuamente, alzando l'asticella degli obiettivi da raggiungere e trasmettendo la propria mentalità vincente. Così i collaboratori comprenderanno di essere parte di un progetto, si sentiranno motivati e non lavoreranno più solo per lo stipendio ma anche per l'essere parte attiva di qualcosa di vincente e di successo.

Come dice Richard Branson: *“Abbi cura dei tuoi dipendenti perché loro si prenderanno cura della tua azienda”*.

sommario

zampotta
anno III
giugno 2019



rubriche

- 5 editoriale
- 8 notizie brevi
- 20 l'oasi del fisco
- 26 economia & finanza
- 38 - 96 pet app
- 40 video marketing
- 44 team out
- 80 i mastini della pubblicità
- 92 il negozio del mese
- 102 dalle associazioni
- 112 bacheca
- 115 appuntamenti
- 116 contatti
- 120 inserzionisti

copertina

10 Senza sprechi (*Mister Pet*)

cani&gatti

- 48 Una linea vincente (*Disegna Group*)
- 50 Artigianalità italiana, eccellenza mondiale (*Camon*)
- 52 L'unione tra natura e scienza (*Affinity*)
- 56 Una medaglietta è... per sempre (*My Family*)
- 60 Pressato a freddo (*Bianco-Line Natural Pet Food*)
- 62 Gatto di Man e kurilian bobtail di L. Burani
- 66 Estate con gli amici a quattrozampe (*Vitakraft*)
- 68 La qualità vince sempre (*Winner Petfood Solution*)
- 70 Snack sì, ma così speciali... (*My Factory*)
- 72 A tutta frutta! (*Monge*)
- 74 Il buono della natura in un biscotto (*Chemi-Vit*)
- 76 Facciamoci un happy hour (*ZippyPaws*)
- 78 Vent'anni di passione, ricerca e innovazione (*Agras Pet Food*)
- 84 Novità dagli Usa (*Pet Village*)
- 86 Il nomi che evocano l'idea (*Chemi-Vit*)
- 88 Una ricetta vincente (*Zodiaco*)
- 90 Macabre scoperte di L. Quarta
- 94 Gli integratori per la funzione intestinale di C. Papeschi e L. Sartini

fiere&marketing

- 16 Un pet per ogni italiano
- 24 Pronti a un nuovo record (*Interzoo*)
- 30 Il trade passa da Chiev (*Aquaterra Show*)
- 32 I miei primi 30 anni nel mondo pet (*Wonderfood*)
- 39 Consigli utili per il proprio pet (*Zampotta TV*)

acquari&co.

- 108 Come e quando potare le piante in acquario di A. Mancini
- 110 Chi ha paura del filtro meccanico? di V. Zupo

altri animali

- 98 Qualche consiglio durante la muta di C. Papeschi e L. Sartini
- 105 Dentro la tana (*Zilla*)
- 106 10 domande su... di M. Raldi

uccelli

- 100 Problemi comportamentali nei pappagalli svezzati a mano di A. Tonelli

NUTRIGENOMIC
SYSTEM

prolife



il futuro della nutrizione non
è mai stato così presente



La gamma più completa di sempre per rispondere alle esigenze nutrizionali di ciascun cane e gatto con un programma nutrizionale su misura. Natura e innovazione, scienza e tecnologia, per un nuovo benessere di lungo periodo.

RICH IN
FRESH
MEAT

LIMITED
ingredients

HIGH%
ANIMAL
PROTEIN

DEBONED
MEAT

NO
gluten
formula

NATURAL
preservation

zoodiario PET & GREEN

prolife, tutto secondo natura

www.prolife-pet.it



notizie brevi

TOM GLESSNER ENTRA IN MYFAMILY COME CHIEF COMMERCIAL OFFICER NELLA FILIALE AMERICANA

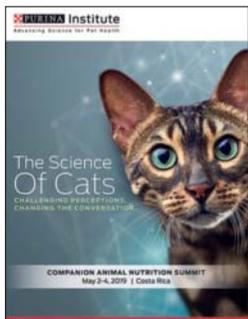
MyFamily, l'azienda italiana che ha innovato il settore delle medagliette per i pet, annuncia l'ingresso di Tom Glessner come Chief Commercial Officer nella filiale americana MyFamily USA. "Siamo felici e onorati - commenta Alessandro Borgese, CEO di MyFamily - che Glessner si sia unito al nostro team internazionale. Avere con noi un professionista come lui, con il suo patrimonio di esperienza e la sua conoscenza del settore, sarà fondamentale per realizzare appieno il potenziale della nostra azienda nel mercato americano". Ex Senior Sales Director - Kiosk and Personalization Products of The Hillman Group, Tom Glessner vanta una lunga esperienza nel mercato americano delle medagliette, che ha contribuito a sviluppare, soprattutto nel canale specializzato. "La cura di MyFamily per il design, la qualità e l'attenzione al cliente è ciò che distingue questa azienda dal mercato internazionale - commenta Tom Glessner - mi reputo molto fortunato per l'opportunità che mi è stata offerta e, con entusiasmo, sono pronto a supportare Alessandro Borgese e tutto il talentuoso team MyFamily. Non vedo l'ora di iniziare questa nuova avventura che mi permetterà di far conoscere ancora meglio l'azienda ai clienti statunitensi. L'obiettivo è che MyFamily sia identificata quale prima scelta dai rivenditori specializzati americani". Info: www.myfamily.it, info@myfamily.it



Info: www.myfamily.it, info@myfamily.it

CAN SUMMIT: A CONFRONTO ESPERTI DI COMPORTAMENTO E ALIMENTAZIONE

In occasione del Companion Animal Nutrition Summit (CAN Summit) organizzato dal Purina Institute dal 2 al 4 maggio a San José, in Costa Rica, oltre 125 tra veterinari, professionisti e opinion leader si sono confrontati sulle ultime scoperte scientifiche in relazione ai gatti e al loro stile di vita.



"Il CAN Summit, come ogni anno, ha offerto momenti di approfondimento e dibattito e le innovative scoperte scientifiche presentate contribuiranno a plasmare il futuro della medicina veterinaria e dell'alimentazione per i gatti", ha affermato Ruth Ann Lobos, responsabile dei programmi scientifici del Purina Institute. Tra i principali punti emersi nel corso del Summit le nuove prospettive della medicina genomica, indicata come molto promettente nel fornire assistenza sanitaria basata sui geni, informazioni sull'ambiente e sullo stile

di vita di un individuo. Si è parlato anche di consistenza del cibo e delle sue influenze sulle modalità di nutrizione e dell'importanza dell'acqua, elemento essenziale che, raramente, viene preso in considerazione nella ricerca nutrizionale veterinaria. Il CAN Summit, che da oltre 25 anni riunisce i più influenti leader veterinari di tutto il mondo, ha l'obiettivo di discutere di scienza, innovazione e nutrizione per i piccoli animali.

A LILY'S KITCHEN IL ROYAL WARRANT DEL PRINCIPE CARLO

Un nuovo e importante riconoscimento si va ad aggiungere alla ricca collezione che Lily's Kitchen e i suoi prodotti hanno saputo conquistare negli anni puntando su qualità, etica e sostenibilità. L'azienda britannica ha infatti ottenuto il prestigioso *Royal Warrant* del Principe del Galles ed erede al trono britannico. Lily's Kitchen è nata dall'esperienza personale della fondatrice Henrietta Morrison con la propria border terrier Lily, che soffriva di un fastidioso disturbo cutaneo. Quando Henrietta scoprì che, cucinando lei stessa per Lily e utilizzando solo ingredienti genuini e naturali, le sue condizioni miglioravano rapidamente, decise che anche altri proprietari di animali, che non potevano preparare da soli il cibo per i propri amici a quattro zampe, avrebbero dovuto provare gli effetti benefici di un'alimentazione sana e naturale. "Siamo davvero orgogliosi di aver ottenuto il *Royal Warrant* - commenta Henrietta - Lily's Kitchen è in una fase particolarmente importante della sua evoluzione e questo incredibile riconoscimento di qualità rappresenta ciò che ho sempre desiderato per il brand. Sono certa che anche per la mia Lily, che presto festeggerà il suo 16esimo compleanno, questo premio rappresenterà il regalo più bello". Info: www.lilyskitchen.it



EXPOPET PALERMO CON CARMEN RUSSO ED ENZO PAOLO TURCHI

Si è chiusa con successo la prima tappa di Expopet 2019, il 13 e 14 aprile a Palermo, appuntamento imperdibile atteso ogni anno da tutti gli amanti degli animali. Numerosi i visitatori accorsi per assistere alle dimostrazioni delle Unità cinofile e quelle di condotta e obbedienza, all'attivazione mentale e alle dimostrazioni di salvataggio dell'Associazione Cani di Salvataggio e del loro grandioso labrador nero Otto, noto alla cronaca per aver salvato diverse vite umane. Molti animali hanno calcato il Golden Ring come gli splendidi volatili di Ave-Siculo o i rettili e gli insetti stecco dell'universo esotico. A catalizzare l'attenzione l'Exotic World, con chiochiere giganti, insetti meravigliosi, rettili, anfibi. Tanti i bambini presenti, che hanno potuto interagire con diversi animali nel corso della manifestazione, e cosa più importante hanno avuto modo di imparare il rispetto e l'amore nei confronti di questi esseri viventi e sensienti. Ma non solo: il pubblico infatti ha avuto l'occasione di incontrare e confrontarsi direttamente in loco con grandi aziende del settore. Expopet Palermo ha avuto anche due ospiti d'eccezione, Carmen Russo, accompagnata dal marito Enzo Paolo Turchi. L'appuntamento ora è per il 21 e 22 settembre a Catania. Info: www.expopet.it

BIRTH & GROWTH, LA CAMPAGNA DIGITAL DI ROYAL CANIN A SOSTEGNO DELLA CRESCITA

Con il messaggio "La sua salute è delicata", Royal Canin lancia per la prima volta in Italia la campagna digital "Birth & Growth". L'obiettivo è accrescere nei proprietari la consapevolezza della fragilità dei pet durante le prime settimane di vita e, di conseguenza, l'importanza di un'alimentazione specifica per le esigenze dei cuccioli. La campagna sarà attiva fino a giugno sui canali Facebook e Instagram del brand con contenuti ad hoc, inclusi brevi video pensati per trasmettere ai pet lover l'importanza di prendersi cura del proprio amico a quattro zampe fin dai primi momenti della sua vita. La gamma *Birth & Growth* nasce proprio per rispondere a questa esigenza specifica: supportare la salute di cuccioli e gattini in un periodo delicato in cui la corretta nutrizione fa la differenza e diventa la base per un magnifico futuro. La campagna "Birth & Growth" si completa con una pianificazione sulle principali testate della stampa specializzata. E per amplificare ulteriormente il messaggio, Royal Canin ha rinnovato il suo sito con tante informazioni utili: dagli alimenti più indicati per il proprio amico a quattro zampe, da scegliere in base alle sue specifiche esigenze, a consigli pratici per la vita insieme di tutti i giorni. Il portale propone anche due nuove sezioni: una dedicata ai cuccioli e l'altra specifica per i gattini. Info: www.royalcanin.it





Super Premium Dogfood

MADE IN ITALY

NEW



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

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

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



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

SENZA SPRECHI

UN PRODOTTO DI QUALITÀ CHE RISPONDE ALLE ESIGENZE DELL'ANIMALE
NEL RISPETTO E IN EQUILIBRIO CON L'AMBIENTE,
IN ARMONIA FRA NATURA E NUTRIZIONE

È da tre generazioni che la famiglia Gambarelli si tramanda, nel cuore della Food Valley italiana, il sapere nel campo della nutrizione animale, la passione nello svolgere il proprio lavoro e l'amore verso gli amici a quattro zampe. Una storia iniziata nel 1838 con l'acquisto della prima fattoria sulle colline dell'Appennino reggiano, nella quale si allevavano bovini, suini, ovini, pollame e conigli e dove in seguito si avviò la produzione di Parmigiano Reggiano. In questo ambiente incontaminato di prati, boschi e sorgenti, è cresciuta la generazione attualmente alla guida di Mister Pet, attornata fin dall'infanzia da animali da compagnia e da un'esperienza di allevatori che è stata fondamentale per la scelta e la conservazione degli alimenti.

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

Studi accurati delle esigenze di cani e gatti permettono di affrontare la ricerca di nuovi prodotti secondo un approccio scientifico, con il supporto di veterinari e nutrizionisti e con le università.

I prodotti Mister Pet sono naturali, solo carne cotta a vapore arricchita di erbe officinali, frutta e verdura, per garantire il giusto apporto di vitamine, come la natura del cane e del gatto richiede. L'équipe di ricercatori è sempre al lavoro per soddisfare al meglio le esigenze nutrizionali dei nostri piccoli amici, nel rispetto della loro natura. Il packaging è sottoposto a continui controlli per accertarne l'integrità e far sì che rimanga integro e preservi al meglio sia l'alimento che il suo aroma. Inoltre, non viene effettuato nessun tipo di sperimentazione sugli animali.



CATS & DOGS

NO WASTE

Quality products that meet the needs of pets
and respect the environment, in harmony with nature and nutrition

Gambarelli family hands down the knowledge in pet nutrition and the passion for pets from generation to generation (currently the third), in the heart of the Food Valley. The story started back in 1838 with the purchase of the first farm located on the hills of Apennine Mountains. They bred bovines, pigs, sheep, poultry and rabbits and later on they started producing Parmigiano Reggiano cheese. In such an uncontaminated environment with fields, woods and springs, the third generation of the family, who is currently running Mister Pet, was born. They were surrounded by pets and the experience of farmers, which was fundamental to choose and preserve food.

Mister Pet philosophy is simple and clear: producing genuine and balanced products with renewable energy, capable to support the long-life of pets with health and taste.

Careful studies on the needs of cats and dogs help look for new products following a scientific approach, supported with veterinarians, nutritionists and universities.

Mister Pet products are natural. They contain steam-cooked meat with herbs, fruit and vegetables, in order to ensure the right intake of vitamins as required by cats and dogs. The team of researchers is constantly working to meet the nutritional needs of cats and dogs at best, respecting their nature. The packaging undergoes constant controls to ensure the integrity of the product and its aroma. Moreover, no test on animals is carried out.

CONTROLLED QUALITY

Quality is essential for Mister Pet and involves all departments: from careful selection of ingredients to the purchase from pet owners.

Gambarelli family only selected the best equipment and technology for its plant in Mamiano di Traversetolo, Parma province. The pre-steaming technique ensures that nutritional principles are unaltered through



Evolution by ingredients

NATURAL INSTINCT



**ZERO
CEREALS**

HOLISTIC NUTRITION HIGH FRESH MEAT

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs and cats

Primordial

by Mister Pet

GRAIN FREE



QUALITÀ CONTROLLATA

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

Già nella scelta dell'impianto di produzione - lo stabilimento di proprietà della famiglia Gambarelli a Mamiano di Traversetolo, in provincia di Parma - sono stati selezionati i migliori macchinari e le tecnologie più avanzate, utilizzando la tecnica della precottura a vapore per garantire che i principi nutritivi rimangano inalterati nel corso delle varie lavorazioni. Così il



proprietario pet ha la garanzia che questi alimenti sono preparati con la stessa cura che metterebbe lui stesso.

Gli ingredienti di primissima qualità vengono selezionati in base alla loro origine e al metodo di lavorazione; lo stesso criterio viene applicato alle carni fresche, tutte scelte accuratamente e approvvigionate da macelli certificati.

La qualità è garantita dai molteplici controlli in ogni fase di lavorazione effettuati in tempo reale tramite il laboratorio di analisi interno: dalla conformità all'arrivo degli ingredienti, al prodotto finito, anche con il supporto di laboratori esterni certificati.

Il confezionamento avviene in diversi formati per soddisfare le richieste del cliente e le esigenze di mercato. Ogni confezione è dotata di tutte le informazioni utili e di codici identificativi gestiti tramite sistemi computerizzati che consentono di tracciare il prodotto in qualsiasi momento. Anche nella fase di trasporto gli standard qualitativi sono molto elevati, per preservare la freschezza dell'ingrediente fino allo scaffale del negozio.

IN EQUILIBRIO CON L'AMBIENTE

I nostri amici a quattro zampe hanno bisogno non solo di nutrimento, ma anche di ricevere affetto, di giocare, di correre all'aria aperta in un mondo sano, nel rispetto della natura. Un equilibrio importante che va mantenuto per tutelare ogni essere vivente del pianeta. È proprio per questo che Mister Pet ha scelto di percorrere la strada dell'alimentazione sostenibile per contribuire a rispettare l'ambiente.

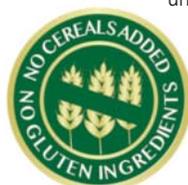
Da sempre attenta all'innovazione e al ciclo produttivo, l'azienda è riuscita a realizzare un prodotto di qualità che risponde alle esigenze del cane e del gatto nel rispetto e in equilibrio con l'ambiente e senza sprechi.

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

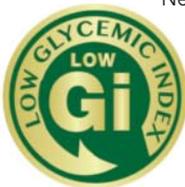


NUTRIZIONE 100% NATURALE

Naturalmente carnivori, come dimostrato dalla loro anatomia, cani e gatti prediligono una dieta ricca di carni (proteine) e povera di cereali (carboidrati). La nuova gamma *Primordial* permette loro di riscoprire e rispettare il più antico e naturale istinto d'alimentazione, in linea con la loro natura. *Primordial Grain Free* grazie all'assenza di cereali e al 70% di carni selezionate, mantiene basso l'indice glicemico. Il 35% di carni fresche garantisce un'elevata appetibilità e digeribilità, mentre la cottura a vapore preserva l'integrità delle proteine, rendendole disponibili all'assimilazione e conservando tutti i benefici nutrizionali immediatamente disponibili. Le carni bianche di pollo, tacchino e anatra



provengono esclusivamente da allevamenti riconosciuti. Tra le carni rosse l'agnello, il cervo e il bufalo - allevato e cresciuto in Italia - sono carni molto genuine e ricche di proteine che apportano la giusta energia in modo naturale. Il pesce è ricco di proteine e acidi grassi essenziali omega 3 che aiutano l'animale a rimanere in salute. Salmone, tonno, sgombro, trota e aringa vengono pescati in natura con pratiche sostenibili.



Nell'alimentazione istintiva di cani e gatti i cereali non sono contemplati ed è per questo che nella linea *Primordial* gli alimenti sono tutti grain free, in modo da riprodurre spontaneamente l'equilibrio e la varietà di alimenti che i nostri amici a quattro zampe si procurerebbero in natura, creando una totale protezione per l'organismo.

Verdure, frutta ed erbe ricche di principi attivi e oli essenziali costituiscono il restante 30% e garantiscono una naturale dieta equilibrata. Sono tutti elementi che gli animali troverebbero spontaneamente in natura. Le verdure sono selezionate per garantire un indice glicemico costante e basso, la frutta è ricca di vitamine, minerali biodisponibili, polifenoli, ricostituenti naturali e antiossidanti. Le erbe e le piante officinali sono ricche di proprietà benefiche, epatoprotettive e depurative.

POLLO E PESCE, MA ANCHE BUFALO E CERVO PER I CANI

- *Puppy Pollo Pesce di mare - Natural Growth* - con proteine di facile digestione, il pollo è molto appetibile e gustoso mentre il pesce di mare è ricco di sali minerali. Contiene cardo mariano, melograno, ananas, rosa canina e rosmarino;
- *Adult Mini Breed Anatra Trota - Vitality Instinct* - l'anatra è ricca di proteine nobili e appetibili, la trota vive solo in acque pulite e limpide. Contiene cardo mariano, melograno, mela, rosa canina e rosmarino;
- *Adult All Breed Agnello Tonno - Natural Energy* - l'agnello è una carne con proteine nobili, il tonno è di facile digeribilità. Contiene tarassaco, melograno, ananas, rosa canina e rosmarino;
- *Adult All Breed Bufalo Sgombro - Natural Wellness* - il bufalo è una proteina non convenzionale a basso rischio allergizzante. Lo sgombro pescato è buona fonte di acidi grassi. Contiene tarassaco, melograno, ananas, rosa canina e rosmarino;
- *Adult All Breed Pollo Salmone - Power Instinct* - il pollo è una carne di facile

digestione, il salmone è ricco di acidi grassi omega 3. Contiene cardo mariano, melograno, mela, rosa canina e rosmarino;

- *Adult All Breed Anatra Trota - High Activity* - l'anatra fornisce una proteina completa, gustosa e accattivante, la trota vive solo in acque pulite e trasparenti. Contiene tarassaco, melograno, ananas, rosa canina e rosmarino;
- *Adult All Breed Cervo Tacchino - Agility Instinct* - il cervo, allevato allo stato brado, è una carne con proteine non convenzionali e con un basso rischio allergizzante. Il tacchino è una proteina di facile digestione. Contiene tarassaco, melograno, ananas, rosa canina e rosmarino.



processing. Pet owners are sure that the products are made with the same care they would use with homemade food. First quality ingredients are selected according to origin and processing. The same criteria are applied to fresh meat, which is carefully selected from certified butchers. Quality is ensured by controls, which are carried out real time during each processing stage thanks to the internal laboratory: from ingredients compliance to finished products. External certified laboratories also take part in controls. Different packaging sizes are available to meet the needs of customers and the market. Each package provides all useful information and codes managed through computerized systems, which allow product tracking any time. Quality standards are also elevated in terms of transport, in order to preserve product's freshness on shop shelves.

IN HARMONY WITH THE ENVIRONMENT

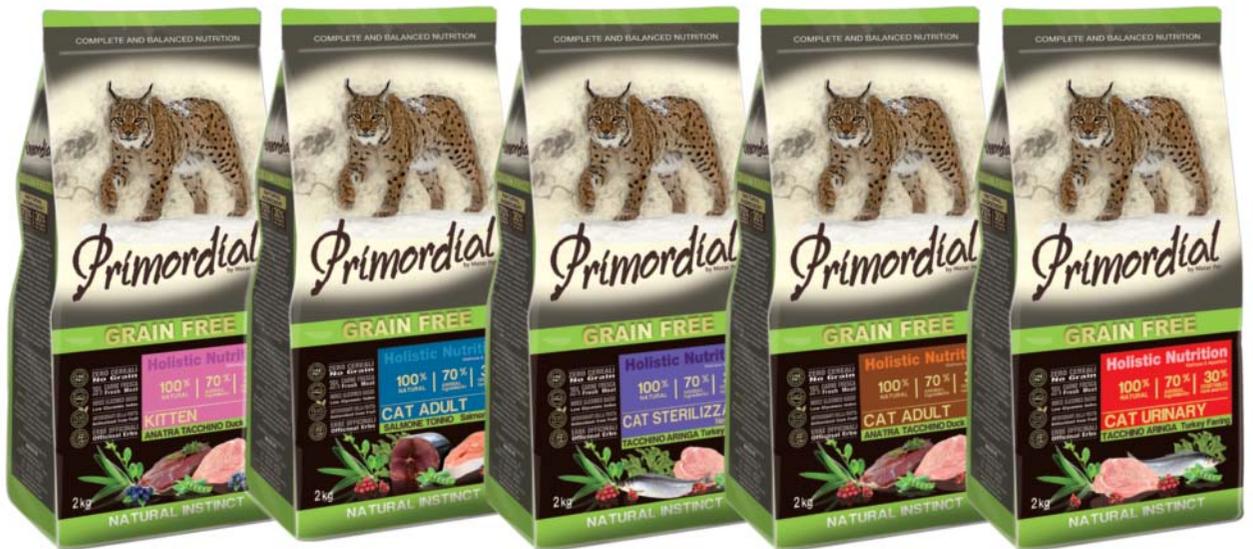
Pets not only need nourishment: they also need affection, playing, running in a healthy environment. It is an important balance to protect every living being. That is why Mister Pet chose to follow the path of sustainable nutrition, in order to help respect the environment. The company is attentive to innovation and to the production cycle. The company developed a quality product that meets the needs of cats and dogs in harmony with the environment and without waste. Photovoltaic panels cover nearly all energy consumption needed for production. Water and air used are purified in order to be reintroduced in nature as pure as they were at the beginning, without alterations. The productive cycle is in harmony with the environment. Vegetables, fruit and cereals come from areas where they grow spontaneously, in order to remain unaltered the natural habitat. Meat is selected according to farm origin and type.

100% NATURAL NUTRITION

Cats and dogs are natural carnivores: they prefer a diet rich in meat (proteins) and low in cereals (carbohydrates). New *Primordial* range helps pets follow their most ancient and natural feeding instinct, in line with their nature. *Primordial Grain Free* preserves a low glycaemic index thanks to 70% selected meat and no cereals. 35% fresh meat ensures an elevated palatability and digestibility, while steam cooking preserves the integrity of proteins, which can be absorbed and preserve all naturally available beneficial principles. Lamb, venison and buffalo - bred in Italy - offer genuine meat rich in proteins, which provide the right energy naturally - fish is rich in proteins and essential acids omega 3, which help pets stay healthy. Salmon, tuna, mackerel, trout and herring are fished in nature with sustainable techniques. Cereals are not included in cats and dogs instinctive nutrition: that is why *Primordial* line offers grain free products only, in order to restore the balance and variety pets would find in nature spontaneously, with complete protection for the organism. Vegetables, fruit and herbs rich in active principles and essential oils make up the remaining 30% and ensure a natural and balanced diet. They are all ingredients pet would find in nature. Vegetables are selected to ensure a constant and low glycaemic index, while fruit is rich in vitamins, bioavailable minerals, polyphenols, natural tonics and antioxidants. Herbs are rich in beneficial effects, besides being liver-protectors and purifying.

CHICKEN AND FISH, BUT ALSO BUFFALO AND VENISON FOR DOGS

- *Puppy Chicken Sea Fish - Natural Growth* - with digestible proteins. Chicken is very palatable and tasty, while sea fish is rich in mineral salts. It contains milk thistle, pomegranate, pineapple, dog rose and rosemary;
- *Adult Mini Breed Duck Trout - Vitality Instinct* - duck is rich in noble and palatable proteins, while trout lives in clean and clear water only. It contains milk thistle, pomegranate, apple, dog rose and rosemary;
- *Adult All Breed Lamb Tuna - Natural Energy* - lamb is a source of noble proteins, while tuna is easily digested. It contains dandelion, pomegranate, pineapple, dog rose and rosemary;
- *Adult All Breed Buffalo Mackerel - Natural Wellness* - buffalo offers unconventional proteins with low allergizing risk. Mackerel (fished) is a good source of fatty acids. It contains dandelion, pomegranate, pineapple, dog rose and rosemary;
- *Adult All Breed Chicken Salmon - Power Instinct* - chicken is easily digested, while salmon is rich in omega 3 fatty acids. It contains milk thistle, pomegranate, apple, dog rose and rosemary;
- *Adult All Breed Duck Trout - High Activity* - duck provides complete, tasty and palatable proteins, while trout lives in clean and clear water only. It contains dandelion, pomegranate, pineapple, dog rose and rosemary;
- *Adult All Breed Venison Turkey - Agility Instinct* - venison is bred in the wild and ensures unconventional proteins with low allergizing risk. Turkey is easily digested. It contains dandelion, pomegranate, pineapple, dog rose and rosemary.



MIRTILLO ROSSO E NERO PER I GATTI

- *Kitten Anatra Tacchino - Natural Evolution* - con yucca, lespedeza e mirtillo nero, è molto digeribile e ricco di proteine con alto valore biologico;
- *Cat Adult Salmone Tonno - Hunting Instinct* - con yucca, lespedeza e mirtillo rosso, contiene salmone e tonno pescati ricchi di proteine nobili;
- *Cat Sterilizzato Tacchino Aringa - Natural Balance* - con yucca, lespedeza e mirtillo rosso. Il tacchino è una carne molto appetibile, le aringhe danno un gusto particolare;
- *Cat Adult Anatra Tacchino - Energy Force* - con yucca, lespedeza e mirtillo rosso. L'anatra e il tacchino presentano una carne con proteine digeribili e appetibili;
- *Cat Urinary Tacchino Aringa - Natural Wellness* - con yucca, lespedeza e mirtillo rosso, è un alimento con ridotte quantità di proteine vegetali che possono con il tempo arrecare problemi ai reni.



con essa e preferiscono alimentare i loro amici animali con prodotti naturali che rispettino l'ambiente e che apportino tutto quello di cui hanno bisogno per vivere meglio.

HOLISTIC

Erbe officinali ed essenze botaniche
Medical herbs and botanical essences



impiegate erbe officinali che grazie alle loro essenze e ai loro principi attivi intervengono aiutando gli organi specifici a funzionare meglio. Tutti i prodotti sono ricchi di omega 3 per la buona salute della cute, per un manto lucente e come aiuto all'apparato circolatorio. La frutta impiegata apporta naturalmente vitamine e sali minerali ed è fonte di antiossidanti naturali che contrastano l'invecchiamento dei tessuti. I probiotici supportano la salute della flora intestinale.

VIVERE, NEL RISPETTO DEL SUO NATURALE EQUILIBRIO

Formulata con ingredienti etici 100% naturali, senza nessun tipo di test clinico



NUTRIRLO BENE È IL PRIMO PASSO PER RENDERLO FELICE

I prodotti della linea Vivere sono stati formulati per soddisfare le esigenze di tutti i proprietari pet che amano la natura, vogliono vivere in equilibrio

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

BLUEBERRY AND CRANBERRY FOR CATS

- *Kitten Duck Turkey - Natural Evolution* - with yucca, lespedeza and blueberry, is very digestible and rich in proteins with elevated biologic value;
- *Cat Adult Salmon Tuna - Hunting Instinct* - with yucca, lespedeza and cranberry, it contains fished salmon and tuna, rich in noble proteins;
- *Cat Sterilized Turkey Herring - Natural Balance* - with yucca, lespedeza and cranberry. Turkey is very palatable, while herring adds a special flavour;
- *Cat Adult Duck Turkey - Energy Force* - with yucca, lespedeza and cranberry. Duck and turkey ensure digestible and palatable proteins;
- *Cat Urinary Turkey Herring - Natural Wellness* - with yucca, lespedeza and cranberry. It ensures reduced quantities of vegetable proteins, which might cause renal ailments with time.

FEED THEM RIGHT: THE FIRST STEP TO MAKE THEM HAPPY

Vivere products suit the needs of all nature-lover pet owners that want to live in harmony with nature and prefer a natural nutrition for their pets, which respect the environment and ensure what they need to live better.

Vivere range follows holistic nutrition and it has been developed according to the ancient method of using functional ingredients for the well-being of the organism. Thanks to their essences and to their active principles, herbs support the correct operating of specific organs. All products are rich in omega 3 for the correct health of the skin, for a shiny coat and as support for the circulatory system. Fruit naturally provides vitamins and mineral salts, and it is a source of natural antioxidants, which fight tissue ageing. Probiotics support the health of the intestinal flora.

VIVERE RESPECTS PETS' NATURAL BALANCE

Vivere line contains ethical and 100% natural ingredients with no type of clinical test on animals. *Vivere* features low quantities of cereals and only contains brown rice, which polarizes and preserves a low glycaemic index in combination with peas. Each product respects dogs' natural nutrition because it contains plenty of fresh meat and 60% Animal Ingredients.

Starting from the belief that nature provides everything we need to live well; each recipe contains 20% of vegetables, fruit and herbs. They are carefully selected for their beneficial features. Moreover, no ingredients with GMO risk are included.

CUDDLE MEANS TO LIVE HAPPY TOGETHER

In order to meet the needs and nutrition of all breeds, *Vivere* offers *Mini*, *Medium* and *Maxi* products. They all contain brown rice and peas.

- For small breeds, there is a product for puppies and four products for the daily maintenance of adult dogs: *Mini Puppy Chicken*; *Mini Adult Chicken*; *Mini Adult Lamb*; *Mini Adult Buffalo*; *Mini Adult Duck*.
- For medium breeds, there are two products for puppies and four products for the daily diet of adult dogs: *Medium Puppy Chicken*; *Medium Puppy Lamb*; *Medium Adult Chicken*; *Medium Adult Lamb*; *Medium Adult Salmon*; *Medium Adult Duck*; *Medium Adult Buffalo*.
- For large breeds, there is a specific product for puppies and four specific products for the maintenance of adult dogs: *Maxi Puppy Chicken*; *Maxi Adult Chicken*; *Maxi Adult Lamb*; *Maxi Adult Salmon*; *Maxi Adult Buffalo*.

NATURAL

Solo ingredienti etici 100% naturali
Only 100% natural ethics ingredients

100% Natural

NO GLUTEN INGREDIENTS



sugli animali, la linea Vivere è a basso contenuto di cereali di cui utilizza solo il più nobile, il riso integrale che, abbinato ai piselli, riesce a polarizzare e a mantenere un indice glicemico basso. Ogni prodotto rispetta la naturale alimentazione del cane perché contiene tanta carne fresca e un totale del 60% di Animal Ingredients.

Nella convinzione che la natura ci offra tutto quello che è necessario per vivere bene, ogni ricetta contiene il 20% fra verdura, frutta ed erbe officinali accuratamente selezionate per le loro caratteristiche benefiche. Dalla ricetta, inoltre, sono stati esclusi tutti gli ingredienti a rischio OGM.



Vivere

EQUILIBRIUM MEAL
by Mister Pet

Vivere si fa in tre...
...per tutte le razze.

12 kg - 3 kg **MAXI**

12 kg - 3 kg **MEDIUM**

3 kg - 800 g **MINI**



COCCOLARSI È VIVERE BENE INSIEME

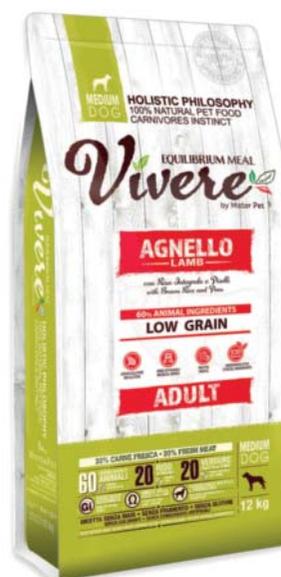
Per soddisfare le esigenze e la nutrizione dei cani di tutte le razze, Vivere si fa in tre e suddivide la gamma in *Mini*, *Medium* e *Maxi*, in cui tutti i prodotti contengono riso integrale e piselli.

Per i cani di taglia piccola sono disponibili una varietà per cuccioli e quattro per il mantenimento di cani adulti:

- Mini Puppy Pollo;
- Mini Adult Pollo;
- Mini Adult Agnello;
- Mini Adult Bufalo;
- Mini Adult Anatra.

Per i cani di taglia media sono disponibili due prodotti per la crescita e cinque per la dieta di ogni giorno:

- Medium Puppy Pollo;
- Medium Puppy Agnello;
- Medium Adult Pollo;
- Medium Adult Agnello;
- Medium Adult Salmone;
- Medium Adult Anatra;
- Medium Adult Bufalo.



Per i cani di taglia grande sono stati formulati un alimento destinato ai cuccioli e quattro specifici per il mantenimento dei soggetti adulti:

- Maxi Puppy Pollo;
- Maxi Adult Pollo;
- Maxi Adult Agnello;
- Maxi Adult Salmone;
- Maxi Adult Bufalo.

(A.C.)

Un pet per ogni italiano

NEL 2018 IN ITALIA SONO STATI CENSITI 60.227 ANIMALI DA COMPAGNIA, CHE MUOVONO UN'INDUSTRIA DA OLTRE 2 MILIARDI DI EURO



L'Italia è un paese di amanti degli animali. Siamo d'accordo. Ma come evolve il mercato pet? Qual è il ruolo degli animali da compagnia nella società italiana? Quali sono le novità in ambito sociale e istituzionale? A queste domande dà una risposta il XII Rapporto

Assalco-Zoomark 2019 sull'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia presentato nella giornata inaugurale del Salone di Bologna, lunedì 6 maggio, nel corso di un convegno a cui ha partecipato anche l'On. Michela Brambilla, Presidente e Fondatrice di LEIDAA (Lega Italiana per la Difesa degli Animali e dell'Ambiente).

Realizzato dall'Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia (ASSALCO) per Zoomark International, con il contributo di IRI Information Resources, la società di ricerche di mercato Doxa e l'Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (ANMVI), il Rapporto Assalco-Zoomark 2019 rappresenta l'apuntamento annuale per chi si occupa di animali da compagnia.

In questo numero di Zampotta, analizzeremo principalmente la sezione dedicata alla presentazione dei principali trend del mercato italiano dei prodotti per gli animali da compagnia, per poi soffermarci, nei prossimi numeri, sui temi più strettamente normativi e sociali.

GLI ITALIANI SPENDONO PIÙ DI DUE MILIARDI PER I PET

La prima, bella notizia è che anche nel 2018 è proseguito il trend positivo del mercato italiano nel suo complesso, che vale oltre 2 miliardi di euro.

Con più di 60 milioni di animali d'affezione in Italia, in media uno per ogni italiano, - circa 30 milioni di pesci, 12,8 milioni di uccelli, 7,3 milioni di gatti, 7 milioni di cani, 1,8 milioni di piccoli mammiferi, 1,3 milioni di rettili - gli italiani si confermano un popolo pet-friendly. Il 39% degli italiani, cifra pari a circa 20,3 milioni, ha un cane e/o un gatto in famiglia. I più popolari sono i cani, presenti in 5,9 milioni di famiglie, mentre quelle che possiedono un gatto sono il 18,3% pari a circa 4 milioni.

"Anche per il 2018 prosegue l'andamento positivo". Commenta Gianmarco Ferrari, Presidente di Assalco. "Il mercato del pet food e

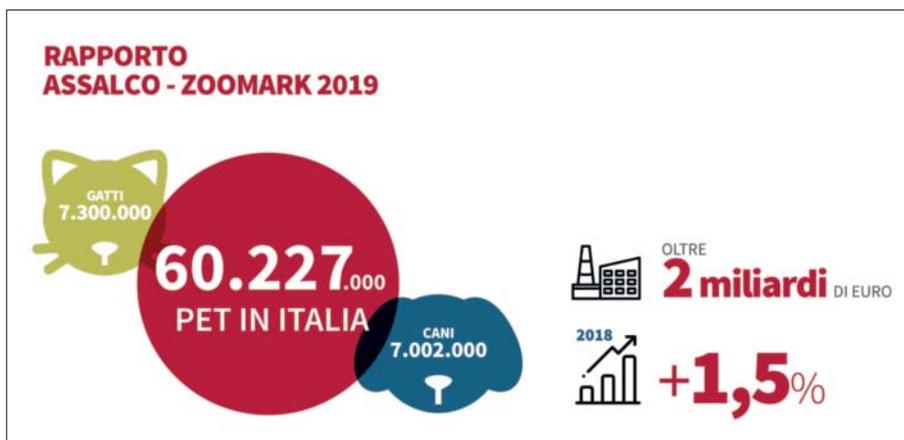
degli accessori per gli animali d'affezione ha saputo farsi interprete, con un'offerta adeguata, delle esigenze dei pet e degli acquirenti, sempre più attenti e responsabili quando si tratta di prendersi cura dei propri animali da compagnia. In materia di nutrizione, scelgono di affidarsi al pet food industriale, pratico e sicuro, capace di garantire un'alimentazione bilanciata e completa. Allo stesso modo, per quel che riguarda gli accessori per la cura e la gestione quotidiana, prediligono prodotti innovativi".

PET FOOD SÌ, MA DI QUALITÀ

Il mercato dei prodotti per l'alimenta-

zione dei cani e dei gatti nel 2018 ha sviluppato in Italia un giro d'affari di 2.082 milioni di euro per un totale di 565.136 tonnellate vendute, registrando una crescita dell'1,5% rispetto all'anno precedente e un tasso di sviluppo superiore a quello del Largo Consumo Confezionato (+0,1% nel 2018).

A volume, il settore del pet food non raggiunge il risultato del 2017 ma è comunque superiore al 2016 e al 2015. Da sottolineare che l'andamento segna un moderato incremento dei prezzi del mercato, legato a un consumatore che si orienta sempre più verso prodotti premium, di alta qualità, formati più piccoli con un rapporto peso/prezzo più alto, alimenti dietetici del canale specializzato e prodotti che cavalcano i trend emergenti (es. bio, naturali, con un'unica fonte proteica, formulati con materie prime selezionate, light, ecc.).



DOVE GLI ITALIANI COMPRANO PET FOOD

Il fatturato del mercato dei prodotti per l'alimentazione di cane e gatto è sviluppato da tre piattaforme distributive - grocery, pet shop tradizionali e catene - che mostrano dinamiche e performance differenti, a cui si aggiunge l'e-commerce che oggi rappresenta un ulteriore canale di sbocco.

Il grocery canalizza il 55,3% del fatturato complessivo (ossia 1.151 milioni di euro) e il 73,7% dei volumi (416.429 tonnellate). Le catene pesano per l'8,9% dei volumi e il 13,8% dei valori, per un totale di 50,6 tonnellate e 287,7 milioni di euro. Ancora minoritario il peso dell'e-commerce che ha sviluppato un fatturato di 8,3 milioni di euro pari allo 0,4% sul totale; da notare però che il tasso di crescita ha portato a raddoppiare il fatturato in un anno e pertanto rende interessante il monitoraggio di questo canale.

Una riflessione merita la performance dei pet shop tradizionali (circa 4.960 punti vendita) che rappresentano il principale canale del trade-non grocery in cui sono distribuiti i prodotti per animali da compagnia in Italia. Coprono il 17,4% dei volumi (che corrispondono a 98.143 tonnellate circa), ma generano il 30,9% dei valori (642,7 milioni di euro di fatturato).

GLI ALIMENTI PER CANE E GATTO NEI CANALI PETSHOP TRADIZIONALI, CATENE PETSHOP E GROCERY

	Grocery			Petshop			Catene			Tot.
	2017	2018	Var % 2018/2017	2017	2018	Var % 2018/2017	2017	2018	Var % 2018/2017	Var % 2018/2017
Vendite in Volume (milioni kg)	425,6	416,4	-2,2	99,1	98,1	-1,0	47,1	50,6	7,3	-1,2
Vendite in Valore (milioni €)	1.146,8	1.151,1	0,4	642,8	642,7	-0,0	261,2	287,7	10,1	1,5

Rapporto Assalco - Zoomark 2019 Fonte: IRI

PET SHOP, CANALE AD ALTA REDDITIVITÀ

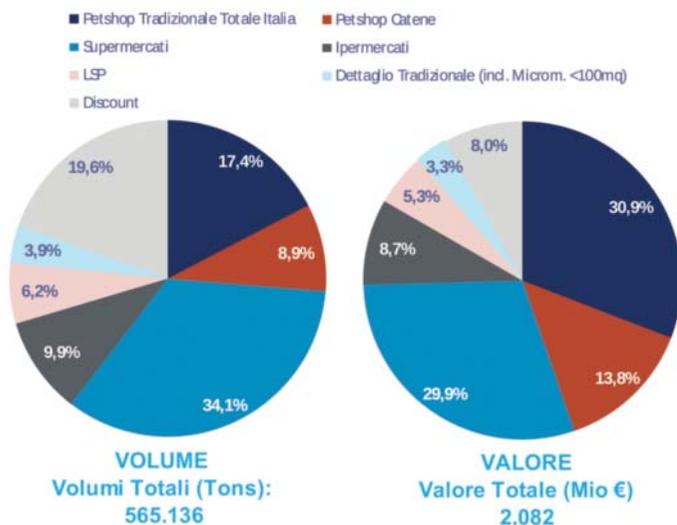
Dai dati contenuti nel Rapporto possiamo quindi rilevare che, nonostante una concorrenza forte da parte delle catene che continuano a crescere con ritmi sostenuti e l'avvento di nuovi format distributivi quali GDO e e-commerce, i pet shop riescono a difendere la propria identità e il proprio giro d'affari grazie a innovazione, servizio e focalizzazione sul core business.

Il negozio tradizionale, insomma, si conferma un canale ad alta redditività, così come le catene specializzate. Con poco più della metà dei punti vendita dei soli supermarket (4.960 vs 9.002), il pet shop fattura mediamente circa il doppio per punto vendita: 129.585 euro/anno contro i 69.359 euro/anno dei supermarket. Le catene, con l'assortimento più ampio e profondo, garantiscono un fatturato per punto vendita mediamente 5 volte quello di un pet shop tradizionale.

L'UMIDO GATTO SI VENDE DI PIÙ

Gli italiani preferiscono il pet food umido o secco? Acquistano più cibo confezionato per i cani o per i gatti? Leggendo il Rapporto Assalco-Zoomark 2019 scopriamo che lo scorso anno sono state vendute 251.248 tonnellate di

QUOTE DEI CANALI A VOLUME E VALORE



Rapporto Assalco - Zoomark 2019 Fonte: IRI

Innovazione e specializzazione per combattere l'aggressività degli altri canali

Nei 4.960 pet shop tradizionali viene venduto il 17,4% dei volumi di pet food cane e gatto, che però generano il 30,9% del valore, un fatturato stabile rispetto allo scorso anno, pur se in presenza di una leggera riduzione dei volumi pari a -1%. Il negozio tradizionale, insomma, si conferma un canale ad alta redditività, che riesce a difendere la propria identità e il proprio giro d'affari grazie a innovazione, servizio e focalizzazione sul core business.

Gli alimenti per cane si confermano la categoria più importante con circa 378 milioni di euro (58,8% del fatturato del canale), mentre gli alimenti per gatto sviluppano 265 milioni di euro circa (41,2% del fatturato).

Sacco e lattina (che insieme coprono circa l'88% dei volumi) si confermano le confezioni più richieste: la scelta dei clienti dei pet shop è orientata verso i formati classici. Continua però la crescita della bustina (+5,4% a valore, +4,5% a volume) che ha raggiunto una quota valore di 9,8%; da segnalare un'importante inversione di tendenza per la vaschetta che, dopo anni di crescita, ha sviluppato una perdita di -4,9% a valore e -7,4% a volume.

Per quanto riguarda gli alimenti per cani, il secco conferma una prevalenza assoluta del confezionamento in sacco, soprattutto i formati scorta tra i 9-15 kg e quelli più piccoli da 2-4 kg, solitamente riservati agli alimenti per cani di taglia piccola o caratteristici delle linee ad alta segmentazione o funzionali. Prendendo in considerazione invece gli umidi, il formato ancora dominante è quello della lattina di medie dimensioni (300 g - 600 g), corrispondente al pasto di un cane di taglia media.

Negli alimenti per gatti, il segmento più importante per il secco è il formato da 1 a 2,5 kg, seguito da quello da 201 g - 500 g; mentre per l'umido continua la crescita della bustina, con gli altri due tipi di confezione in sofferenza. Il formato <120 g, che raggruppa le confezioni single-serve tipiche di questa grammatura, è dominante e copre l'85,9% del fatturato degli alimenti umidi per gatto.

alimenti per gatto, pari a un valore di 1.089 milioni di euro (+0,7% rispetto al 2017) che rappresenta il 52,3% del totale in termini di fatturato del mercato pet food. Gli alimenti per cane costituiscono il 47,7% del totale, pari a quasi 993 milioni di euro. Da notare che tutti i principali segmenti (umido, secco, snack & treat) registrano trend a valore positivi o in linea con l'anno precedente.

Gli italiani preferiscono di gran lunga nutrire cani - ma soprattutto gatti - con cibi umidi. Il segmento wet è ancora il più importante, con 1.001 milioni di euro che equivalgono al 48,1% di quota sul totale mercato, grazie soprattutto ai prodotti a maggior valore aggiunto in piccola grammatura e caratterizzazione gastronomica o funzionale, in particolare modo per il gatto. Il segmento degli alimenti secchi vale 900 milioni di euro (con una significativa crescita del 2,5%) e detiene il 43,2% di quota.

Gli snack si confermano il trend più dinamico, +5,4% a valore, in particolare gli snack funzionali e fuoripasto, come gli spuntini per favorire l'igiene orale o a caratterizzazione gastronomica.

SEGNO MENO PER IL PET FOOD DEI PICCOLI ANIMALI

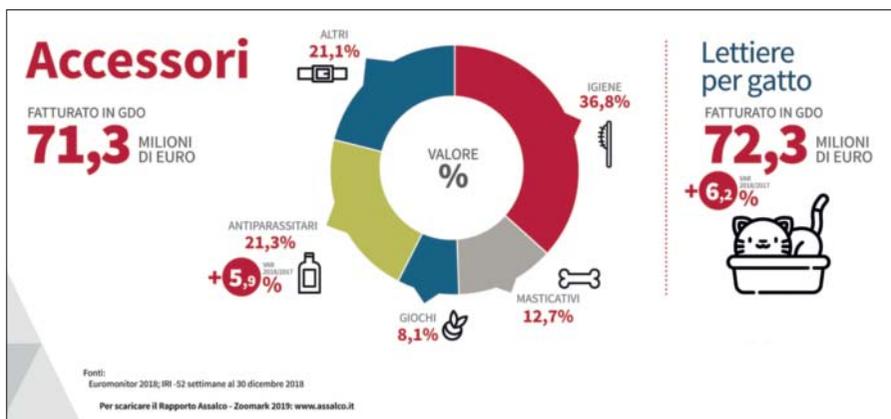
Meno positive le notizie che arrivano dal mercato degli alimenti per altri animali da compagnia, che nel 2018 continua a essere in flessione: con un fatturato di poco più di 13 milioni di euro, ha sviluppato una riduzione delle vendite di -12,6% a valore e -12,9% a volume. Nel *Rapporto* questo segmento, come negli anni passati, è analizzato in relazione agli acquisti rilevati solamente sui tre format della GDO, ovvero Ipermercati, Supermercati e Libero Servizio Piccolo. Gli alimenti per uccelli coprono il 37,8% del valore (50,7% dei volumi), seguono gli alimenti per roditori (29,8% del fatturato e 41,2% a volume), poi i segmenti minori, cioè alimenti per tartarughe e alimenti per pesci.

PET CARE E ACCESSORI: BENE ANTIPARASSITARI E LETTIERE

Nel 2018 il mercato degli accessori che include igiene, giochi e altri accessori (ovvero guinzagli, cucce, ciotole, gabbie, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia) mostra una stabilità delle vendite in volume, ma una flessione del fatturato pari a -1,2%. Anche per questa categoria il canale di riferimento è la GDO, cioè la somma di Ipermercati, Supermercati e LSP.



Fonte: Euromonitor 2018; IR - 52 settimana al 30 dicembre 2018



Fonte: Euromonitor 2018; IR - 52 settimana al 30 dicembre 2018

Fonte: Euromonitor 2018; IR - 52 settimana al 30 dicembre 2018

to igiene, vengono invece rilevate a parte, in quanto costituiscono l'ulteriore e più importante segmento non food nel canale GDO. Come per gli ultimi due anni, il *Rapporto* ne conferma il trend positivo con una crescita di fatturato del +6,2% e a volume del +2,5%, pari a oltre 72 milioni di euro. I Supermercati veicolano il 67,5% del fatturato del mercato. Continua la crescita del formato "salvaspazio" fino a 5 kg che consente una battuta di cassa inferiore anche se in definitiva meno conveniente del formato grande. In crescita anche il formato >8kg.

VIVERE CON UN PET. AMORE MA ANCHE RESPONSABILITÀ

"Abbiamo assistito, attraverso Zoomark International, all'evoluzione del mercato dei prodotti e servizi per i pet e alla sua crescita costante", commenta Gianpiero Calzolari, Presidente BolognaFiere. "L'attenzione che riserviamo alla cura e al benessere dei nostri animali trova un riscontro puntuale nell'offerta delle imprese del settore. Innovazione, attenzione alla qualità e alle materie prime, alle esigenze nutrizionali sono solo alcuni degli ambiti che evidenziano l'impegno delle aziende del comparto".

Che proprietari sono gli italiani? Oltre a restituire una fotografia degli animali da compagnia in Italia e del mercato, quest'anno il *Rapporto* tramite una ricerca di Doxa ha indagato su quanto tra gli italiani - in particolare proprietari di cani e gatti - sia forte la richiesta di riconoscimento dei diritti degli animali da compagnia. Si evince inoltre un quadro marcato della consapevolezza che avere un animale d'affezione implichi responsabilità e dedizione.

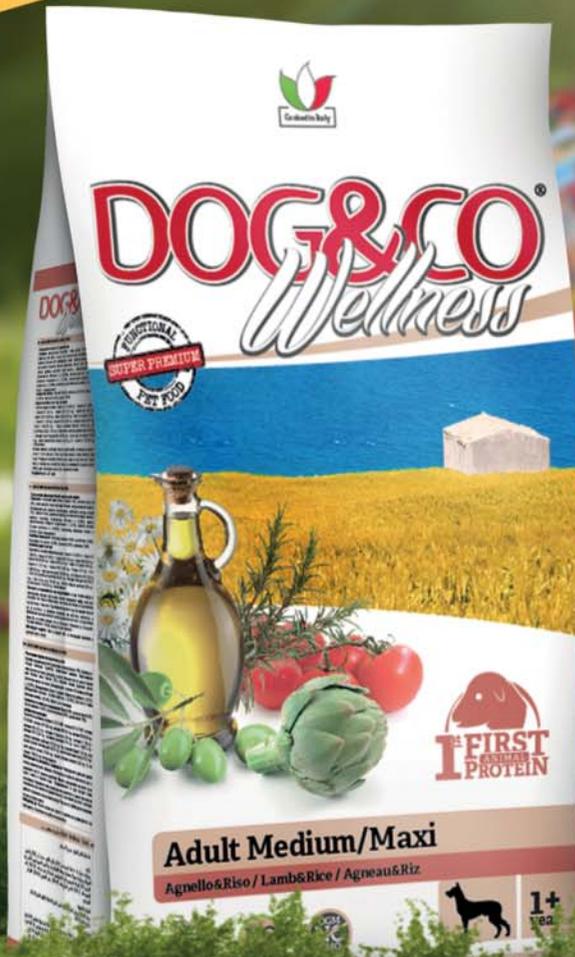
RESPONSIBLE PET OWNERSHIP

È ormai appurato che la compagnia dei pet apporti numerosi benefici fisici e psicologici alla famiglia di cui fanno parte. L'indagine Doxa rileva che l'81,6% degli italiani riconosce negli animali da compagnia degli esseri senzienti, in grado di provare emozioni e affetto per i proprietari. Per l'81,8% i pet sono membri della famiglia, percentuale che arriva quasi al 95% tra chi effettivamente vive con un animale da affezione. È dovere della famiglia rispettare le caratteristiche etologiche e fisiologiche del pet e assumersene la responsabilità, occupandosi del suo benessere, della sua salute, delle sue interazioni sociali con gli altri animali, le altre persone e con l'ambiente.

Il possesso responsabile di un pet si articola in due fasi: l'acquisizione responsabile e la proprietà responsabile, che prevede il prendersi cura adeguatamente degli animali da compagnia per tutta la loro vita. I principi del "possesso responsabile" (o *responsible pet ownership* nei paesi anglosassoni) vanno dalla consapevolezza che ci si sta prendendo un impegno per la vita, passando per la scelta di un animale le cui esigenze siano in linea con gli spazi abitativi e lo stile di vita della famiglia, sino alla cura di salute, alimentazione, rispetto degli altri e dell'ambiente. Ma di tutto questo parleremo diffusamente nei prossimi numeri di *Zampotta*.



PRESENTA



FUNCTIONAL SUPER PREMIUM PETFOOD

La Sicilia nella Ciotola

l'oasi del fisco

di Oscar Giacoletto



Oscar Giacoletto
giacoletto@giacoletto.it

Nato in un paesino sconosciuto ai piedi delle Alpi piemontesi, da oltre vent'anni svolge la professione di Commercialista. Alla Teoria, fine a se stessa, preferisce la Pratica vissuta sul campo di battaglia. L'esperienza gli ha insegnato che una legge può essere interpretata in troppi modi ed è facile cadere nella trappola del "Si può...", quando invece è esattamente il contrario. Ha accettato di curare questa rubrica proprio per informare e trattare in maniera semplice e diretta, così come lui è, questo argomento così ostico e odiato da tutti i titolari di partita IVA.

MA... ORA CHE CONOSCIAMO COME SI CALCOLANO LE IMPOSTE E I CONTRIBUTI?

Ben tornato all'Oasi del Fisco. Come hai potuto constatare, in questi primi mesi, questa nuova rubrica ha lo scopo di farti comprendere meglio alcuni aspetti del rapporto tra contribuente e fisco.

Non intendo con questo annoiarti, ogni singolo articolo, con calcoli complessi. Nemmeno intendo fare il Professore che vuole a tutti i costi insegnarti un argomento odiato che è compito del tuo commercialista.



Il mio obiettivo è darti gli strumenti che ti permettono di pianificare le uscite di carattere fiscale, per quando sarà il momento, suddivise in contributi e imposte. Non intendo trasformarti in un esperto di Fisco. Non è il tuo mestiere. Tu sei un imprenditore.

L'imprenditore è colui che si occupa di acquisire nuovi clienti, aumentare le vendite con i clienti già esistenti e pianificare quelle che saranno le spese. Tra queste vi è, anche, la spesa Fisco e il risparmio per la pensione. Ebbene sì. Da questo mese inizio a ricordarti che tra le varie spese mensili da programmare, e non dimenticare, vi è anche quella tanto odiata che passa attraverso il modello F24.

Perché ti accompagno, mese dopo mese, attraverso questo cambiamento di visione imprenditoriale?

Per una ragione molto semplice. Perché nessuno mai,

prima d'ora, ti ha spiegato, veramente, che sia i contributi che le imposte non sono altro che spese come tutte le altre.

Certo ora tu mi dirai: Ma...

Lo vedi che c'è sempre un "ma" e questa volta me lo dici addirittura tu?

Ma sono troppo alte. Mi strangolano. Lo stato è un tiranno. Mi succhia il sangue (aggiungi tu la frase che più ti aggrada). Vero. Non ti ho mai detto, in nessun articolo, che pagare le tasse è bello. Nemmeno io le pago volentieri e di certo non con il sorriso sulle labbra. Resta comunque il fatto che ci sono e, né io né te, possiamo modificare questa situazione. Dovendo scegliere tra l'inventare i sistemi più improbabili per abbassarle o pianificare con anticipo, di sicuro scelgo la seconda. Molto più pratica e soprattutto prevedibile. Al contrario, la scelta di far ricorso agli stratagemmi del "cuggggino" può offrire un'illusione nel breve periodo, ma (eccone un altro) un rischio sul lungo periodo.

Fatta questa doverosa premessa, vediamo come utilizzare le percentuali e gli strumenti che ti ho spiegato nei due precedenti articoli in modo da trarne vantaggio o, se non altro, arrivare preparato al giorno della scadenza.

Come prima cosa ti ricordo che le imposte e i contributi sono sempre calcolati in percentuale sul reddito. Come ti ho spiegato vi sono vari tipi di reddito. In questa rubrica io ti parlo sempre e solo di reddito di impresa.

A questo punto il reddito di impresa possiamo anche chiamarlo, per una questione di tipo pratica per intenderci, l'utile dell'impresa. Chiaro è che se il tuo caso è riferito a una ditta individuale sarà tutto tuo (fatto salva l'eccezione dell'impresa familiare) o una quota parte se sei socio di una società.


WELLNESS.

CORE

SENZA CEREALI • RICCO DI PROTEINE

DAL 1926 ALIMENTAZIONE
NATURALE PER CANE



PROUD SPONSOR OF

Crufts

DYLAN THE VILLAIN,
VINCITORE BEST IN SHOW
CRUFTS 2019



distribuito da **Pet Village Srl** - Ravenna - Infoline 0544 64418 - www.petvillage.it
per saperne di più, visita www.wellnesscore.it

Questo è il momento in cui ti devo spiegare un concetto che mai nessuno prima ti ha detto. Preparati perché sto per darti una notizia apparentemente banale, ma che nel prosieguo degli articoli riterrai abbastanza scomoda.

L'utile è una teoria.

Detta così può anche sembrarti una notizia come tante. In realtà proprio qua nasce il problema del rapporto con il Fisco. Infatti il calcolo viene eseguito su una teoria, ma preteso nella pratica.

Perché ti sto dicendo che l'utile è una teoria? Ormai lo dovresti sapere. Sono quello degli esempi cosiddetti "terra terra" e anche in questo caso non mi smentisco.

Immagina di vendere un prodotto a 100 euro. In quel momento il tuo cliente ti dice: "Scusa non posso pagarti subito. Mi fai 'credito' per 30 giorni?". Tu non te la senti di rispondere di no. Inoltre non vuoi perdere la vendita. Quindi rispondi: sì, non ti preoccupare, mi pagherai tra 30 giorni.

Immaginiamo che quel prodotto tu lo hai acquistato al prezzo di 60 euro. Anche tu hai detto al tuo fornitore che lo pagherai tra 30 giorni. Nemmeno lui si è sentito di dirti di no. Sin qui tutto chiaro? Molto bene.

Facciamo due conti semplici. Vendita 100 - acquisto 60 = utile 40.

Domanda facile facile: quanti soldi hai in tasca oggi? Se hai fatto bene i conti, oggi hai in tasca esattamente ZERO euro. Ma...

Questo è molto pesante come "ma"...

Ma come. Tu hai venduto a 100 quello che hai acquistato a 60 e quindi hai, ovviamente, un utile di 40. Però così come non hai pagato i 60 non hai nemmeno incassato i 100. Infatti entrambi i passaggi di denaro avverranno solo tra 30 giorni. Ne consegue che oggi tu hai un utile teorico di 40, ma un saldo in cassa, o banca, di ZERO.

Ora immagina se il Fisco ti dicesse: pagami sia i contributi che le imposte, ogni fine mese, sulla base dell'utile del mese. Tu dovresti calcolare, sui 40 euro teorici, circa 9,6 euro di INPS e circa 9 euro di imposte.

A fine mese devi versare allo stato $9,6 + 9 = 18,6$ euro. Ricordi che non hai ancora incassato nulla? Quindi inveisci contro lo Stato perché le tasse (eh sì, in quel momento ti dimentichi tutto ciò che ti ho spiegato e fai di tutto una bella insalata russa) sono troppo alte e cerchi di trovare una scappatoia.

Domanda: per quanto tenti di abbassarle ti ricordo che in cassa hai ZERO euro. Quindi il problema non sono le tasse alte, ma il mancato incasso a causa delle dilazioni di pagamento.

Ora capisci perché l'utile è una teoria? Mi auguro di sì. Ora inizi a comprendere perché ti parlo di pianificazione del rapporto con il Fisco? I contributi e le imposte si calcolano su una teoria e si pagano in pratica.

Ecco perché sono partito dallo spiegarti come si calcolano entrambi in modo da farti vedere che si tratta di percentuali note sin dall'inizio dell'anno. Non sono un qualcosa che si scopre all'ultimo minuto. Semmai è l'utile (definitivo) che si decide qualche mese dopo Capodanno nell'ufficio del commercialista. Ma...

Un altro dei miei ridondanti ma, doveva pur arrivare.

Ma si possono anche fare delle situazioni intermedie. Ogni 6 mesi, ogni 4 mesi e perché no, anche ogni mese. Dipende dalla cura con cui viene registrata la contabilità da parte tua, se hai la contabilità presso la tua azienda, o del tuo commercialista se è presso di lui.

A onor del vero va sottolineato che dal 2019, con l'introduzione della fatturazione elettronica, è più rapido avere in ordine tutta la documentazione. Prima si dovevano sempre rincorrere i documenti cartacei con tutte le lungaggini del caso.

Perché ti parlo di situazioni intermedie? Perché come ti ho spiegato, più sopra, l'utile è una teoria e quindi attraverso quelle situazioni tu puoi farti un'idea di quella che può essere una proiezione su tutto l'anno. Faccio un esempio per renderti facile la comprensione.

Immagina, per comodità, che ogni mese hai vendite costanti per 100 euro e i tuoi costi sono 60 euro. Questo per dieci mesi l'anno. Un mese, quello delle ferie le vendite sono solo 20 euro e i costi sono 12. Al contrario il mese di dicembre le vendite sono il doppio. Quindi 200 euro e, ovviamente i costi sono 120 euro.

Vendite	$100 \times 10 = 1.000 + 20 + 200 = 1.220$
Acquisti	$60 \times 10 = 600 + 12 + 120 = 732$

Utile teorico di 488 euro ($1.220 - 732$). Conoscendo quanto spiegato nei due precedenti articoli sai che devi mettere da parte, circa, 240 euro tra i contributi e le imposte che dovrai versare. Pertanto ogni volta che incassi metterai da parte quella quota mensile delle tasse.

Sì, lo so. Ti ho fatto un esempio super semplice. La realtà non è così "perfettamente" matematica e ripetitiva. L'esempio ha come scopo darti un'idea. Per questa motivazione ti dico di fare delle situazioni intermedie con il tuo commercialista.

Avrai così la possibilità di pianificare in maniera approssimativa, periodo dopo periodo, quanti euro mettere da parte per non arrivare del tutto impreparato al momento della fatidica telefonata in cui il tuo commercialista ti dice: è pronto il modello F24 da versare.

Non sarà corretto al centesimo, ma (per questo articolo è l'ultimo) tra l'arrivare impreparato alla telefonata o scoprire di aver messo da parte qualche euro in più, non so tu, ma (ops, ne mancava uno) io preferisco la seconda opzione.

Ora ti saluto e ti aspetto il prossimo mese qua, nell'Oasi.

*i primi con
le erbe*



*L'innovazione
continua...*

**RICETTA
GRAIN
FREE**

70% carne



MONOPROTEINA DI ORIGINE ANIMALE

ANATRA



Questo fitocomplesso di Erbe Officinali Certificate e Titolate è testato e approvato dalla Associazione Italiana di Fitoterapia e Fitofarmacologia.



STIAMO SELEZIONANDO COLLABORATORI PER LA NOSTRA RETE VENDITA

Per candidature: info@vet-line.sm



@vet-line

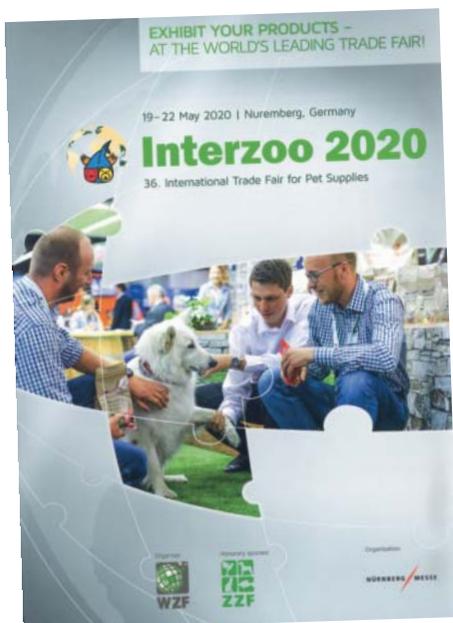
OLISTIKA S.r.l. Via Venticinque Marzo, 19
Domagnano - Rep. San Marino

www.vet-line.it



PRONTI A NUOVI RECORD

È GIÀ IN MOTO LA MACCHINA ORGANIZZATIVA DELLA 36ESIMA EDIZIONE DI INTERZOO, IN PROGRAMMA DA MARTEDÌ 19 A VENERDÌ 22 MAGGIO 2020



Si è appena concluso l'evento pet del 2019, Zoomark International, e già il mondo degli animali da compagnia guarda al prossimo anno, quando avrà luogo l'importante appuntamento con Interzoo. Un Interzoo che si preannuncia già da ora più professionale, più internazionale, più grande: pronto a superare nuovi record, a conferma che il Salone di Norimberga è un evento che suscita sempre più interesse sia sul territorio nazionale che su scala internazionale.

La macchina organizzativa è giù in moto da tempo. La 36esima edizione si svolgerà da martedì 19 a venerdì 22 maggio 2020 e, visti i riscontri positivi del 2018, le date includeranno di nuovo la giornata dell'Ascensione che in Germania corrisponde a una festività. Del nuovo svolgimento infrasettimanale si erano detti soddisfatti l'87% dei visitatori e il 72% degli espositori, in particolare il cambiamento è stato apprezzato soprattutto dalle aziende straniere.

Ente organizzatore di Interzoo è la Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe GmbH - WZF (Comunità economica tedesca degli operatori specializzati nel settore zoológico), che ha affidato la realizzazione e l'esecuzione del salone alla NürnbergMesse GmbH.

SALONE PIÙ GRANDE, SEMPRE PIÙ ESPOSITORI

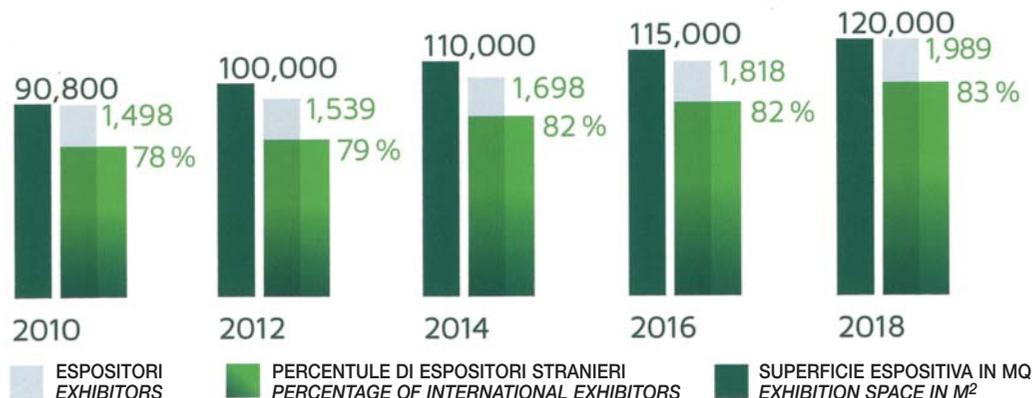
Il palcoscenico di Interzoo rappresenta un trampolino di lancio per le aziende e i marchi che mettono in mostra il meglio della loro produzione, tecnologia e qualità presentando numerose innovazioni destinate a fare tendenza nel mercato pet. Un successo decretato dai numeri costantemente in crescita.

Passando in rassegna l'ultimo decennio, si va dai 1.498 espositori su 90.800 metri quadri del 2010 ai 1.989 su 120.000 metri quadri del 2018, con una percentuale di aziende straniere che cresce del 12%. Non per niente il Salone viene definito la "piattaforma globale" del mercato pet e ha conquistato una posizione di salone leader mondiale. Nell'ambito di un evento come Interzoo, nel 2018 l'Italia è stata una delle nazioni che complessivamente ha occupato le maggiori superfici espositive con circa 150 aziende, una partecipazione di qualità che mette in mostra il meglio del made in Italy.

94% DECISION-MAKER

Un ulteriore dato che dà la misura dell'importanza del Salone di Norimberga per il nostro settore è quello dei visitatori, e in particolare dei buyer qualificati di alto calibro. L'edizione 2018 ha chiuso con un bilancio di 38.656 visitatori professionali provenienti da 126 Paesi, con il 94% di decision-maker, cioè buyer coinvolti nelle decisioni inerenti gli acquisti della propria azienda. Tra i maggiori gruppi presenti si sono contati: imprenditori 49%, amministratori delegati 12%, dirigenti di settore e direttori di filiale 9%, responsabili di reparto 10%. L'indice di soddisfazione dei visitatori si è rivelato altissimo, il 98%. Sempre nel 2018, la top 10 dei Paesi di provenienza ha visto al primo posto la Germania, seguita da Italia, Spagna, Francia, Gran Bretagna e Irlanda del Nord, Paesi Bassi, Repubblica Ceca, Cina Russia e Polonia.

SALONE PIÙ GRANDE, SEMPRE PIÙ ESPOSITORI / LARGER SHOW, MORE EXHIBITORS





TENDENZE ED EVOLUZIONI DI UN MERCATO CHE CAMBIA

Elemento di sicuro interesse è la vastità dell'offerta proposta. Dal 19 al 22 maggio 2020 saranno in mostra tutti i settori del pet, dall'alimentazione alla toelettatura agli accessori, e nel corso dei quattro giorni di fiera espositori e visitatori avranno modo di approfondire anche gli ultimi trend del pet market. Non manca nulla di quello che riguarda il mondo degli animali da compagnia: acquari, terrari, prodotti per cani e gatti, per roditori e piccoli animali, per uccelli e animali da giardino, poi gli sport equestri e la pesca, per finire con le tecnologie per la produzione food e packaging, libri e riviste e molto altri ancora.

CINQUE BUONI MOTIVI

Le ragioni per essere presenti, quindi, non mancano. Interzoo è la piattaforma internazionale più ampia del mercato specializzato pet che permette di connettersi con 39.000 buyer di 120 Paesi, mette in contatto con i decision-maker aziendali, offre l'opportunità di stabilire relazioni di business di alto livello, accresce il successo: nove espositori su dieci giudicano la loro partecipazione estremamente positiva.

Per rendere più semplice la partecipazione, l'ente organizzatore mette in campo una serie di servizi che si possono scoprire sul sito www.interzoo.com. (L.D.)

INTERNATIONAL EXHIBITIONS

READY FOR NEW RECORDS

Organizers for the 36th Interzoo, scheduled between Tuesday the 19th and Friday the 22nd of May 2020, are already at work

The pet 2019 pet event just ended, Zoomark International, and the pet world is already looking ahead to the forthcoming Interzoo that promises to be more professional, more international and bigger: ready to break new records and to prove that the exhibition in Nuremberg is an event able to create a big buzz both domestically and internationally.

Organizers have been working for a while: the 36th edition is scheduled to take place between Tuesday the 19th and Friday the 22nd of May 2020, and following the positive feedback received during the 2018 edition, the dates will once again include Ascension day, a bank holiday in Germany.

87% of visitors and 72% of exhibitors declared they liked the new weekday schedule, foreign companies in particular.

The Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe GmbH - WZF (German economic community of specialised zoological operators) is the organisational body behind Interzoo, and they trusted the realization of the exhibition to NürnbergMesse GmbH.

BIGGER EXHIBITION, EVEN MORE EXHIBITORS

Interzoo provides the perfect launch for companies and brands showcasing their best products, technology and quality presenting innovations destined to set the trends of the pet market. A success brought by the ever increasing number of the event.

Reviewing the past decade, we start from 1.498 exhibitors over 90.800 square metres in 2010 to 1.989 over 120.000 square metres in 2018, with foreign companies growing by 12%. That's why the exhibition is considered a "global platform for the pet market" and a leading global exhibition. In 2018 Italy was the country with the widest exhibition areas occupied with about 150 companies, a quality attendance that displayed the best of made in Italy.

94% DECISION-MAKERS

Further data to give us an idea of how important the exhibition in Nuremberg is in our sector, is the number of visitors, particularly that of high ranking buyers. The 2018 edition closed with 38.656 professional visitors from 126 countries, including 94% decision-makers, that is to say buyers involved in purchasing strategies for their company. The larger groups present were: businessmen 49%, managing directors 12%, area managers and branch managers 9%, department chiefs 10%.

Visitor satisfaction was very high, 98%. In 2018 the top 10 visiting countries were Germany, followed by Italy, Spain, France, UK and Northern Ireland, Netherlands, Check Republic, China Russia and Poland.

TRENDS AND EVOLUTIONS OF A CHANGING MARKET

The varied offer is the greatest element of interest. All pet sectors will be showcased between the 19th and the 22nd of May 2020, from food to grooming and accessories, and visitors will be able to explore the latest market trends. Nothing is missing: aquarium, terrarium, products for dogs and cats, rodents, small mammals, birds and garden pets, equestrian sport and fishing, ending with technologies for manufacturing food and packaging, books, magazines and so much more.

FIVE GOOD REASONS

There are plenty of reasons not to miss it, then. Interzoo is the largest international platform for the specialized pet market that allows professionals to connect with 39.000 buyers from 120 countries, putting them in contact with company decision-makers, and giving the opportunity to create high level contacts and increase success: nine out of the exhibitors declared their attendance was positive.

To make attending easier, the organizing company set a series of services that can be discovered on www.interzoo.com.

SUCCESSO ED ENORME SODDISFAZIONE: ESPOSITORI A INTERZOO SUCCESSFUL AND HIGHLY SATISFIED: EXHIBITORS AT INTERZOO



l'88% ha giudicato positivamente la partecipazione alla fiera
88% rated their participation positively



il 93% ha stabilito nuovi rapporti d'affari
93% established new business relations



il 93% ha raggiunto il suo principale target di riferimento
93% reached their most important target groups



90% prevede notevoli affari a seguito della partecipazione
90% expect noticeable follow-up business

economia & finanza

di Giuseppe Di Domenico



Giuseppe Di Domenico
www.didomenicoeassociati.com
giuseppe@didomenicoeassociati.com

Nato e cresciuto in una piccola realtà della periferia napoletana, a 18 anni si è trasferito a Milano per laurearsi qualche anno dopo nella prestigiosa Università Commerciale Luigi Bocconi. Esperto di numeri e appassionato di finanza, ha rinunciato alla carriera di manager strapagato per perseguire il suo sogno di salvare le piccole e medie imprese italiane dal fallimento, fondando uno studio di professionisti specializzato nella gestione dei debiti aziendali: Di Domenico & Associati.

COME RENDERE IL TUO NEGOZIO UNICO E STRAPPARE I CLIENTI ALLA GRANDE DISTRIBUZIONE

In un mondo in cui ogni singolo prodotto è a portata di click, è un attimo che tu diventi per il cliente un semplice catalogo di confronto prezzi. Quindi il cliente entra da te, curioso un po', legge le brochure, compra un prodotto da 2 euro e va poi al supermercato perché lì costa meno.

Non solo perdi i soldi di un possibile acquisto, ma perdi pure il tuo tempo nello stargli dietro e consigliargli cos'è meglio per lui. Un commesso dell'Esselunga di certo non lo considererebbe tanto, quindi lui viene da te, ottiene le informazioni di cui ha bisogno e poi compra dove conviene, che sia Amazon o appunto l'Esselunga.

Succede in tutti i settori, che tu sia un macellaio, un designer di interni, un imbianchino o qualsiasi altra cosa. Sei sempre e comunque in competizione con l'online.

Ma non solo, infatti oltre a esserci una spietata concorrenza fantasma su internet, ce n'è una anche fisica.

Non esiste più il divieto di aprire attività simili entro una certa distanza, quindi domattina potrebbero aprirti accanto 7 negozi che vendono esattamente quello che commerci tu, ma magari a un prezzo inferiore.

C'È UNA E UNA SOLA STRATEGIA CHE TI CONSENTE DI SOPRAVVIVERE: DIFFERENZIARTI

È fondamentale differenziare il tuo business, non esiste altro modo per sopravvivere nel mercato pieno di concorrenti in cui oggi viviamo. La ragione è semplice, quello che devi dare ai tuoi clienti è un motivo preciso per comprare da te e non puoi ottenere questo risultato



se sei identico alle migliaia di attività che ti circondano.

Per chi vende servizi è certamente più semplice, per chi produce quello che vende risulta invece leggermente più complicato, ma comunque non impossibile.

Puoi cambiare la produzione, inserire delle migliorie, sistemare qualche macchinario ed ecco che avrai fatto.

E per chi rivende per conto di terzi, invece?

Come puoi rendere unica la tua attività quando il tuo prodotto lo hanno anche altri quattro negozi nel quartiere, come nel tuo caso?

Come puoi emergere dalla massa indistinta quando il supermercato all'angolo commercia ciò che proponi tu a un prezzo più basso?

Quello che molti consigliano, e che è assolutamente giusto, è creare un prodotto private label.

È un concetto giustissimo, ma a livello pratico ci vuole tempo e, per quanto a lungo termine sia assolutamente la strada da prediligere, mentre la percorri devi trovare un'altra soluzione.

Perché?

Nel creare una private label ci sono alcuni problemi con i quali ti scontri immancabilmente. Questioni burocratiche e amministrative in grado di fermare il tuo progetto per molto e molto tempo.

Per questo ho pensato a una soluzione alternativa che ho già testato con molti dei miei clienti e che ti consentirà di differenziarti fin da subito, anche se non hai un prodotto a tuo marchio.

Prima di spiegartela, voglio motivarti la necessità di fare questo tipo di scelta.

Ecco a te i 5 problemi principali che devi affrontare se vuoi creare un prodotto a tuo marchio.

1. LA QUANTITÀ

Per far sì che il prezzo sia realmente competitivo è fondamentale che tu produca il prodotto in questione in grandi quantità.

È l'unico modo per abbattere i costi e avere un reale vantaggio competitivo. Se ogni prodotto per cane che hai deciso di produrre ti costa tantissimo, tanto vale continuare a essere un generico rivenditore.

Il tuo negozio può garantirti un volume di affari tale da giustificare una produzione a tuo marchio in questo momento? Certo quando ti espanderai e avrai più punti vendita la questione sarà diversa, ma per ora, conviene davvero?

2. RICERCA E SVILUPPO

Un prodotto unico, che sia un guinzaglio, un mangime per animali o qualsiasi altra cosa, richiede tempo per essere progettato o studiato in laboratorio, per arrivare alla ricetta unica e finale, che ti consentirà di metterlo sugli scaffali il prima possibile.

Non puoi dire: creo un mangime, ci metto l'ingrediente miracoloso "Y", sarà una bomba!

Hai bisogno di fare delle ricerche, degli studi scientifici e se non hai le competenze tu, devi trovare un esperto che se ne occupi.



3. IL MAGAZZINO

Supponendo che tutto questo sia andato a buon fine, come dicevamo nel punto 1, non puoi ordinare pochi pezzi altrimenti i costi diventano altissimi.

"Che problema c'è? Riempio il magazzino e poi lo venderò!"

Oltre a un banale problema di spazio (non puoi infatti pensare di eliminare il resto dei prodotti come se nulla fosse), il problema è anche che non puoi caricarti di una spesa così grande della quale non conosci il tempo necessario per rientrare.

4. IL TEMPO

Per fare le dovute ricerche, individuare la formula corretta, reperire le materie prime migliori, studiare il processo produttivo e via dicendo, serve tempo.

E ne serve anche parecchio, anche nel caso in cui tu decida di affidarti a un produttore esterno, il problema è che non ne hai così tanto. Serve tempo anche per andare incontro al prossimo passaggio.

KITTY DRY

La prima e unica LETTIERA DI SOIA!

- ✓ RAPIDA ASSORBENZA
- ✓ AGGLOMERANTE (fa la palla)
- ✓ CONTROLLO DEGLI ODORI PER LUNGA DURATA
- ✓ NATURALE QUINDI SANA E SICURA PER ANIMALI E PERSONE
- ✓ 100% BIODEGRADABILE



100%
NATURALE E
BIODEGRADABILE

2
PROFUMAZIONI
DISPONIBILI

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



VELMA
GROUP s.r.l.

KITTY DRY è distribuito da: Velma Group srl
Via Munaron, 26 - 31050 - Veduggio (TV)
Tel: +39 0423 71 53 19 - www.velmagroup.com



So che può sembrare complicato ed effettivamente occuparsi della gestione finanziaria in modo perfetto non è una passeggiata né qualcosa che posso trasmetterti con un semplice articolo.

Per questo ho scritto un intero libro che analizza ogni dettaglio dell'aver un'attività, dal rapporto con le banche ai problemi con i dipendenti, per arrivare alle forniture e al modo migliore di gestirle.

Se sei interessato a una guida sicura che ti spieghi nel dettaglio come devi agire, vai su www.aziendecheesifinanzianodasole.com e acquista la tua copia.

5. PERMESSI E BUROCRAZIA

Non puoi pensare di ideare qualcosa di meraviglioso e di mandarlo in produzione il giorno dopo.

Devi fare le analisi di qualità, ottenere i permessi, le garanzie, le certificazioni, gli attestati e via dicendo. Infilandoti in un cunicolo di burocrazia infinita.

Per seguire l'iter ci vuole quindi tempo... e la domanda è sempre la stessa, dunque: ne hai?

Alla luce di questi 5 punti critici capirai che per quanto sia fondamentale perseguire questa strada, devi trovare un'alternativa differente nel breve termine. Non ho scritto fino a qui

per dirti di lasciar perdere e continuare a operare nel mercato indifferenziato in cui stai lavorando ora.

Qual è dunque la soluzione?

SIGLARE RAPPORTI IN ESCLUSIVA

Se sei un commerciante, hai un'attività geolocalizzata, quindi per quanto sia ampio il tuo raggio d'azione e per quanto tu debba cercare di espanderti non potrai mai farlo oltre una certa zona, a meno che tu non apra altri punti vendita, ovviamente. Le persone non verranno mai dal Lazio alla Lombardia per comprare un certo mangime per animali.

Quindi per differenziare il tuo prodotto e dare ai tuoi clienti un motivo in più per acquistare da te, ciò che conta è che tu sia l'unico ad avere quel determinato oggetto in quella determinata zona.

È fondamentale dunque che il fornitore non venda a te, a Gigi, a Giampiero e a tutti quelli che ti circondano.

Devi convincerlo a fare affari solo e soltanto con te.

Come ogni rapporto con un fornitore, anche questo è piuttosto delicato ed è fondamentale dunque strutturarne nella maniera corretta. Proprio di recente mi sono trovato a stipulare un accordo del genere per un mio cliente. Non basta andare da Franco il fornitore e dirgli: "Ciao, devi vendere solo e soltanto a me".

Prima di tutto devi convincerlo che eliminando altri possibili clienti in zona ci sta guadagnando e devi farlo attraverso una vera e propria trattativa.

Insomma, devi portargli i numeri:

- I numeri delle tue vendite. Se hai 4 clienti in croce sarà ben difficile che tu riesca a strappare un accordo del genere. Porta infografiche che dimostrino con i loro colorini sgargianti che hai un buon numero di clienti.
- Mostra gli investimenti di marketing che stai facendo e che hai intenzione di portare avanti, in modo da mostrare quanti clienti arriveranno da te nei prossimi 6 mesi.
- Non limitarti a parlare dell'acquisizione clienti ma in base ai dati che hai concentrati anche sulla ricorsività di chi acquista da te.

Fatto questo lo avrai convinto a fare affari con te.

È fondamentale però che nel vostro accordo ci siano alcune clausole che siglino a dovere il vostro rapporto lavorativo. Ne ho parlato in tutti i modi, ma c'è una questione sulla quale devo tornare prima di proseguire: il fornitore non è il tuo migliore amico.

Ho visto veramente troppi imprenditori andare a mangiare fuori con i loro fornitori, stringere con loro rapporti di amicizia e non rendersi conto che stavano mandando a monte la loro intera impresa.

Ho avuto un cliente che andava a giocare a calcetto con il suo fornitore tutti i giovedì, ha maturato nel tempo un debito con lui e questo, dopo avergli fatto gol la sera prima e aver bevuto con lui una birra, gli ha fatto arrivare un decreto ingiuntivo in azienda.

Un'azione del genere significa che in un attimo sei costretto a pagare in un'unica soluzione l'intero ammontare del tuo debito.

Non ti dico questo per spaventarti a morte, ma per un semplice motivo. Magari hai già un fornitore di riferimento e devi solo stipulare con lui il tuo contratto di esclusiva, magari invece devi selezionarne uno da zero. Qualunque sia il tuo caso, ecco qui qualche suggerimento per metterti al riparo da eventuali problemi.

Molte aziende hanno due tipologie di clienti: i rivenditori e i clienti al dettaglio.

Questo significa che oltre a te potrebbero avere delle richieste di acquisto da parte di privati in una zona limitrofa a dove lavori tu.

Una situazione del genere non può e non deve accadere, quindi è fondamentale che nei vostri accordi ci sia da parte sua l'obbligo di girarti un cliente nel caso si trovi nella tua area di competenza oppure di riconoscerti una percentuale nel caso lui concluda l'affare.

So che sembro una brutta persona che non si fida degli esseri umani, ma ti sbagli, sono una persona che non si fida PER NIENTE degli esseri umani. Non perché mamma mi ha fatto sfiduciato, ma perché ho visto troppi bravi imprenditori perdere fette di fatturato per credere ancora che siamo tutti amici.

Per questo è FONDAMENTALE che tu inserisca una clausola che sancisca che in caso di mancato rispetto degli accordi ti è dovuto 8 volte l'importo della vendita persa.

Se segui passo a passo i punti che ti ho illustrato in questo articolo, riuscirai a stipulare i rapporti che ti sono fondamentali per differenziarti agli occhi dei tuoi clienti.

Buon lavoro... al prossimo articolo!

UNICO ALIMENTO PER TUTTA LA VITA.

UNICA NATURA[®]

NATURAL SUPERPREMIUM FOR CAT 



**PER IL TUO GATTO UNICA NATURA:
STESSO PRODOTTO, GUSTI DIVERSI
A PARTIRE DA 2 MESI DI VITA PER SEMPRE**



**UNICA È L'ALIMENTAZIONE CHE LA MADRE
CONDIVIDE IN NATURA CON IL PROPRIO
GATTINO, CHE LO STESSO CONTINUA AD ASSUMERE
ANCHE DA ADULTO PER TUTTO IL RESTO DELLA SUA VITA.**

IL TRADE PASSA DA KIEV

L'UCRAINA È UN NUOVO MERCATO EUROPEO CHE SI STA CONSOLIDANDO
E L'OCCASIONE PER CONOSCERLO MEGLIO
È STATA OFFERTA DA AQUATERRA SHOW ED EXPOZOOUA 2019

Più di 11.000 visitatori hanno affollato per tre giorni il National Expocenter di Kiev, dove dal 5 al 7 aprile si sono svolti due eventi di grande richiamo: la quarta edizione della mostra di animali esotici, pesci ornamentali e terrari *AquaTerra Show 2019* e la prima esposizione internazionale di prodotti e servizi per animali domestici, toelettatura e veterinaria *ExpoZooUA 2019*, organizzate da ZooUnion Ucraina.

L'Ucraina è un nuovo mercato europeo che si sta consolidando e i due eventi si sono rivelati un'importante occasione per conoscerlo meglio sia per gli operatori specializzati che per il pubblico degli hobbisti, poiché la combinazione di settori B2B e B2C ha creato una grande piattaforma in cui si sono incontrati i target professionisti e consumatori.

56 aziende con circa 70 brand provenienti da Ucraina, Stati Uniti, Russia e Bielorussia hanno partecipato ad *AquaTerra Show 2019* su una superficie di 1.200 mq, mentre 86 aziende con oltre 100 marchi provenienti da Ucraina, Polonia, Turchia e altri Paesi erano presenti a *ExpoZooUA 2019*, su un'area di 2.600 mq.

TUTTO IL MONDO ACQUATICO IN ESPOSIZIONI, GARE E SEMINARI

Questa edizione di *AquaTerra Show* ha avuto il merito di contribuire a diffondere ulteriormente la cultura dell'acquariologia - dai laghetti da giardino, agli acquari, ai terrari - grazie anche a moltissime esposizioni di pesci, piante e animali esotici, gare di acqua design, seminari, presentazioni e conferenze che hanno riunito più di 700 partecipanti, oltre a moltissime famiglie con adulti e bambini. Famosi allevatori hanno presentato i biotopi dell'Asia sud-orientale con rari tipi di pesci, fra cui alcuni scoperti di recente ma non ancora scientificamente denominati. Grande successo per il concorso di Aquascape design per rendere popolare l'acqua design come attività creativa, per il Discus Show con alcuni esemplari proposti dai migliori allevatori di tutta l'Ucraina, per la mostra dei Guppy e per



SHOWS AND EXHIBITIONS

THE TRADE SECTOR STOPS BY AT KIEV

Ukraine is a new growing European market: Aquafers Show and ExpoZooUA 2019 have been the chance to know it better

Over 11,000 visitors crowded Kiev National Expocenter for three days. From 5-7 April, two main events took place: the fourth exhibition of exotic animals, ornamental fish and terraria *Aquafers Show 2019* and the first international exhibition of products and services for pets, grooming and veterinarians *ExpoZooUA 2019*, both managed by ZooUnion Ukraine.

Ukraine is a new growing European market and the two events provided an excellent chance to know it better, both for pet business people and for pet lover. The combination of B2B and B2C sectors produced a huge platform where professionals and customers met.

56 companies with 70 brands from Ukraine, USA, Russia and Belarus took part in *Aquafers Show 2019* on a surface of 1,200 square metres. 86 companies with over 100 brands from Ukraine, Poland, Turkey and other countries took part in *ExpoZooUA 2019* on a surface of 2,600 square metres.

THE WHOLE AQUATIC WORLD IN SHOWS, COMPETITIONS AND WORKSHOPS
Aquafers Show 2019 helped further spread the aquatic culture – garden ponds, aquaria, terraria – also thanks to plenty of fish, plants and exotic animals on show, aqua design competitions, workshops, presentations and conferences that gathered over 700 attendees besides several families with adult and children. Famous breeders presented South-East Asia biotopes with rare species of fish, including recently discovered species that are still scientifically unnamed.

Great success for the Aquascape design competition aiming at increasing aqua design popularity as recreational hobby. The Discus Show was also successful with discus specimen exhibited by the best breeders in Ukraine. Equally successful were the Guppy exhibition and the Exo Show, the exhibition of exotic animals such as snakes, tarantulas, chameleons, lizards, turtles and other animals. Children were involved in a competition aiming at spreading the aquatic passion among young lovers as well. Experts looked forward to the intense programme of Aquaterra Show seminar, with important speakers such as Heiko Blessin, Pavel Zarzhinsky and Arthur Plaskon.

PET UNIVERSE ON SHOW

ExpoZooUA 2019 also featured several events, including workshops for veterinarians, breeders and pet owners. The 10th international grooming competition in Ukraine, Master Groom, and grooming workshops with world-famous groomers including Simona Chelli (Italy), Martial Carré (France) and Romana Kania (Czech Republic) met with a broad success. Visitors appreciated the running and jump competitions with dogs, acrobatic shows, fashion shows. Veterinarians provided tips on pet care and maintenance, there were workshops on behavioural medicine and make up courses for cats and dogs. The event offered a complete overview on the pet sectors and invites visitors to the next edition in 2020.



E per i più esperti, grande interesse per l'intenso programma del Seminario AquaTerra Show con importanti relatori fra cui Heiko Blessin, Pavel Zarzhinsky e Arthur Plaskon.

L'UNIVERSO PET IN MOSTRA

Anche nell'ambito di *ExpoZooUA 2019* erano previsti numerosi eventi, fra cui workshop per veterinari, allevatori e proprietari di animali da compagnia. Molto apprezzati il 10^o concorso internazionale di grooming Master Groom ucraino 2019 e i seminari di toelettatura con professionisti di fama mondiale fra cui Simona Chelli (Italia), Martial Carré (Francia) e Romana Kania (Repubblica Ceca). Sono piaciute le divertenti esibizioni di corsa e salto con i cani, gli spettacoli acrobatici, le sfilate di moda. Non sono mancati inoltre i consigli veterinari per la cura e il mantenimento degli animali domestici, i seminari sulla medicina comportamentale e le lezioni sulla cosmesi per cani e gatti. Un mondo pet a 360 gradi, che invita tutti alla prossima edizione del 2020. (A.B.)



I MIEI PRIMI 30 ANNI NEL MONDO PET

IN UN'INTERVISTA ESCLUSIVA, YVONNE VALLI RIPERCORRE
PER I LETTORI DI ZAMPOTTA I 30 ANNI DELL'AZIENDA DA LEI FONDATA

(di Cristina Mandaglio)

È sempre un onore incontrare Yvonne Valli - fondatrice e titolare di Wonderfood - una delle poche donne italiane imprenditrici di primo piano del mondo pet. E lo è ancora di più se quest'incontro si trasforma in un'intervista esclusiva in occasione dei 30 anni dell'azienda da lei diretta per tre decenni. Un'intervista che Yvonne, persona sempre molto schiva e riservata, ha deciso di rilasciare a Zampotta in virtù del lunghissimo rapporto di stima e amicizia che ci lega da anni e che, in passato, la legava a mio padre Rocco. Mi sembra di risentire la voce di papà quando raccontava di questa straordinaria donna che si era messa in gioco per migliorare il mondo del pet food in Italia. Era il 1989, Yvonne Valli era già un'affermata allevatrice di gatti, guidata da una passione autentica per il mondo del pet, sempre alla ricerca di una qualità senza eguali per i suoi adorati animali. Fu in quell'anno che, su suggerimento di un'amica, ebbe l'occasione di provare per i suoi gatti un prodotto nuovo, mai visto prima in Italia, e solo dopo aver verificato miglioramenti visibili delle condizioni di salute e benessere dei suoi animali, prese forma l'idea di importare questo marchio e iniziarne la distribuzione.



Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**



YVONNE VALLI, FONDATRICE DI WONDERFOOD CON
IL FIGLIO STEFANO VALLI, CEO DI WONDERFOOD
YVONNE VALLI, WONDERFOOD FOUNDER, AND HER
SON STEFANO VALLI, CEO AT WONDERFOOD

Zampotta: Le circostanze in cui è nata Wonderfood sono ormai entrate nella storia del pet food. È andata proprio così?

Yvonne Valli: "Tutto nasce da una fortissima passione per i gatti. All'epoca il mio allevamento di persiani ne contava circa una trentina che nutro, tra mille difficoltà, con un'alimentazione casalinga. Oltre ad essere molto impegnativa, l'alimentazione domestica non era completa, creando diverse carenze nei miei felini. E fu proprio durante un viaggio in Inghilterra che un'amica mi propose di utilizzare degli alimenti preconfezionati di alta qualità. Sebbene all'inizio fossi piuttosto scettica, accettai il consiglio e ne rimasi entusiasta: i miei gatti stavano benissimo, erano belli e vitali come non mai e decisi di voler proseguire con questo tipo di alimentazione".



LO STAFF WONDERFOOD PRESENTA A ZOOMARK INTERNATIONAL
WONDERFOOD STAFF AT ZOOMARK INTERNATIONAL



Z.: Come ha intuito che quello era il prodotto giusto non solo per i suoi animali, ma per fare business?

Y.V.: "Mi dissi semplicemente che ciò che era buono per i miei gatti poteva esserlo anche per gli altri. Con quel primo incontro si aprì davanti a me la possibilità, imprevedibile e fino ad allora impensabile, di importare e distribuire in maniera organizzata questi alimenti. E soprattutto di contribuire a diffondere una nuova sensibilità verso la nutrizione di altissima qualità e la cura dei pet. Una sfida estremamente impegnativa, ma anche entusiasmante. Sapevo che avrei potuto creare qualcosa di veramente grande: era il 1989 e stava nascendo la Wonderfood".

Z.: Ci voleva coraggio in quegli anni, soprattutto per una donna, a entrare e affermarsi in un mondo tipicamente maschile come quello del pet?

Y.V.: "Essere donna, madre e imprenditrice non mi ha mai impedito di perseguire i miei obiettivi. Ho sempre ricevuto rispetto e considerazione e ho sempre utilizzato le capacità di ascolto ed empatia, tipicamente femminili, per confrontarmi con i miei interlocutori. Negli anni ho ricevuto il sostegno delle associazioni di categoria e degli operatori di settore che hanno capito l'importanza di aprire una nuova fase nella nutrizione degli animali da compagnia. Ho potuto creare un'impresa di successo che si fondasse sui valori in cui ho sempre creduto e in cui credo tutt'oggi: l'amore per gli animali e la certezza che l'alta qualità dei prodotti sia fondamentale per la salute e il benessere dei pet".

Z.: Trent'anni di passione per gli animali e di esperienza alle spalle costituiscono un bagaglio importante. Come viene declinato tutto questo nell'attuale Wonderfood e nel suo mercato del pet?

Y.V.: "La storia di Wonderfood è ricca di primati e successi, apripista di una strada mai battuta: ha creato un mercato che prima di allora praticamente non esisteva e sono orgogliosa perché oggi, a distanza di trent'anni, è ancora un punto di riferimento per quel mercato. E la stessa qualità che ho sempre ricercato nei prodotti, l'ho voluta trasferire all'organizzazione e alla struttura dell'azienda. L'attuale Wonderfood è caratterizzata infatti da una tecnologia avanzata, dall'informatizzazione dell'ambiente di lavoro e da un magazzino completamente automatizzato e tecnologicamente all'avanguardia".

Z.: Quali sono i valori che lei ha voluto come guida per la sua azienda?

Y.V.: "Oggi, come allora, Wonderfood è sinonimo di qualità a 360 gradi: qualità dei prodotti che distribuiamo e delle persone che fanno parte dell'azienda. Un'azienda cresciuta nel tempo, che ha saputo però conservare l'agilità, la compattezza e il carattere familiare che l'ha contraddistinta agli esordi".

Z.: Dal 1989 sono trascorsi tre decenni ma sembra quasi un secolo, se consideriamo come è cambiato il mercato pet...

Y.V.: "Profondamente: lo definirei più maturo, maggiormente con-

ANNIVERSARIES

MY FIRST 30 YEARS IN THE PET SECTOR

An exclusive interview with Yvonne Valli, who talks to Zampotta readers about the 30 years of the company she founded

It is always an honour to meet Wonderfood founder and owner Yvonne Valli, one of the few leading Italian entrepreneur women in the pet sector. It is even better if the meeting turns into an exclusive interview on the 30th birthday of the company she managed for three decades. Yvonne is shy and discreet: the interview was also possible thanks to the long-term respect and friendship between us and, previously, with my father, Rocco. I can still remember my father talking about this extraordinary woman, who took the challenge of improving the pet food in Italy. Back in 1989, Yvonne Valli was already a famous cat breeder with a real passion for the pet sector. She was always looking for unrivalled quality for her beloved pets. Following the suggestion of a friend, she tried a brand new product for her cats, never seen in Italy. Only after witnessing the visible improvement of the health and well-being conditions of her pets, she thought about importing and distributing the brand.

Zampotta: The birth of Wonderfood is already part of the history of pet food. Did things go really like that?

Yvonne Valli: "Everything was born after a strong passion for cats. At the time, I was breeding 30 Persian cats. I used to feed them with home-made food and it was very hard. Besides being very demanding, home-made food was not complete and caused various deficiencies. During a trip to England, a friend of mine suggested to use high-quality pre-packed food for cats. I was sceptical at first, but I accepted the recommendation and the result was amazing: my cats were healthy, beautiful and lively like never before. That is why I decided to go on with this product".

Z.: How did you understand that it was the right product for your pets and also to start a new business?

Y.V.: "I thought that what was good for my cats should have been good for other pets as well. That is when I took the chance of importing and distributing these products. I never thought about this possibility. And I had the chance to spread new awareness towards high-quality nutrition and pet care. It was definitely a demanding but also exciting challenge. I knew I could create something big. It was 1989 and Wonderfood was born".

Z.: Did you need to be brave back then, especially being a woman, to enter a typically masculine world such as the pet sector?

Y.V.: "Being woman, mother and entrepreneur never prevented me from pursuing my goals. I always received respect and attention and I always relied on empathetic and listening skills (typically feminine), to discuss with my other people. Through the years I could rely on the support of pet associations and pet business people, who understood the importance of marking a new stage in pet nutrition. I created a successful company founded on the values I always believe: love for pets and the assurance that high-quality products are fundamental for their health and well-being".

Z.: Over 30 years of experience and passion for pets: they are an important knowledge. How did you apply it to the present Wonderfood and to the pet market?

Y.V.: "Wonderfood story is rich in records and success, it was the pioneer of a new path. The company created a market which did not exist before. I am proud because, thirty years later, the company is still a point of reference for that market. The same quality I looked for in my products was applied to the company organization and structure. The current Wonderfood features modern technology, a computerized working environment as well as a completely automatized and technologically modern storehouse".

Z.: What are the founding values of your company?

Y.V.: "Now as then Wonderfood means complete quality: quality of the products we distribute and quality of the people that are part of the company. Despite its growth, the company still preserves its dynamism, solidity and familiar environment of the beginning".

Z.: 30 years passed since 1989. Still, it looks like 100 years have passed, if we consider the changes in the pet sector...

Y.V.: "I believe it is more mature, more competitive and fragmented, but also more attentive and aware of the real needs of pets. Innovation and quality products are now acknowledged and promoted: in the past it was harder to convey such values. Being part of this increased awareness makes me proud and loyal to the working ethics of Wonderfood".

Z.: Being pet business people is easier now or back then?

Y.V.: "During the past years, owners of cats and dogs increasingly started to consider their pets as members of the family. They wish and choose the best for them. Customers look for the best products for pets, just as they would do for themselves. There is increasingly attention to pets' health and well-being: For companies offering the utmost quality - such as Wonderfood - it means to deal with aware and informed customers. Compared to other European countries, there are still a few gaps to fill in Italy, but we are following the right path".

Z.: What is Wonderfood evolution after 30 years?

Y.V.: "Wonderfood changed its product portfolio but still preserved its excellent service and organization. This change further elevated our quality and helped us provide pets with the experience built in 30 years. Now my son Stefano carries on our values and identity".

Z.: Where are changes more relevant, in your opinion?

Y.V.: "We broadened the product range, improved the services for the trade and for final customers by constantly updating and innovating the offer. A few years ago we started an internationalization process to promote our brand abroad as well".

Z.: Wonderfood deals with leading brands and finally developed its own brand, Oasy. Why did you look for independence?

Y.V.: "With time, we understood that our experience could be applied to trade and

Oasy, un mondo d'amore

Non è semplicemente un brand di pet food. Oasy è un Mondo d'Amore per cani e gatti che offre un'ampia scelta di alimenti secchi e umidi in tanti gusti e formati, prelibati snack e una selezione di lettiera naturali.

E per rispettare la natura di cani e gatti di tutte le taglie ed età, da oggi è disponibile anche la nuovissima linea *Grain Free Formula* preparata senza cereali e con



tanta carne fresca, ricette con ingredienti accuratamente selezionati che favoriscono la salute e il benessere dei nostri amici.

Per la linea Cane, Oasy propone un'ampia offerta:

● *Secco Lifestage*, linea di alimenti ad uso quotidiano che rispetta tutte le esigenze nutrizionali in base ad età, taglia e stile di vita;

● *Secco One Animal Protein*, gamma completa per soggetti sensibili con una sola fonte di proteine animali e riso;

● *Paté Lifestage*, alimenti completi formulati in base al gusto, all'età e alle specifiche esigenze dell'animale;

● *Paté One Protein*, monoproteici ideali per cani con intolleranze alimentari, sensibilità intestinale e cutanea;

● *Deliziosi Paté*, cotti a vapore, rappresentano un pasto completo che garantisce elevata digeribilità per cani di tutte le taglie ed età;

● *Specialità Naturali*, alimenti naturali in soft-jelly, privi di conservanti, coloranti e appetizzanti artificiali.

Per il gatto, oltre alla nuova *Grain Free Formula*, Oasy propone:

● *Secco Lifestage*, linea completa con carne fresca come primo ingrediente e ingredienti naturali, per le esigenze del gatto in base all'età, al gusto e allo stile di vita;

● *Bocconcini in salsa*, alimenti umidi completi dalla tenera consistenza formulati in base a età, gusto ed esigenze particolari;

● *Delicatessse*, alimenti umidi completi in due deliziose varianti: paté raffinati e appetitosi e soufflé dalla consistenza morbida e cremosa;

● *Gustosa Mousse*, alimenti completi con una soffice texture che contribuisce a rendere il prodotto altamente appetibile;

● *Deliziosi Paté*, cotti a vapore, un pasto completo e un'elevata digeribilità per gatti di tutte le età;

● *Specialità Naturali*, alimenti naturali in soft-jelly, privi di conservanti, coloranti e appetizzanti artificiali disponibili in busta e in lattina in tantissime varianti di gusto;

● *More Love*, alimenti naturali di primissima qualità, senza coloranti, aromatizzanti e conservanti artificiali, proposti in tre diversi formati: lattine, green cup e buste. Oasy offre inoltre una vasta scelta di snack naturali, stick, ossi masticabili e biscotti ripieni per cani e gatti.

correnziale e frammentato, ma anche più attento e consapevole in merito alle reali esigenze degli animali rispetto ad allora. Oggi le innovazioni e i prodotti di qualità vengono riconosciuti e valorizzati, cosa che nel passato era più difficile da trasmettere. L'aver contribuito in prima persona a sensibilizzare il mercato su questi temi mi rende fiera e fedele all'etica del lavoro mio e di Wonderfood”.

Z.: Operare professionalmente in questo settore è più facile oggi che allora?

Y.V.: “Negli ultimi anni i proprietari di cani e gatti hanno iniziato a considerare sempre più i loro pet come membri della famiglia, desiderando e scegliendo il meglio per loro. I consumatori ricercano l'alimentazione migliore per i pet, in base alle loro esigenze nutrizionali, proprio come farebbero per sé. C'è molta più attenzione per la loro salute e benessere e per chi offre il massimo della qualità - come Wonderfood - significa relazionarsi con interlocutori più informati e consapevoli. Rispetto ad altri Paesi europei, in Italia abbiamo ancora qualche gap da colmare, ma stiamo andando nella giusta direzione”.

Z.: E in questi trent'anni, a quale evoluzione è andata incontro Wonderfood?

Y.V.: “Wonderfood ha subito un cambiamento nel proprio portafoglio prodotti, ma ha saputo mantenere i principi rigorosi di un altissimo livello di organizzazione e servizio che da sempre la contraddistinguono. Questa trasformazione ha ulteriormente innalzato la qualità della nostra offerta e ci ha permesso di mettere a disposizione dei nostri amici a quattro zampe tutta l'esperienza maturata in questi trent'anni. E oggi, nel segno della continuità, mio figlio Stefano ne porta avanti i valori e l'identità”.

Z.: Dove ritiene siano più visibili i segni di questo cambiamento?

Y.V.: “Sicuramente abbiamo potenziato l'ampiezza di gamma dei nostri prodotti, ulteriormente migliorato i servizi al trade e al consumatore finale, aggiornando e innovando costantemente la nostra offerta. Infine, già da qualche anno, abbiamo intrapreso un processo di internazionalizzazione che ci vede impegnati a promuovere il nostro brand anche all'estero”.

Z.: Wonderfood è arrivata a trattare alcuni dei brand di primaria importanza, per poi approdare a un proprio marchio, Oasy. Perché questo desiderio di autonomia?

Y.V.: “Negli anni abbiamo compreso che l'esperienza maturata poteva essere trasferita al trade e al consumatore finale per cercare di migliorare il benessere dei cani e dei gatti: Oasy è la sintesi di tutto ciò. Grazie alla costante attenzione per la nostra gestione aziendale, con il nostro brand Oasy garantiamo la massima qualità, senza però dimenticare il costo finale che deve essere congruo al prodotto offerto. E come noi possono essere sicuri tutti i nostri interlocutori, in primis i proprietari di cani e gatti. Il trade è il nostro punto di rife-

Oasy, world of love

It is not just a pet food brand. *Oasy* is a World of Love for cats and dogs, which offers a broad range of dry and wet food in several sizes and flavours, delicious treats and a selection of natural litter. In order to respect the nature of cats and dogs of all sizes and ages, brand new *Grain Free Formula* with plenty of fresh meat, recipes with carefully selected ingredients that support the health and well-being of pets.

Oasy range for dogs offers:

- *Dry Lifestage*, daily food that respect nutritional needs according to age, size and lifestyle;
- *Dry One Animal Protein*, complete range for sensitive pets with a single source of animal proteins and rice;
- *Pate Lifestage*, complete food developed according to flavour, age and specific needs;
- *Pate One Protein*, single-protein pate for dogs with food intolerances, intestinal and skin sensitivity;
- *Delicious Pate*, steam cooked; they ensure a complete meal with elevated digestibility, suited for dogs of all ages and sizes;
- *Natural Speciality*, natural food in soft-jelly, free from artificial preserving, colouring and flavouring agents.

Besides new *Grain Free Formula*, *Oasy* line for cats offers:

- *Dry Lifestage*, complete line with fresh meat as first ingredient and natural ingredients, for the needs of cats according to age, flavour and lifestyle;
- *Morsels with sauce*, complete wet food with soft texture, developed according to age, flavour and special needs;
- *Delicatesse*, complete wet food in two delicious versions: fine and palatable pates or soft and creamy soufflé;
- *Tasty Mousse*, complete meals with soft texture to ensure the product's palatability;
- *Delicious pates*, steam cooked. A delicious and digestible meal for cats of all ages;

● *Natural Speciality*, natural food in soft-jelly, free from artificial preserving, colouring and flavouring agents. They are available in pouches, cans and plenty of flavours;

● *More Love*, natural and first quality food without artificial colouring, flavouring and preserving agents, in three different sizes: cans, green cups and pouches.

Oasy also offers a broad range of natural treats, sticks, chewable bones and filled biscuits for cats and dogs.



rimento e per questo motivo cerchiamo di relazionarci al meglio: credo che Wonderfood contribuisca ogni giorno ad aumentare la professionalità e il valore del mercato del pet food. Con Oasy oggi offriamo un portafoglio prodotti completo e interessantissimo: alimenti naturali per cani e gatti, con tanta carne come ingrediente principale e con un rapporto qualità/prezzo imbattibile. La sfida continua ora con l'estero, dove Oasy punta a soddisfare le esigenze di un sempre maggior numero di gatti e cani”.

Z.: Sappiamo che ogni prodotto è il frutto di anni di studi e ricerche approfondite. Quale tipo di progettazione sta dietro ogni confezione di Oasy che arriva sullo scaffale del negozio?

Y.V.: “Gli alimenti Oasy sono progettati, sviluppati e controllati direttamente dalla nostra azienda. Lo sviluppo segue fondamentalmente il rigoroso criterio di “qualità al primo posto”. La vera sfida è quella di unire l'elevata qualità al miglior prezzo. E qui entra in gioco la nostra struttura che in questi trent'anni si è modellata per il contenimento dei costi e il continuo miglioramento del prodotto finale e del servizio al trade. Ci sono ottimi prodotti sul mercato che risultano però cari rispetto alla loro reale qualità, o viceversa con un buon valore ma che - secondo noi - non sono idonei al benessere dei nostri cari amici pelosi. Oasy offre oggi un'ampia gamma di prodotti per cani e gatti, sia secchi che umidi, oltre a una selezione di snack e lettiere naturali. Abbiamo appena lanciato *Oasy Grain Free Formula* dopo un lungo lavoro di ricerca e sviluppo durato quasi 3 anni. Siamo molto contenti del risultato perché cani e gatti potranno migliorare ulteriormente il loro benessere, e il trade aspettava questa grande novità!”.



Z.: In un mercato così complesso, quali sono i fattori chiave del successo di Wonderfood?

Y.V.: "Uno dei fattori chiave del nostro successo è senza dubbio la professionalità in termini di servizio al trade, ma anche nei confronti del consumatore finale con cui "dialoghiamo" attraverso attività di informazione digitale, campagne pubblicitarie e attività sul punto vendita. Wonderfood come distributore riveste un ruolo molto importante: è l'anello di congiunzione tra l'industria e il comparto retail. E in un mercato così complesso, essere un'azienda dinamica, sensibile ai mutamenti, che investe e si rinnova è certamente determinante per il successo".

Z.: In cosa possiamo identificare il valore aggiunto che offre al mercato per la vostra azienda?

Y.V.: "Per meglio operare e per tenere sotto costante controllo il "polso del mercato" Wonderfood ha sempre evitato di affidarsi a terzi per la distribuzione, la commercializzazione e la promozione dei suoi prodotti. Sin da subito è stata creata una strutturata rete di agenti di vendita, estremamente preparati da un punto di vista tecnico e commerciale, con l'obiettivo di avere una copertura capillare dell'intero territorio nazionale. Inoltre, grazie alla nostra flotta di proprietà, serviamo oltre 3.000 pet shop in Italia, in modo preciso e puntuale. Posso affermare con orgoglio che la nostra azienda è il partner ideale del pet shop, sa ascoltare le esigenze del trade, fornire risposte concrete e mettere in campo un'esperienza trentennale. In breve, la qualità dei prodotti unita alla qualità del servizio è indubbiamente il nostro valore aggiunto. Siamo un team di persone qualificate e di professionisti, ma appassionati di ciò che facciamo, e questo oggi fa sicuramente la differenza".

Z.: Il consumatore è oggi sempre più competente. Ma va semplicemente soddisfatto o anche educato?

Y.V.: "Il consumatore va sempre accompagnato nelle sue scelte di acquisto che sono spinte da tante variabili anche se oggi, rispetto a trent'anni fa, è indubbiamente più consapevole e preparato. Il mondo pet come fenomeno sociale è così evidente, basti considerare l'evoluzione in materia di animali domestici della normativa italiana negli ultimi 15 anni. La nostra missione è sempre stata l'educazione e la sensibilizzazione del consumatore che non va soddisfatto con una cultura solamente di consumo, ampiamente diffusa, ma anche valoriale. Su questo aspetto c'è ancora tanto da fare, ma Wonderfood come sempre farà la sua parte".

Z.: Verso quali mete evolve il settore del pet e quali sfide, in termini di innovazione, si prospettano all'orizzonte?

Y.V.: "Nel pet food assistiamo a una tendenza sempre maggiore di prodotti mutuati dall'alimentazione umana. Sono prodotti di fascia super premium che generano meno volumi, ma con più valore. Ma anche se il pet food è sicuramente un mercato in cui la variabile prezzo rimarrà, avvertiamo che la qualità sta progressivamente aumentando anche nelle fasce meno elevate. Siamo certi che Wonderfood saprà raccogliere anche questa sfida, rimanendo fedele ai suoi principi, guardando avanti sia in termini di innovazione di prodotto che di assortimento".

Z.: Questa tendenza che influenza potrà avere sui trend in atto nel canale specialist?

Y.V.: "Se la tendenza in atto è quella di riservare una maggiore attenzione al prodotto adatto alle esigenze dell'animale, ai suoi reali benefici e alle sue peculiari caratteristiche, credo che torneremo ad apprezzare maggiormente la professionalità e il servizio del negoziante tradizionale che può offrire un grande plus al consumatore che entra nel suo punto vendita: esperienza e passione. Lo stesso negoziante avvertirà quindi la necessità di trattare brand di qualità che proporrà in tutta fiducia alla propria clientela".

Z.: Per concludere, quali prospettive vede per Wonderfood nel futuro mercato del pet?

Y.V.: "Continuare ad operare in questo settore, così complicato ma anche affascinante, con la passione per gli animali e la dedizione dimostrata in questi anni sarà il nostro obiettivo. E siamo sicuri che il costante desiderio di migliorarci, di crescere e fare tesoro di un know-how acquisito in ben trent'anni di attività ci porteranno senza dubbio a raggiungere nuovi traguardi e ad affrontare nuove sfide in Italia e all'estero".

final customers to improve the well-being of cats and dogs. *Oasy* is the result. Thanks to the constant attention to company management, *Oasy* ensures the utmost quality without forgetting that the final price must be in line with the product offered. All our customers can be safe, starting from owners of cats and dogs. Trade is our point of reference and that is why we try to offer the best service. I believe that Wonderfood helps increase the professionalism and value of the pet food market day by day. *Oasy* offers a complete and interesting product portfolio: natural food for cats and dogs, with plenty of meat as main ingredient and an unrivalled quality/price ratio. The challenge goes on with foreign markets: *Oasy* aims at meeting the needs of an increasing number of cats and dogs".

Z.: We know that each product is the result of years of thorough studies and researches. What kind of planning lies behind each package of *Oasy* available in shops?

Y.V.: "Our company directly designs, develops and controls *Oasy* products. The development follows the "quality first" principle. The real challenge is to combine high-quality with the right price. Here comes our company: in 30 years it adapted to reduce costs and improve the final product and the trade service. The market offers excellent products that are expensive compared to their real quality; on the other side, there are products offering a good value that, in our opinion, are not suited for the well-being of pets. *Oasy* offers a broad range of products for cats and dogs, both dry and moist, besides a selection of treats and natural litter. We recently launched *Oasy Grain Free Formula* after three years of research and development. We are very happy with the result: cats and dogs will further improve their well-being and the trade was looking forward to this innovation!".

Z.: What is the key of Wonderfood success in such a complex market?

Y.V.: "One of our key factors is indeed the professional service for the trade and for final customers: we deal with final customers through digital information activities, advertising campaign and events in shops. As distributor, Wonderfood plays an important role: it is the link between industry and retail. In such a complex market, being a dynamic company investing, innovating and sensitive to changes is definitely fundamental for success".

Z.: What is the added value of your company for the pet sector?

Y.V.: "In order to keep a constant eye on the market situation, Wonderfood avoided to rely on third parties for distributing, selling and promoting its products. The company developed a network of skilled representatives in order to cover the whole country. Moreover, thanks to our own transport fleet, we supply over 3000 shops in Italy with punctual and precise deliveries. I can proudly say that our company is the ideal partner of pet shops. It is capable to listen to the needs of the trade sector, to provide concrete solutions and to offer a thirty-year experience. The quality of our products, combined to the quality of the service, is definitely our added value. Our team includes qualified and professional people, who work with passion. This definitely makes the difference".

Z.: Customers are increasingly informed. Do they need to be satisfied or do they also need to be educated?

Y.V.: "Customers must always be supported in their purchasing choices, which are affected by plenty of factors. Present customers are definitely more aware and informed than 30 years ago. The pet world as social phenomenon is evident, as proven by the evolution of Italian regulations on pets during the past 15 years. Our mission has always focused on educating and raising awareness on customers. They must not be satisfied by consumption culture only: they must also be provided with value culture. There is still much to do, but Wonderfood will play its part, as usual".

Z.: Where is the pet sector going to and what are the next challenges?

Y.V.: "The pet food sector is increasingly oriented towards human-grade nutrition. This results in super premium products that produce less volume and more value. The price variable will still remain; however, we believe that quality is increasing in lower price ranges as well.

We believe Wonderfood will accept the new challenge while remaining loyal to its principles. The company will look forward both as far as product innovation and product range are concerned".

Z.: How will the trend affect the current situation in the specialized channel?

Y.V.: "If the current trend is related to a higher attention paid to products suited to the pet's needs, to real beneficial effects and real features, I think that the professionalism and service of traditional retailers will gain more importance, since they offer something more to customers entering their shops: experience and passion. Retailers will feel the need to deal with quality brands, in order to safely suggest them to customers".

Z.: In your opinion, what are the future perspectives of Wonderfood in the pet market?

Y.V.: "Wonderfood will go on working in the pet sector, which is complicated yet fascinating, with the passion for pets and commitment we already proved in the past years. This is our goal. And we believe that the constant efforts towards improvement, growth and know-how acquired in thirty years will lead us to new goals and new challenges in Italy and abroad".

PetShine™



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

25 REFERENZE

17 PROFUMAZIONI

6 FORMATI



- SALVIETTE
- PANNOGUANTO
- DEODORANTI
- DETERGENTI

PORRINI
G R O U P

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

WWW.PORRINIGROUP.COM

pet app

FISCHIA... CHE RITORNA!

Ecco alcune applicazioni che riproducono ultrasuoni di diversa frequenza, da utilizzare nelle occasioni in cui è necessario richiamare il quattrozampe

Non avete fiato? Il cane corre libero per i prati e richiamarlo diventa complicato? Nessun problema! A fischiare ci pensa lo smartphone. Andando in giro per il web alla ricerca di app interessanti dedicate ai proprietari di animali da compagnia, si trovano diverse simpatiche applicazioni che si rivelano molto utili nei periodi delle passeggiate all'aria aperta insieme a Fido. Si tratta di app che simulano un fischiello silenzioso "a ultrasuoni" non percepibile all'orecchio umano ma perfettamente udibile dall'apparato del quattrozampe, un immancabile aiuto al quale nessun proprietario di cane può rinunciare: facilita l'addestramento e guida il comportamento dell'animale durante le passeggiate, ma anche nelle gare sportive e tutte le volte che si ha necessità di attirare la sua attenzione.

FISCHIETTI DIVERSI PER DIFFERENTI UTILIZZI

L'addestramento del cane può rivelarsi complicato e richiede un grande impegno. Inoltre non tutti i proprietari capiscono come comunicare con i loro amici pelosi in modo corretto. Fortunatamente oggi sono a disposizione molte app che imitano il fischio: il cane sarà più ubbidiente e il suo comportamento migliorerà nettamente.

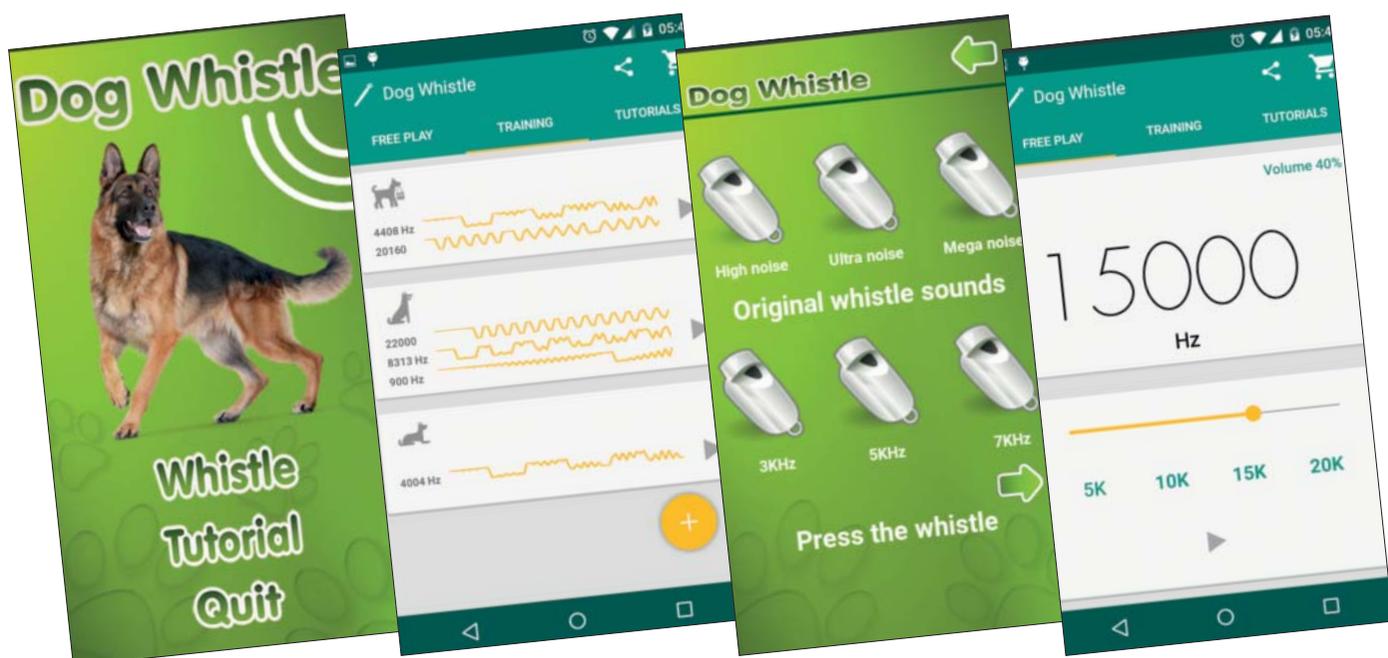
Particolarmente utile potrebbe risultare *Dog Whistler*, un'app il cui sistema consente di scegliere un numero di suoni diversi con frequenze differenti in un'oscillazione di 500 Hz, regolando il tono del fischiello e impostando bip brevi o lunghi. L'app permette inoltre di provare frequenze e suoni differenti e quindi di scoprire quali funzionano meglio per il proprio cane, arrivando a creare un fischio personalizzato che potrà essere riconosciuto dall'animale.

Simile a *Dog Whistler*, *Free Dog Whistle* è un'app che genera ultrasuoni a cui si può cambiare la frequenza; inoltre si può scegliere il volume o un determinato tipo di suono... e risulta utile anche per allontanare le zanzare!

Dog Whistle, *Free Dog Trainer!* risulta invece più adatta per insegnare al cane a non abbaiare inutilmente infastidendo i vicini. L'applicazione genera frequenze che vanno da 100 a 22.000 Hz. Ma attenzione a non abusarne! Occorre trovare la regolazione corretta con un livello del suono appropriato.

Dog Whistle, *Trainer 2017* è un'applicazione che include 12 diversi tipi di suoni. La sua interfaccia, piacevole da guardare, è immediata e permette di selezionare il tipo di suono con la diversa frequenza cliccando sul relativo fischiello. Si trovano anche suggerimenti su quale frequenza scegliere in base alla situazione. Ad esempio, se durante una passeggiata il cane vede un gatto e lo insegue, basta lanciare l'app con il suono appropriato per richiamarlo.

Vi sono piaciute? Se curiosate sul web sicuramente potrete trovare altre applicazioni simili da segnalare ai proprietari pet vostri clienti. Il web è sempre ricco di sorprese, basta scoprirle!



Consigli utili per il proprio pet



Non tutti ancora la conoscevano, dunque per alcuni è stata una novità, per altri un'occasione per approfondirne le caratteristiche. Stiamo parlando di *Zampotta TV*, il canale YouTube della nostra rivista presentato ufficialmente (anche se ormai in funzione dalla scorsa estate) in occasione di Zoomark International 2019. Come già sanno i nostri lettori, *Zampotta TV* pubblica video di approfondimento su tematiche inerenti la cura e la gestione degli animali da compagnia. Grazie anche a un team di consulenti ed esperti, facciamo delle ricerche per capire quali siano gli argomenti che riscontrano maggiore interesse e curiosità.

A SERVIZIO DEL MONDO PET

A Zoomark International l'apprezzamento è stato unanime, in particolare per la capacità di questi video di cogliere e approfondire vari aspetti che interessano sia il negoziante che il proprietario pet. È proprio questa la caratteristica principale, la capacità di avere un pubblico trasversale e andare incontro agli interessi sia degli appassionati di animali che dei professionisti. I primi infatti trovano consigli per migliorare la vita condivisa con il loro amico peloso, i secondi possono avere un ritorno legato al fatto che, grazie ai video, l'utente trova la soluzione a un problema specifico e viene indotto a cercare sul punto vendita proprio uno dei prodotti indicati e suggeriti.

In questo modo *Zampotta* si pone ancor più a servizio delle aziende e dei negozi specializzati perché si propone di comunicare direttamente con i proprietari pet, così da chiudere il cerchio favorendo quel rapporto che mancava, cioè fra i professionisti del settore (siano essi aziende o punti vendita) e i clienti finali, vale a dire i proprietari pet, guidandoli nell'utilizzo e nell'acquisto dei prodotti migliori per il benessere dei loro amici animali.

ANCHE IL NEGOZIO PUÒ COLLABORARE

Con cadenza periodica *Zampotta TV* continuerà a pubblicare un video di approfondimento curato da Cristina Mandaglio, il nostro Direttore Editoriale, che tratta i piccoli e i grandi problemi del vivere insieme per aiutare il proprietario pet a orientarsi nella scelta dei prodotti che possono rispondere realmente alle esigenze del suo animale. Il numero di visualizzazioni, ma

soprattutto il gradimento che il canale YouTube sta riscuotendo, confermano l'apprezzamento del pubblico che viene coinvolto anche direttamente, tramite l'apposito form www.domandeazampotta.it, a suggerire argomenti su cui vorrebbe ricevere consigli e approfondimenti.

Ma anche i negozianti hanno l'opportunità di intervenire per "costruire" insieme *Zampotta TV* proponendo temi che stanno a cuore a loro e ai loro clienti.



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



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

video marketing

di Paolo Grisendi



Paolo Grisendi
www.paologrisendi.com
info@paologrisendi.com

Ingegnere di formazione, appassionato di Web marketing, con l'esperienza acquisita ho capito che la forma di contenuti che porta maggiori risultati sono i video.

Ogni giorno lavoro con clienti partendo dalla definizione della strategia e degli strumenti necessari al suo raggiungimento e quindi la pianifico e la eseguo. Mi occupo inoltre della realizzazione materiale dei video. E una volta su YouTube li promuovo attraverso le conoscenze acquisite in oltre cinque anni di esperienza sulla piattaforma e con clienti provenienti dai più disparati settori, che aiuto anche per quanto riguarda l'aspetto dell'acquisizione di clienti attraverso il traffico a pagamento, sia su YouTube che su Adwords.

QUALITÀ O QUANTITÀ: QUAL È LA STRADA GIUSTA PER OTTENERE RISULTATI CON I VIDEO?



“Fai un video aziendale e sei a posto”. “No, fai due video al mese”. “No, devi farne uno a settimana”. E poi la migliore: “Fai un video al giorno”. Di sicuro se ti sei informato sul discorso video e hai sentito qualche opinione in merito sicuramente ti sarai imbattuto in opinioni a volte molto discordanti. Ci sono proprio i fronti estremi: le agenzie video che ti propongono un video aziendale ad alto budget e qualità e ti dicono che dopo sei a posto, e chi dice di fare un video al giorno. Non importa se ciò che hai da dire ogni giorno è utile o no, l'importante è che butti fuori qualcosa.

Ma quindi chi ha ragione? E come ci si deve orientare in questo mare di opinioni che provengono da fonti diverse soprattutto quando ai meno esperti sembra che tutti abbiano delle buone argomentazioni a riguardo? In questo articolo cerchiamo di fare un po' di chiarezza.

GLI ESTREMI

Analizziamo un po' più in dettaglio i due fronti estremi. Come dicevo, da un lato c'è chi propone video ad alto budget, con tanto di sceneggiatura, storyboard, cast, tecnici audio e luci, truccatori, montatori e tecnici per la post produzione. Ah, non dimentichiamo le riprese con il drone: se hai un capannone è un must. Giorni di riprese e montaggio e il risultato finale è un video che sembra uno spot televisivo.

Coinvolgendo così tante persone e prevedendo tutto questo lavoro è naturale che un prodotto del genere arrivi a costare in alcune situazioni anche decine di migliaia di euro. Chiunque prenda questa strada sa bene che non può realizzare decine di video di questo tipo. Quindi il risultato è che ne realizza un paio, o al massimo 4 o 5 e cerca di diffonderli il più possibile sui social. Alcune volte c'è chi cerca ancora il Santo Graal del video marketing: il famigerato video virale. Avendo speso così tanti soldi è normale cercare la maggiore esposizione possibile, per rientrare nell'investimento.

Al di là dell'effettivo ritorno di questo tipo di lavoro, che spesso viene portato avanti da grandi aziende, la realtà è che c'è un limite oltre il quale possiamo spingere questi video sponsorizzandoli su YouTube e Facebook. Dopo un po' le campagne si saturano e il video smette di girare.

Quindi o siamo rientrati in maniera spaventosa dall'investimento iniziale o, cosa più probabile, dovremo smettere e lasciar perdere con quest'idea dei video come fonte di lead generation.

Andando al lato opposto delle due fazioni c'è la filosofia del 'video al giorno'. Non importa cosa dici, come lo dici, con che strumenti: l'importante è buttare fuori qualcosa. Anche se quel giorno non hai argomenti interessanti. Anche se hai tempo di farlo solo in macchina e mentre guidi non solo rischi di fare incidenti, ma non si sente niente perché ti sei dimenticato di chiudere il finestrino e il vento rovina l'audio. Tu butta fuori e satura le piattaforme.

Di sicuro avrai visto questo tipo di video. L'idea alla base è: poco budget, produzione alla buona ma in una quantità enorme per far 'sparire' i competitor in termini di pubblicazione.

Quali sono i rischi di questo approccio? All'inizio può anche sembrare che tutto vada bene. Specialmente adesso che non c'è una gran competizione sui social: il primo professionista che satura a forza di video un argomento viene riconosciuto dal pubblico come l'esperto. Quindi sembrerebbe una buona idea.

Ma cosa succederà quando tra tre o cinque anni tutti si saranno messi a fare video, così come prima o dopo tutti hanno creato il proprio sito web? Succederà molto probabilmente quello che è successo appunto con questi ultimi: quelli che fanno trasparire la miglior qualità si prenderanno la maggior parte dei clienti, o quantomeno i migliori (a parità di altri fattori).

Adesso basta che comunichi ed essendo l'unico la gente non può che chiamare te. Fra qualche anno i video in macchina messi a confronto con video un po' più curati faranno apparire questi automobilisti/videomaker come dei dilettanti. Pensaci: che immagine trasmette una persona che non cura i dettagli di ciò che butta fuori? Trasmette il fatto che siccome non si prende cura delle proprie cose allora è quasi sicuro che non riuscirà a prendersi cura anche dei tuoi problemi.

Se sono disordinato e improvvisato nelle cose che faccio per me, come posso essere preciso e professionale quando seguo i clienti? Questa dissonanza arriva a chi guarda i video. Se non adesso che è ancora il wild west, arriverà quando tutti si metteranno davanti alla videocamera.

Discorso diverso per chi riesce a realizzare un video al giorno fatto bene. Ne conosco, ma sono rare eccezioni. Realizzare un buon prodotto, curato sia nell'aspetto dei contenuti che tecnico, richiede tempo e impegno. Spesso anche un paio d'ore al giorno. Personalmente conosco pochi professionisti che riescano a dedicare due ore al giorno extra per farsi un video. Già è difficile trovare un paio d'ore per curare il marketing a livello generale. Se poi questo deve comprendere anche i video allora le cose si complicano.

Per ricapitolare: le due scuole di pensiero agli estremi sono quelle del 'fai un video al giorno' e quella del 'fai un video aziendale ben fatto'. Chi promuove questa o quella scuola ti dirà che queste sono le armi che ti servono per battere la concorrenza. Per paragonarli quindi a strumenti bellici potremmo dire che il primo caso assomiglia a sparare con una mitragliatrice al buio, sperando che qualche colpo arrivi a destinazione, mentre il secondo assomiglia a una bomba atomica. Più costosa, più difficile da realizzare, quando esplose crea danni a livello altissimo ma per brevissimo tempo.

LA VIA INTERMEDIA

Per fortuna nella vita non esistono solo gli estremi. Per questo voglio parlarti di un terzo approccio, che personalmente uso su me stesso e sui miei clienti.

Per rimanere nella metafora bellica, potremmo definirlo l'approccio sniper, ossia da cecchino. Qual è il suo ruolo in battaglia? Posizionarsi dove può vedere bene la situazione, aspettare, prendere bene la mira e sparare solo quando ha una certezza quasi matematica di fare centro.

Questo è l'approccio che preferisco (per quanto riguarda i video!).

Riuscire a fare una ricerca PRIMA di fare il video ti permette di creare contenuti in maniera tale da essere più sicuro che chi andrà a vedere il video sarà effettivamente interessato a quegli argomenti. Quindi invece di parlare di 100 cose diverse sperando che una o due interessino davvero, parliamo di 3 o 4 argomenti che sappiamo con un ragionevole margine di errore essere di interesse nel nostro pubblico potenziale.

Fatto questo, facciamo il possibile per far sì che il video sia trovato, specialmente su YouTube. Un altro problema dell'approccio a mitragliatrice è che facendo un video al giorno poi non si ha il tempo materiale di ottimizzare il video una volta caricato. Perché ti ricordo che caricare un video non è sufficiente per far sì che le persone lo trovino. Dobbiamo anche assicurarci che tutti gli aspetti dell'ottimizzazione siano corretti. Te ne parlerò in dettaglio in un altro articolo.

Questo processo di analisi iniziale, produzione e ottimizzazione una volta che il video è caricato va ripetuto per ogni prodotto che buttiamo fuori.

Quali sono i vantaggi?

Il primo e più grande è sicuramente il fatto che è sostenibile nel lungo periodo. YouTube infatti, come le altre piattaforme, è una maratona e non uno sprint. Se vogliamo avere una presenza solida che ci porti dei contatti dobbiamo metterci in testa di lavorarci per un periodo di tempo medio lungo.

Quanto puoi resistere facendo un video al giorno? O facendone uno al mese spendendo 10.000 euro a volta?

Creando un giusto compromesso, in cui manteniamo la qualità buona e pubblichiamo un video a settimana possiamo giocare nel medio lungo periodo distruggendo qualsiasi tipo di concorrenza che utilizzi uno degli altri due approcci.

Spero con questo breve articolo di aver fatto un po' di chiarezza sul dilemma qualità o quantità e su quale sia l'approccio che ho visto funzionare nel medio lungo periodo, che ti ricordo essere l'unica chiave per avere successo sulle piattaforme e quindi l'unica modalità che abbia senso implementare.

Al prossimo articolo, ciao!





Trova negozio by Zampötta

È il servizio per te che sei un negoziante!

Zampötta, da sempre la rivista di riferimento per la tua attività, ti offre il nuovo servizio **TROVA NEGOZIO** attivo sul sito www.zampotta.it. Un servizio esclusivo, personalizzato e **GRATUITO** che mette in contatto diretto i suoi abbonati (proprietari di pet shop) e la loro clientela.

TROVA NEGOZIO è una mappa dinamica di tutto il territorio italiano collegata a **Google Maps** che permette a ogni consumatore di trovare il pet shop più vicino. Il cliente finale ha così la possibilità di individuarti più facilmente e avere tutte le informazioni relative al tuo negozio e ai prodotti disponibili.

Questo significa che tu negoziante:

- non avrai più problemi a farti trovare
- acquisirai nuovi clienti nella tua zona



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

Da oggi tantissimi vantaggi esclusivi per il tuo negozio:



PIÙ CLIENTI PIÙ VENDITE PIÙ SERVIZI

Vuoi sapere come raggiungere il pet shop a te più vicino?

Grazie a Trova Negozio, puoi trovarlo semplicemente cliccando sul tasto "LA MIA POSIZIONE".
Sullo schermo apparirà una mappa con i negozi disponibili e quello a te più vicino sarà evidenziato da un segnalibro rosso con la lettera A.

Se vuoi raggiungere uno dei pet shop presenti sulla mappa, ti basta cliccare sul nome del negozio presente nell'elenco a destra e premere sulla scritta gialla "Come arrivare".

Puoi cercare un negozio anche in base al suo nome, indirizzarlo o CAP, compilando gli appositi campi.

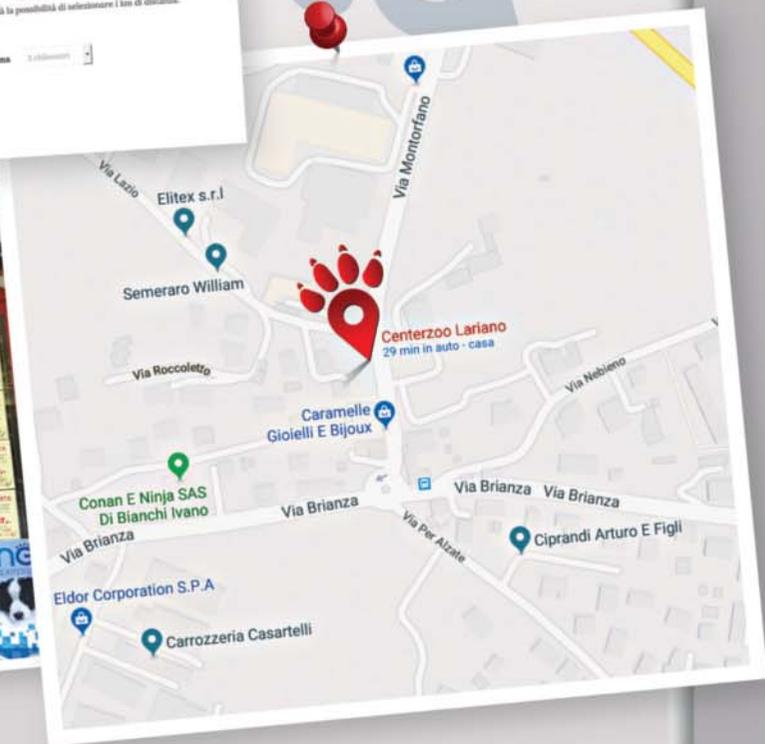
E se non ricordi precisamente il nome del pet shop, puoi scriverne solo una parte e verrà trovata in automatico la miglior corrispondenza.

È possibile aumentare o diminuire il raggio delle tue ricerche selezionandolo nella casella **Dist. massima**.

Inserisci l'indirizzo o CAP: oppure Digita nome negozio **Dist. massima**

Filtra per Marca

AGGIUNGI LA MIA POSIZIONE CERCA



team out

gestione del team e collaborazioni

di Matteo Novati



Matteo Novati
www.matteonovati.com
info@matteonovati.com

Trovare il lavoro adatto alle tue esigenze è davvero difficile? Avere dipendenti che facciano realmente gli interessi dell'azienda è una missione impossibile? Spesso il problema è nella mentalità e nel processo di selezione delle aziende e del personale. Da ormai 4 anni aiuta le persone a trovare il lavoro adatto alle loro necessità e assiste le aziende nel formare e incrementare le competenze e l'efficienza dei propri collaboratori.

LE 5 GRANDI CONTRADDIZIONI DELLA VENDITA

La guida riassuntiva che ogni dipendente addetto alla vendita dovrebbe leggere

Quando vuoi vendere, ti focalizzi troppo spesso sul risultato finale commettendo una serie di errori imperdonabili che limitano il tuo successo.

In questo articolo ti presenterò chiaramente quali sono e come evitarli.

La vendita è una scienza a tutti gli effetti ed è composta da una parte prettamente razionale e una più emotiva.

Spesso si affronta la vendita in modo sempre uguale, ovvero meccanicamente come un automa tendiamo ad ascoltare (a volte in realtà nemmeno tanto bene) l'esigenza principale del nostro cliente per poi soddisfare la sua richiesta ricalcando scelte che NOI venditori abbiamo già fatto in precedenza.

Nella mia esperienza ho raccolto alcuni episodi significativi che mi hanno fatto capire che la vendita non è solo il baratto di un prodotto per soldi e proprio per questo è importante non cadere in alcuni fatali errori.

1 - VENDERE SENZA VENDERE

Cosa avviene quando ricevi una chiamata da un call center a un orario in cui magari stai mangiando e capisci che ti stanno per vendere qualcosa?

Se hai risposto "Chiudo subito la chiamata", rientri nel 99,99% delle persone che odiano farsi imporre una vendita.

La resistenza nasce dal fatto che il cliente capisce che sei lì per vendere qualcosa, senza che ne senta realmente il bisogno e soprattutto senza essere sicuro che la persona che ha davanti sia sufficientemente competente e preparata.

La soluzione è riassunta nella tua capacità di comunicare che il tuo ruolo non è quello di vendere qualcosa a tutti i costi, al contrario, sei lì per aiutare il tuo cliente a raggiungere i suoi obiettivi professionali o personali.

2 - "PER OGNI GRANDE POTERE OCCORRONO GRANDI RESPONSABILITÀ" OVVVERO "PER OTTENERE GRANDI VENDITE OCCORRONO GRANDI CAPACITÀ"

Riprendendo una famosa frase tratta da uno dei più celebri film di eroi, la grande verità della vendita è dietro un costante allenamento. Spesso sin da subito si ambisce a voler raggiungere i successi delle persone accanto a te, magari tentando vendite di grande valore o entità senza mai però valutare con criterio se si hanno le giuste competenze.

Cercare di fare "grandi vendite" comporta anche una serie di complicazioni e di conseguenze che spesso non vengono calcolate durante la trattativa.

Allenati vendendo tante piccole cose e lavorando su trattative semplici, questo ti permetterà di sviluppare grandi capacità in termini di risolvere i problemi dei tuoi clienti e ti preparerà a essere sufficientemente pronto nel momento in cui dovrai prendere decisioni più complesse e delicate.

3 - SEMPLIFICA LA VENDITA

Uno dei peggiori errori è cercare di mostrare tutte le proprie competenze (ne abbiamo parlato anche negli articoli precedenti), il rischio è di voler apparire competente senza riuscire però a vendere. Spesso la trattativa di vendita salta perché si confonde il cliente o gli si fa capire che avrà sempre modo di pensarci.





HOME DESIGN



pet beds and cushions

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

Bio Libro: vuoi sapere come riconoscere i migliori talenti da inserire nella tua azienda?

Un problema comune a molte aziende è quello di dover delegare la scelta dei propri collaboratori a società terze, oppure di doverli valutare solo alla luce del loro recente passato professionale, leggendone il curriculum.

Il risultato?

Ci si ritrova spesso con dipendenti demotivati, non idonei a lavorare in gruppo, con scarse capacità di risolvere i problemi e incapaci di crescere professionalmente.

Come trovare il lavoro dei tuoi sogni è una guida pratica che ti permette di riconoscere quali ostacoli impediscono la crescita di un collaboratore e di comprendere quali sono le competenze attualmente più ricercate per poter far crescere la tua azienda.

Troverai anche una raccolta di casi studio reali di candidati e aziende per capire esattamente come dovresti organizzare da subito la selezione del personale nella tua azienda.

Vuoi saperne di più? Vai sul sito www.matteonovati.com nella sezione "libro" e acquista subito la tua copia.



Nel 90% dei casi in cui un tuo cliente ti sta dicendo "ci devo pensare ma mi hai chiarito le idee" sta dicendo che non comprerà perché probabilmente è molto più confuso di quando è entrato per comprare.

Riduci le possibilità di scelta a due (massimo 3) opzioni, lasciando la più "idonea" per ultima.

Crea scarsità facendo comprendere la necessità di dover acquistare in quel preciso momento (esempio: sta finendo in magazzino e non sarà disponibile più a questo prezzo).

Parla in maniera semplice evitando tecnicismi.



4 - ADEGUA IL TEMPO DELLA VENDITA VERSO IL TUO CLIENTE

I clienti non sono mai sempre uguali. Ci sono clienti che hanno la necessità di comprare velocemente e richiedono una soluzione rapida al loro problema, essere preparati sull'argomento e fare domande giuste aiuta a chiudere velocemente la vendita.

Altre volte accade che ci siano clienti che preferiscono valutare ed essere maggiormente sicuri delle loro scelte o che più semplicemente sono alla ricerca di qualcuno che presti loro attenzione prima di proporre loro qualcosa da comprare. Con questo tipo di cliente non possiamo accelerare la vendita come nel caso precedente. Paradossalmente il modo migliore per velocizzare le scelte del cliente è fargli capire che abbiamo tutto il tempo da dedicargli, altrimenti

la percezione che avranno sarà quella che a tutti i costi stai cercando di rifilargli qualcosa che non sa nemmeno se potrà servirgli. Quindi? Guida il cliente aiutandolo a fare le decisioni giuste, senza apparire troppo frettoloso e superficiale.

5 - PER MIGLIORARE CONTINUAMENTE DEVI COMMITTERE ERRORI

La paura di sbagliare è il peggior nemico in assoluto, ci rende "prigionieri" e impedisce la crescita professionale.

Molto spesso accade che di fronte a un preventivo, un'offerta, una proposta commerciale, perdiamo un sacco di tempo nel preparare il materiale pensando che le finezze lo possano rendere perfetto.

Nella vendita non ci sono fallimenti, devi pensare a ogni trattativa come un'opportunità per affinare le tue competenze, imparare, sperimentare e quindi crescere.

Queste 5 regole che ti ho appena spiegato sono veri e propri paradossi della vendita che ad oggi se applicati con ripetitività e costanza ti permettono di fare la differenza.

Le persone che comprano nei negozi anziché online, lo fanno perché desiderano avere un contatto reale con una persona autentica, per questo una regola non scritta ma fondamentale rimane quella di ricordarsi di apparire sempre come sé stessi, di non essere troppo impostati e automatizzati perché ricorda che il vero valore aggiunto della vendita SEI PROPRIO TU!

Al prossimo articolo, buon lavoro.

Pronature[®]

Holistic



MADE IN
FAIT AU CANADA

FAMILY-OWNED | ENTREPRISE FAMILIALE

Simply
Natural!



Solo il meglio che la natura può offrirgli!



Pronature Holistic è una linea di alimenti per cani e gatti completamente naturale sviluppata seguendo i principi dell'alimentazione olistica e biologica. Carni di qualità come primo ingrediente ed elementi nutraceutici a supporto dei fabbisogni nutrizionali specifici dell'animale garantiscono un'ottima digeribilità e un'assimilazione completa di tutti gli elementi nutritivi necessari al completo benessere del vostro migliore amico.

Pronature Holistic non contiene sottoprodotti né additivi chimici o artificiali.

NEI MIGLIORI NEGOZI SPECIALIZZATI

distributore esclusivo

www.pro-nature.it

DISEGNAGROUP

www.petschoice.it - info@disegnagroup.it - Tel. 0424 471424

**PETS
CHOICE**

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

UNA LINEA VINCENTE

ALIMENTI DEDICATI AI CANI
PREDISPOSTI A INTOLLERANZE E ALLERGIE

La linea 1st Choice annovera prodotti sia per cani che per gatti. La gamma di alimenti dedicata ai cani si caratterizza in particolare per le formule *Sensitive Skin & Coat*, formulati sia per prevenire che per combattere le frequenti problematiche cutanee che insorgono in alcune tipologie di quattrozampe.

INGREDIENTI PREZIOSI

L'utilizzo di fonti proteiche potenzialmente ipoallergeniche come agnello e pesce, e di carboidrati altamente digeribili come riso integrale e patata, limita efficacemente il rischio di sviluppare patologie epidermiche.



L'integrazione ottimale degli acidi grassi essenziali omega 6 e 9 (grassi di pollo e lecitina) e omega 3 (olio di aringa e semi di lino interi) favorisce il benessere della cute con benefici immediati sulla lucentezza e la consistenza del pelo.

Le formule 1st Choice *Sensitive Skin & Coat* contengono inoltre L-cistina, un aminoacido che stimola la formazione del pelo conferendone resistenza, con notevoli effetti sulla riduzione della muta.

La salute osteoarticolare dei cani di tutte le taglie viene assicurata dall'integrazione di glucosammina e condroitina estratte da fonti naturali come il cetriolo di mare, i mitili verdi neozelandesi, gamberetti e gusci di granchio mentre per garantire un transito intestinale ottimale l'utilizzo di prebiotici naturali come l'estratto di cicoria, la polpa di barbabietola e gli estratti di lievito favorisce lo sviluppo della flora batterica intestinale sana con effetti benefici sul sistema immunitario. Gli estratti di yucca schidigera riducono gli odori fecali e urinari agendo sulla produzione di ammonio mentre gli estratti di zenzero aiutano ad attenuare la nausea e la formazione di gas intestinali.



LA SALUTE DEI DENTI

Dental Care System - gli estratti di tè verde contenuti nelle formule *1st Choice* aiutano a controllare ed eliminare i batteri orali dannosi e quindi a favorire un alito più fresco e una salute generale migliore. L'integrazione di vitamina C in forma iper-solubile diminuisce i livelli di pH, cosa che acidifica l'ambiente orale riducendo i batteri responsabili di tartaro e alito cattivo. Inoltre l'aggiunta di cellulosa, un elemento che rimuove il tartaro, favorisce la pulizia di denti e gengive.

DA CUCCIOLI A SENIOR

1st Choice Sensitive Skin & Coat segue l'amico quattrozampe in tutte le fasi della sua vita:

- *1st Choice Puppy Sensitive Skin & Coat* assicura tutti gli elementi nutritivi necessari durante la crescita e aiuta a prevenire certe patologie cutanee ricorrenti in alcune razze. È formulato per assicurare una transizione armonica al cibo solido dopo l'allattamento, con una crocchetta progettata specificamente per adattarsi alla struttura dentale e alle capacità masticatorie dei cuccioli;
- *1st Choice Adult Sensitive Skin & Coat* è il mantenimento ideale per cani adulti con sensibilità cutanea. La sua formula nutrizionalmente bilanciata e molto appetibile favorisce una cute sana e un manto lucente;
- *1st Choice Senior Sensitive Skin & Coat* offre una formula ricca di glucosamina, condroitina e collagene per favorire la salute osteoarticolare e la crescita cartilaginea, un beneficio fondamentale per prevenire possibili patologie reumatiche e per i cani sofferenti di artrite.



ANCHE PER TAGLIE MINI

Per le esigenze dei cani di taglia piccola la formula *Sensitive Skin & Coat* è disponibile nel formato *Toy & Small Breeds* con una crocchetta più piccola concepita per favorire la masticazione dei cani mini nel rispetto della loro conformazione orale.

- *1st Choice Adult Sensitive Skin & Coat Toy & Small Breeds*;
- *1st Choice Puppy Sensitive Skin & Coat Toy & Small Breeds*.



DOGS

A WINNING LINE

Foods for dogs prone to intolerances and allergies

The *1st Choice* range includes products for dogs and cats. *Sensitive Skin & Coat* is part of the dog range, and aims at preventing and counteracting the skin problems suffered by some dogs.

PRECIOUS INGREDIENTS

Using potentially hypoallergenic sources of protein such as lamb and fish, as well as digestible carbohydrates such as brown rice and potatoes, limits the risk of skin disorders effectively.

Omega 6 and 9 fatty acids supplement (chicken fats and lecithin) and omega 3 (herring oil and whole flaxseeds) supports skin wellbeing providing immediate effect on gloss and body of the fur.

The *1st Choice Sensitive Skin & Coat* formulae contain L-cystine, an amino acid able to stimulate fur formation giving it strength and reducing moult.

Joint health in dogs of any size is ensured by glucosamine and chondroitin from natural sources such as sea cucumbers, green lipped mussels, shrimps and crab shell, whilst optimal intestinal transit is promoted by natural prebiotics such as chicory extract, beetroot pulp and yeast extract that support growth of beneficial intestinal flora with beneficial effects on the immune system. Yucca schidigera extract reduces stool and urinary odour by acting on the production of ammonia, whilst ginger extract reduces nausea and prevents formation of intestinal gas.

ORAL HEALTH

Dental Care System - green tea extracts in *1st Choice* formulae help controlling and eliminating harmful oral bacteria giving fresher breath and generally improving health. The vitamin C supplement is hyper-soluble and reduces pH levels, acidifying the oral environment and reducing bacteria responsible for tartar and bad breath. Besides removing calculus, cellulose improves cleaning of teeth and gum.

FROM PUPPY TO SENIOR

1st Choice Sensitive Skin & Coat accompanies our furry friends throughout their lives:

- *1st Choice Puppy Sensitive Skin & Coat* provides all the nutrients necessary to growth and helps prevent certain skin disorders recurrent in some breed. Formulated to ensure harmonic transition to solid food after weaning, with a kibble specifically designed to suit the mouth and chewing ability of puppies;
- *1st Choice Adult Sensitive Skin & Coat* provides the ideal maintenance diet for sensitive adult dogs. Its nutritionally balanced formula is very tasty and supports healthy skin and shiny coat;
- *1st Choice Senior Sensitive Skin & Coat* formula is loaded with glucosamine, chondroitin and collagen to support joint health and cartilage growth, a crucial benefit to prevent eventual rheumatic disorders and for dogs suffering from arthritis.

ALSO FOR MINI BREEDS

Sensitive Skin & Coat meets the needs of mini breeds with *Toy & Small Breeds* with smaller kibbles designed to support chewing of mini dogs and to suit their smaller mouths.

- *1st Choice Adult Sensitive Skin & Coat Toy & Small Breeds*;
 - *1st Choice Puppy Sensitive Skin & Coat Toy & Small Breeds*.
- 1st Choice* foods are made in Canada by PLB International, a family brand at the forefront in the manufacturing of quality foods for dogs and cats. *1st Choice* is distributed in Italy by Disegna Group owned by Domenico Lunardon.



Gli alimenti *1st Choice* sono prodotti in Canada da PLB International, azienda a conduzione familiare all'avanguardia nell'industria della produzione di alimenti di alta qualità per cani e gatti. Il brand *1st Choice* è distribuito in Italia da Disegna Group di Lunardon Domenico. (A.S.)

ARTIGIANALITÀ ITALIANA, ECCELLENZA MONDIALE

DUE NUOVE ESCLUSIVE LINEE COMFORT PER I CLIENTI DEI PET SHOP
NELLA COLLEZIONE PRIMAVERA-ESTATE 2019

In un mercato sempre più dinamico e competitivo come quello degli accessori pet, buona parte della differenza viene fatta dai dettagli e dalla capacità di proporre costantemente novità in grado di catturare l'attenzione e il gradimento dei clienti.

La scelta 100% made in Italy che Camon ha intrapreso da diversi anni per le proprie linee comfort consente di progettare e realizzare prodotti di alta qualità, sempre al passo con le tendenze in fatto di moda e design, controllando tutte le fasi produttive per dare risalto all'artigianalità italiana, un'eccellenza riconosciuta a livello mondiale.

Ecco le novità comfort che Camon propone per la primavera-estate 2019: cuccie, coperte, cuscini e altri accessori pensati da un lato per il relax dell'animale da compagnia, dall'altro per integrarsi perfettamente e risaltare nell'arredo degli ambienti domestici.

FANTASIA FLOREALE PER LA VETRINA ESTIVA

Il modo migliore per entrare nei mesi più caldi dell'anno è sicuramente quello di dare un tocco di colore e vivacità alle vetrine dei pet shop: proprio a questo scopo Camon ha realizzato la linea *Daisy*, composta da 3 cuccie ovali, 3 cuccie rettangolari, un pouf rotondo sfo-derabile, un set di cuscini ovali e una graziosa casetta pieghevole, tutti caratterizzati da una delicata fantasia floreale e da altri dettagli funzionali come il fondo antiscivolo presente in numerosi prodotti, ottimale per garantirne la stabilità durante l'uso.

La qualità del rivestimento in tessuto policotone e la comodità garantita dalle imbottiture sono le caratteristiche salienti di questi modelli, che sanno coniugare la bellezza estetica con la resistenza e la durata nel tempo.



SCELTA ECO-FRIENDLY ANCHE NEL COMFORT

L'altra grande novità che caratterizza questa collezione è la nuova linea *Recycled*, che si distingue per essere il frutto di una decisa scelta eco-friendly. Il rivestimento delle cuccie rettangolari e dei cuscini, infatti, è realizzato direttamente dal riciclo di bottiglie di plastica che, dopo un'attenta selezione e lavorazione, danno origine a un filato di poliestere riciclato che ne diventa la copertura esterna.

Questa linea, caratterizzata inoltre da un design allo stesso tempo minimal e di grande impatto, si adatta perfettamente sia a contesti più classici che a spazi casalinghi più moderni e conferma, una volta di più, l'attenzione che il brand destina alla sostenibilità. Camon è



da sempre molto attenta all'ambiente con scelte concrete e quotidiane, a partire dall'ottimizzazione dei consumi energetici aziendali e dall'utilizzo di tecnologie ecosostenibili per la produzione dell'energia.

Da oggi, grazie alla nuova linea *Recycled*, viene fatto un ulteriore passo in questa direzione.

UN LAVORO CREATIVO SENZA FINE

Oltre a queste due linee principali non mancano altre collezioni che ampliano ulteriormente la scelta del pet shop e del proprietario pet: nuovi set di cuccie ovali e di cuscini, una nuova linea di materassini sfoderabili e un grazioso cuscino in jacquard che, per la sua forma, rappresenta l'ideale rifugio per il gatto.



CONQUISTATI DAL COMFORT E DALLO STILE

Il comfort Camon è, come sempre, pensato principalmente per rispondere alle esigenze di comodità dei nostri amici animali, che si lasciano conquistare dalla morbidezza delle imbottiture. Ma si tratta di un comfort attento alle evoluzioni dello stile, per conquistare anche i consumatori particolarmente inclini a selezionare prodotti che si spino al meglio con gli spazi della propria casa. (A.S.)

DOGS

ITALIAN CRAFTSMANSHIP, WORLDWIDE EXCELLENCE

Two new exclusive comfort lines for pet shop customers in the 2019 spring-summer collection

In such a dynamic and competitive market as that of accessories for pets, details make most of the difference, together with the ability to provide new products able to catch customers attention and favour. Camon choice to go 100% made in Italy for its comfort line allows them to design and create top quality trendy products while being able to monitor the whole manufacturing process and therefore highlighting the Italian craftsmanship renowned worldwide.

Following are Camon news in the comfort line for spring-summer 2019: kennels, blankets, pillows and other accessories designed for the relax of the pet and to blend in with its owner's decor.

FLORAL PATTERN FOR THE SUMMER

The best way to welcome the summer months is to bring colour and vitality to pet shop window displays with Camon *Daisy* line, with three oval kennels, three rectangular ones, a washable round shaped footstool, a set of oval pillows and a cute foldable house-kennel, all with a lovely floral pattern and with functional details such as the anti-slip bottom found in many products and ideal to ensure stability during use. Covered in quality polycotton fabric and comfortable thanks to its padding, two details that combine look and durability.

ECO-FRIENDLY CHOICE EVEN FOR COMFORT

A great novelty in this collection is the new *Recycled* line, that underlines the brand eco-friendly choice. The fabric used to cover the rectangular kennels and pillows is made with recycled plastic bottles, carefully selected and manufactured to create a recycled polyester yarn that becomes the cover.

With its minimal but striking design, this line will look stunning both in traditional or modern homes. Camon cares for the environment and makes daily tangible choices to protect it, for example by optimizing the company energy efficiency and by using sustainable technology to produce energy.

With the new *Recycled* line the brand is making a further step in this direction.

A NEVER ENDING CREATIVE JOB

There are other lines besides these two main ones, thus providing pet shops and owners with a broad choice: new sets of oval kennels and pillows, a new line of mats with removable covers, and a cute pillow shaped so to become cats favourite spot.

CHARMED COMFORT AND STYLE

Camon designs ensure the comfort of our pets that become quickly fond of their soft padding. But it's a comfort that keeps an eye on trends and styles, able to win over even those customers looking for something that will match the style of their home.



Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

L'UNIONE TRA NATURA E SCIENZA

UNA COMBINAZIONE UNICA DI INGREDIENTI FUNZIONALI
DI ORIGINE NATURALE PER SODDISFARE LE ESIGENZE DEL GATTO
IN BASE ALLA SUA ETÀ E AI SUOI BISOGNI SPECIFICI

Il segmento dell'alimentazione naturale sta assumendo un ruolo sempre più importante all'interno del mercato del petfood, rispecchiando un trend ormai già radicato nell'alimentazione umana. Con oltre 25 anni di esperienza alle proprie spalle, *Natural Trainer* mette a disposizione ancora una volta le proprie conoscenze e ricerche in ambito di nutrizione, per presentarci la sua nuova linea dedicata al gatto. Grazie alla combinazione unica di ingredienti specifici di origine naturale, è pensata per offrire benefici alla salute dell'animale in base alla sua età e sempre nel rispetto del suo equilibrio naturale, rappresentando l'unione tra natura e scienza.

 **CON INGREDIENTI SPECIFICI
DI ORIGINE NATURALE**

MIRTILLO ROSSO PER LA SALUTE DELLE VIE URINARIE

Come per ogni essere vivente, la salute del gatto parte da una buona alimentazione: nutrirsi significa prendersi cura di sé, ovvero assumere gli alimenti che, in base alle nostre condizioni, possono darci quei nutrienti di cui abbiamo bisogno per migliorare il nostro benessere giorno dopo giorno.

Natural Trainer offre ai proprietari pet una nutrizione in grado di garantire il perfetto equilibrio dell'organismo del loro amico a quattro zampe, con un

valore aggiunto, dato dall'inclusione di ingredienti specifici di origine naturale che aiutano a prendersi cura in modo naturale della salute dell'animale per farlo star bene oggi e per garantirgli un futuro in salute, apportando all'organismo la quantità adeguata a generare un reale beneficio.

La nuova gamma *Natural Trainer* si compone di due linee principali: la linea Mantenimento (con ingredienti funzionali per ogni età) e la linea Specialità (con ingredienti funzionali per ogni esigenza). Le ricette di entrambe le linee hanno come ingredien-

te trasversale l'estratto 100% naturale di mirtillo rosso che, insieme a livelli controllati di minerali e il controllo del pH urinario, aiutano il corretto funzionamento delle vie urinarie, uno dei punti più delicati per l'equilibrio del benessere del gatto.

Tutti gli alimenti sono made in Italy, contengono proteine animali di alta qualità e sono privi di coloranti, conservanti o zuccheri aggiunti.

L'ETÀ: UN FATTORE IMPORTANTE

La linea Mantenimento è indicata per la nutrizione quotidiana con alimenti specifici in base all'età del gatto, arricchiti con ingredienti funzionali che aiutano a prendersi cura in modo naturale della sua salute, presenti, oltre al mirtillo rosso, in tutti i prodotti.

Per lo svezzamento e la crescita, *Kitten con Pollo* o *con Salmone* (da 1 a 6 mesi) e *Young con Pollo* (da 7 a 12 mesi) hanno come ingrediente funzionale specifico i nucleotidi estratti dal lievito. I gattini per loro natura sono più delicati perché hanno un apparato digerente e un sistema immunitario non ancora del tutto sviluppati ed efficienti. I nucleotidi ottenuti dagli estratti di lievito aiutano a rinforzare le naturali difese per favorire una crescita equilibrata e protetta.



SENZA WITHOUT:

COLORANTI COLOURANTS

CONSERVANTI PRESERVATIVES

ZUCCHERI AGGIUNTI ADDED SUGARS



Natural TRAINER

LA NATURA È NELLE NOSTRE ORIGINI

• BENEFICI PER OGNI ETÀ

• RICETTE ADATTATE
A ESIGENZE SPECIFICHE

• CON ESTRATTO 100% NATURALE
DI MIRTILLO ROSSO

CON INGREDIENTI SPECIFICI
DI ORIGINE NATURALE



I nostri prodotti sono fatti in Italia con una combinazione unica di ingredienti di origine naturale, per apportare benefici funzionali specifici per il tuo gatto. Utilizziamo solo proteine animali di alta qualità, senza conservanti, coloranti o zuccheri aggiunti.

SCEGLI IL PIÙ ADATTO PER IL TUO GATTO.



I gatti adulti, a partire da un anno di età, richiedono spesso un supporto per mantenere salute e benessere. Nella formula Adult - nei gusti con Pollo, con Tonno, con Manzo - gli ingredienti funzionali presenti sono cicoria e polpa di barbabietola, che favoriscono la funzionalità intestinale aiutando il nutrimento e il corretto equilibrio del microbiota intestinale. Per i gatti a partire dai 7 anni, non più giovani, che tendono ad avere problemi articolari e una crescente difficoltà di movimento, la varietà Mature con Pollo è integrata con cozza verde che, insieme con gli acidi grassi essenziali omega-3, aiuta a sostenere le articolazioni.



LO STILE DI VITA
È importante nutrire il gatto con ricette che tengano conto del suo particolare stile di vita: se ha il pelo lungo, se è sedentario, se è intero o sterilizzato... La linea Specialità tiene in considerazione le specifiche esigenze legate a questi aspetti, con ingredienti funzionali che si accompagnano al mirtillo rosso, presente in tutta la gamma. La principale novità è il nuovo *Natural Trainer Urinary*, formulato in modo specifico per aiutare a controllare il pH urinario. La sua formula - adattata con un ottimo equilibrio di minerali e ingredienti ricchi dell'amminoacido metionina, come i semi di lino e le uova - aiuta a promuovere un valore ottimale di pH urinario.



Per il gatto sterilizzato la gamma propone invece tre varietà *Sterilised* - con *Carni Bianche*, con *Salmone* e con *Prosciutto Crudo* - integrate con fibra di pisello che aiuta a ridurre gli effetti della sterilizzazione sul peso.

Soddisfare i palati un po' più esigenti non sempre è facile, ecco quindi che *Exigent*, nei tre gusti con *Carni Bianche*, con *Manzo*, con *Pesce Azzurro*, propone una ricetta più gustosa che migliora il sapore delle crocchette, rendendolo ancora più appetitoso.



Per i gatti che tendono ad accumulare peso *Natural Trainer* ha formulato *Ideal Weight con Carni Bianche*, includendo come ingrediente funzionale l'estratto di foglie di fico d'India.

Hairball con Pollo aiuta invece a ridurre la formazione di boli di pelo grazie a una miscela di fibre, fra cui la fibra di avena, mentre in *Sensitive con Anatra*, la funzionalità digestiva viene favorita dall'estratto di ananas, insieme ai prebiotici e alla proteina facilmente digeribile.

Tutti i prodotti Mantenimento e Specialità della gamma *Natural Trainer* sono disponibili in diversi formati. (E.P.)



CATS

COMBINATION OF NATURE AND SCIENCE

A unique combination of functional ingredients of natural origin to meet the needs of cats according to age and specific needs

The segment of natural nutrition is becoming increasingly important within the market of pet food, reflecting a well-established trend in human nutrition. With over 25 years of experience, *Natural Trainer* relies on its skills and researches in nutrition to present the new line for cats. Thanks to the unique combination of specific ingredients of natural origin, it provides pets with beneficial effects according to age and in compliance with the pet's natural balance: it is the combination of nature and science.

CRANBERRY FOR THE HEALTH OF THE URINARY TRACT

Just like all living beings, the health of cats starts with the correct diet: it means to take care of oneself and ingesting the ingredients capable to improve our well-being day by day, according to our conditions.

Natural Trainer provides pet owners with products capable to ensure the perfect balance of their pet's organism, with an added value. Specific ingredients of natural origin help taking care of the pet's health naturally: they ensure the pet's present and future health by providing the adequate quantities to ensure real benefit. The new *Natural Trainer* range features two main lines: Maintenance (with functional ingredients for each breed) and Speciality (with functional ingredients for every need). The recipes of both lines feature 100% natural extract of cranberry: together with controlled levels of minerals and the control of the urinary pH, they ensure the correct health of the urinary tract, one of the most delicate areas for the well-being of the urinary tract. All products are made in Italy and contain high-quality animal proteins. Moreover, they are free from added colouring, preserving agents or sugar.

AGE: AN IMPORTANT FACTOR

Maintenance line is suited for the daily nutrition with specific food according to the age of cats. They are supplemented with functional ingredients that take care of the pet's health naturally, besides cranberry. *Kitten with Chicken* or *with Salmon* (1-6 months) and *Young with Chicken* (7-12 months) are suited for weaning and growth. They contain yeast nucleotides as functional ingredients. Kittens are naturally more delicate, since their digestive and immune system are not yet fully developed and effective. Nucleotides from yeast extracts help strengthen the natural defences to support a balanced and protected growth.

Adult cats over a year often require support to preserve health and well-being. *Adult formula with Chicken, with Tuna, with Beef* contains chicory and beetroot pulp as functional ingredients. They support intestinal functionality, as well as nourishment and the correct balance of the intestinal microbiota.

For cats over 7 years, who tend to suffer from articular ailments and with growing movement problems, *Mature with Chicken* formula is supplemented with green-lipped mussel: along with essential fatty acids omega 3, it helps support articulations.

LIFE STYLE

It is important to provide cats with recipes respectful of the pet's life style: long hair, sedentary, neutered... Speciality line pays attention to specific needs related to such features, with functional ingredients besides cranberry.

Natural Trainer Urinary is the newest product. It is specifically developed to help control the urinary pH. Its formula features an excellent balance of minerals and ingredients rich in methionine, such as linseed and eggs. It helps support the optimal urinary pH.

For neutered cats there are three flavours: *Sterilised with White Meat, with Salmon* and *with Ham*. They are supplemented with bean fibre, which helps reduce the effect of neutering on weight.

Meeting demanding pets is not always easy. *Exigent with White Meat, with Beef, with Blue Fish* offers a tastier recipe that improves the flavour of kibbles and makes them more palatable.

For cats subject to overweight *Natural Trainer* developed *Ideal Weight with White Meat*, including prickly pear leaves extract as functional ingredient.

Hairball with Chicken helps reduce the formation of hairballs thanks to a mix of fibres, including oat fibre. *Sensitive with Duck* support digestive functionality with pineapple extract, prebiotics and digestible proteins. All Maintenance and Speciality products by *Natural Trainer* are available in different sizes.

UNA MEDAGLIETTA È... PER SEMPRE

QUATTROZAMPE SEMPRE ALLA MODA, BELLISSIMI E PROTETTI



L'importanza di dotare il proprio quattrozampe di una medaglietta è universalmente riconosciuta: basta davvero un attimo di distrazione per smarrire il nostro migliore amico e, anche senza attendere la lettura del microchip, chi lo ritrova può contattarci attraverso i contatti incisi su questo piccolo bijou.

Eppure non tutti gli amici di zampa ne hanno una, ecco perché è importante che il pet shop ne proponga l'acquisto a chi possiede un animale da compagnia.

UNA SCELTA DI STILE

MyFamily è l'azienda italiana che ha innovato il settore delle medagliette trasformando un semplice oggetto di utilità in un veicolo di pura emozione, stile e bellezza: acquistare una medaglietta significa sì proteggere il proprio cane o gatto ma allo stesso tempo anche regalare loro un oggetto prezioso, che li rende ancor più parte della famiglia.

Per facilitare la modalità d'incisione e la personalizzazione istantanea di



LINEA EL PASO



LINEA
TUCSON

LINEA
FRIENDS



Border collie



Australian

CATS & DOGS

A TAG IS... FOREVER

Always fashionable and protected

It is a truth universally acknowledged that getting a tag for your pet is very important: the slightest distraction is enough to lose your best friend, but if anyone finds it they can contact the owner by simply reading the contact numbers on his tag, without having to go to a vet to read the chip. Nonetheless not all pets wear a tag, that's why pet retailers should advise all pet owners to get one.

A STYLISH CHOICE

MyFamily is the Italian brand that innovated the pet tag segment by turning a simple and functional accessory into a stylish and beautiful piece of garment: purchasing a tag means protecting one's pet, but also giving them something precious, that makes them even more part of the family.

To make customization even easier, MyFamily created *Techla*, an intuitive and easy to use machinery able to automatically detect each MyFamily model. No external accessory is required. *Techla* features a convenient LCD touch screen monitor and, with its 120 degrees diamond, ensures top engraving precision in a matter of minutes. A true jewel for the petshop, that will attract and fascinate customers.

THE NEWS LAUNCHED AT ZOOMARK INTERNATIONAL

MyFamily has a broad selection of models all made with artisanal craftsmanship and attention to details combined with constant innovation of the shapes and materials used, design made in Italy. Tags in the *Friends* line are the most popular, because they depict the most popular breeds of dogs and cats. The *Hushtag* collection of quiet tags, thanks to the blending of metal and rubber that ensures top comfort, was in the spotlight at the at Zoomark International together with the *Wild* line, dedicated to wild land and sea animals, the perfect custom engraved gift for human friends.

Despite being renowned worldwide for its tags, MyFamily also makes exclusive collar and leads crafted with fine materials and metal finishing in silver, brass, white and golden bronze, that created a buzz at Zoomark International. The exhibition saw the launch of the brand new rope and chain leads, very original in shape and finishing and made with the usual excellent craftsmanship.

ogni medaglietta sul punto vendita, MyFamily ha ideato *Techla*, la macchina semplice da usare, intuitiva, veloce, che riconosce automaticamente ogni modello MyFamily. Non occorrono altri dispositivi esterni. *Techla* ha un comodo monitor LCD touch screen e, con la sua punta di diamante da 120 gradi, garantisce la massima precisione di incisione in pochissimi minuti. Un vero gioiello, che valorizza il pet shop, attrae i clienti e li appassiona durante l'incisione.

LE NOVITÀ PRESENTATE A ZOOMARK INTERNATIONAL

MyFamily permette di scegliere tra centinaia di modelli realizzati con cura artigianale dei dettagli, innovazione costante delle forme e dei materiali, design made in Italy. Tra le medagliette MyFamily, quelle della linea *Friends* sono le più conosciute e amate, perché riproducono fedelmente le principali razze di cani e gatti. La collezione *Hushtag* di medagliette silenziose, grazie alla fusione di metallo e gomma, per il massimo comfort, è stata protagonista in occasione di Zoomark International assieme alla linea di medagliette *Wild*, dedicata agli animali selvatici di terra e di mare, un oggetto da regalare anche agli amici umani, ovviamente con un'incisione.

Conosciuta in tutto il mondo come azienda produttrice delle famose medagliette, MyFamily propone anche collari e guinzagli dal design esclusivo. Prodotti con pelli e materiali di altissima qualità e finiture metalliche in argento, ottone, bronzo bianco e color oro, questi accessori hanno riscontrato un grande successo nel corso di Zoomark International. Durante la kermesse sono stati infatti presentati i nuovissimi guinzagli in corda e i guinzagli con catena. Realizzati con cura artigianale, si distinguono per l'originalità delle forme e per le finiture di assoluta qualità. (M.C.)



LINEA
WILD

LINEA
HUSHTAG



ANCHE I BIG BRAND DEL PET FOOD DIVENTANO "ZERO TRUFFE"

La crisi economica iniziata nel 2008 ha fatto aumentare nei consumatori la diffidenza e la paura, i principali ostacoli da affrontare quando si vuole vendere un prodotto

di Matteo Fago

L'economia è una struttura "ciclica", come si ripete spesso. Determinati andamenti dei mercati tendono a riproporsi negli anni, magari in forma diversa o con prodotti diversi.

Di base, però, i consumi della popolazione hanno una regolarità, un ritmo, al netto dei normali incrementi dettati dall'aumento dei consumatori in tutto il mondo.

Esistono però delle eccezioni, dei settori che sfuggono alla statistica e che nel giro di pochi anni "esplodono" registrando vendite di rilievo impossibili da prevedere fino a poco prima.

Un esempio: pochissimi segmenti commerciali hanno subito un aumento di diffusione tanto repentino quanto quelli legati al mondo degli animali domestici.

I DATI LEGATI AL MONDO DEL PET-FOOD



Si stima che il numero di cani e gatti presenti complessivamente nelle case degli italiani, oggi, sfiori i 15 milioni di animali, mentre solo vent'anni fa il dato era inferiore di almeno 3 punti percentuali. La statistica generale legata alla presenza dei "pet" è tra l'altro in costante aumento.

Questo significa che le famiglie italiane tendono sempre di più a godere della compagnia di animali domestici e, di conseguenza, pongono sempre maggiore attenzione alla loro salute e al loro benessere.

Per cani e gatti parlare di "benessere" significa trattare argomenti come il comfort della cuccia, o le cure mediche adeguate, lo svago che li renda felici e, soprattutto, il cibo. Alla base di questo c'è l'unione fra le due tendenze maggiormente vive nel nostro paese, quelle appunto legate alla presenza di animali domestici in casa e quella legata all'attenzione verso il cibo.

Non stupisce che il mercato complessivo di snack e bevande per animali sfiori oggi i due miliardi di euro di fatturato annuo.

LA STORIA DI MONGE, LEADER IN ITALIA

In un mercato così vivo i competitor non mancano, e in Italia c'è una realtà leader di settore da più di mezzo secolo: il Gruppo Monge.



Matteo Fago editore de Il Salvagente



Leader nei Test di laboratorio contro le Truffe ai consumatori

Come molte imprese italiane, Monge nasce da una conduzione familiare (anni '60) rapidamente cresciuta a livello imprenditoriale. Oggi, gli eredi di Baldassarre Monge gestiscono un impero attivo in oltre 80 paesi del mondo. Il core business dell'azienda è il cibo per cani e gatti, sul quale sono stati fatti passi da gigante in termini di qualità del prodotto e attenzione nella filiera produttiva. Dall'esperienza pluridecennale della ditta Cuneese, nel 2016 è nato il prodotto Monge Natural Superpremium, la linea "TOP" di prodotti d'eccellenza per animali, distribuita nei negozi specializzati.

Assieme all'attenzione verso cosa mangiano gli amici a quattro zampe, però, cresce esponenzialmente la diffidenza verso un comparto da sempre accusato di utilizzare scarti alimentari e test sugli animali per la produzione delle proprie scatolette.

PERCHÉ È IMPORTANTE "RASSICURARE" I CLIENTI NEL MONDO DEL PET-FOOD?

Di norma ogni settore commerciale, sia esso di prodotti o servizi, richiede uno sforzo da parte dell'azienda nel "rassicurare" il potenziale cliente circa la qualità della sua offerta. Questo perché – soprattutto oggi – il consumatore vive una naturale diffidenza verso le aziende produttrici, convinto che molto spesso dietro grandi promesse si celino anche grandi delusioni.

Non a torto, se pensiamo che ogni anno si contano centinaia di scandali nell'ambito Food e No Food, vere e proprie truffe ai danni dei cittadini comparse nelle cronache dei giornali nazionali.

Il mondo del Pet-Food risente ulteriormente di questo scenario per un motivo molto semplice: si tratta di un settore commerciale dove ciò che conta sono l'affetto per l'animale domestico.

Delle ragioni affettive, quelle legate al benessere dell'animale domestico attraverso il cibo che viene acquistato per lui, che sono evidentemente completamente irrazionali. Le vendite "affettive" richiedono maggiore tutela in termini di rassicurazioni proprio per via del coinvolgimento maggiore del cliente.

Non solo: il ramo degli animali domestici è particolarmente sensibile al tema della qualità del prodotto proprio perché cani e gatti, a differenza degli esseri umani, non possono trasmettere il proprio disagio a parole. Un cibo di scarsa qualità pertanto non viene notato fino a quando non se ne ravvisano gli effetti sul benessere dell'animale. E generalmente, quando questo avviene, il "danno" è già fatto.

AZIENDE CHE CONOSCONO I PROPRI CLIENTI

Monge in questo senso ha fatto una vera e propria scelta di campo, mandando ai suoi clienti un messaggio chiaro: "Sappiamo quanto tenete ai vostri animali". Anche per questo motivo l'azienda cuneese ha deciso di avviare l'iter di certificazione per il prodotto Natural Superpremium, sottoponendosi a tutti i test legati alla presenza eventuale di metalli pesanti, micotossine e salmonella e nella valutazione nutrizionale complessiva. Le analisi fanno emergere risultati eccellenti in tutte le categorie, confermando l'attenzione di Monge (azienda completamente Cruelty Free) verso il benessere dei suoi "clienti" finali – nello specifico, per il prodotto analizzato, i cani. Monge è la prima azienda del settore alimentare per animali ad ottenere la certificazione ZeroTruffe del Salvagente.

Ottenere una certificazione Zero Truffe non è semplice: **SOLO TRE MARCHI PER OGNI SETTORE POSSONO FARNE RICHIESTA**

e, se ritenuti idonei dalla rivista, avviare l'iter di analisi. Prima di te molte aziende di primo livello hanno richiesto il bollino, e solo alcune l'hanno ottenuto.



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



Bianco-Line **BET**
 ALIMENTI NATURALI PER IL TUO CANE



Se hai questo prodotto
 in negozio,
FATTI TROVARE!
 Vai a pagina 42
 e verifica la tua presenza
 nel **TROVA NEGOZIO**

PRESSATO A FREDDO

UN MANGIME PER CANI E GATTI PRESSATO A FREDDO,
 SECONDO RICETTE STUDIATE AD HOC PER IL BENESSERE DEGLI ANIMALI
 CON INGREDIENTI SELEZIONATI AD ALTO VALORE NUTRIZIONALE

La Bianco-Line Natural Pet Food è - e vuole rimanere - una realtà artigianale. Tutti lo possono constatare con i propri occhi: consumatori e negozianti hanno infatti la possibilità di visitare l'impianto di produzione per verificare di persona come nascono e come vengono lavorati gli alimenti realizzati da questa azienda.

Bianco-Line Natural Pet Food ha sede in Piemonte, a Villar San Costanzo, in provincia di Cuneo. La sua specializzazione è la produzione di bocconcini pressati a freddo, in un processo senza cottura e senza aggiunta di conservanti e additivi chimici, nutrizionali, organolettici, zootecnici e istomonostatici. Il risultato è un alimento completo che apporta benessere al cane e al gatto unicamente attraverso i soli ingredienti di composizione, selezionati per il loro alto valore nutrizionale.

RICETTE SEMPLICI, INGREDIENTI SANI E GENUINI

Il pressato a freddo si presenta sotto forma di bocconcino compatto, ma al contempo friabile. Non è ottenuto attraverso una cottura, ma pressando un miscelato di ingredienti sino a ottenere un bocconcino a forma di quadrifoglio.

Bianco-Line Natural Pet Food è una delle poche aziende al mondo a produrre un alimento con tutti i valori richiesti dalle Linee guida nutrizionali Fediaf avvalendosi dei soli apporti nutrizionali dati dagli ingredienti. Merito delle materie prime impiegate, tutte di massima qualità e destinate anche al consumo umano, acquistate da aziende certificate.

La base delle ricette è composta da carne o pesce disidratati in polvere, frutta e verdura disidratate, grasso animale, spinacina disidratata, zucca disidratata, biotole rosse disidratate, rosmarino in foglie essiccate, semi di lino e alga spirulina, all'occorrenza con aggiunta di erbe.

Menta, origano, camomilla, limone, zenzero, curcuma, malva, semi di finocchio, cardo mariano, ortica, tiglio e timo essiccati vengono infatti introdotti a richiesta nella ricetta come coadiuvante per disturbi di cui l'animale possa risentire a causa di lunghi trattamenti con un cibo inadeguato.

VISITE GUIDATE... PER VEDERE CON I PROPRI OCCHI

La lavorazione dei bocconcini consiste nella miscelazione degli ingredienti in impastatrici per panificazione e successiva pressatura, in un procedimento che mantiene basse temperature senza surriscaldare le materie prime.

Bianco-Line Natural Pet Food è dotata di impianti di produzione che permettono



BIANCO FAUSTO, TITOLARE DELL'AZIENDA CON ELEONORA GARNERO, IMPIEGATA
 BIANCO FAUSTO, COMPANY OWNER, WITH ELONORA GARNERO, EMPLOYEE





di realizzare anche piccole quantità di prodotto, quali alimenti dedicati, specifici e ricette personalizzate prescritte dal veterinario di fiducia, in confezioni a partire da 4 kg. Particolarmente sensibile ai problemi ecologici, l'azienda realizza packaging in carta con all'interno un sacco in PVC alimentare, per semplificarne lo smaltimento. La conduzione artigianale dell'azienda permette di garantire un eccellente servizio al consumatore. L'azienda si avvale di personale formato che assiste il cliente passo passo e di un ottimo servizio di spedizione.



CATS & DOGS

COLD PRESSED

Cold pressed foods for dogs and cats, following recipes specifically created to support pets wellbeing and with selected ingredients providing highly nutritional

Bianco-Line Natural Pet Food is - and wants to be - a small business. It is visible to the naked eye: consumers and retailers can visit the plant to see for themselves how the company processes the foods they create.

Bianco-Line Natural Pet Food is established in Piedmont, in Villar San Costanzo, near Cuneo. It is specialised in the production of cold pressed nuggets, uncooked and free from added preservatives and chemicals, nutritional, organoleptic, zootechnical additives and histomonostats. The resulting formula is complete and supports pets wellbeing simply thanks to its ingredients, selected for their high nutritional values.

SIMPLE RECIPES, HEALTHY AND GENUINE INGREDIENTS

Cold pressed food looks like a solid morsel, but crumbly at the same time. It isn't the result of cooking, but of pressing a mix of ingredients to obtain a shamrock shaped morsel.

Bianco-Line Natural Pet Food is one of few companies worldwide to produce foods with all the nutritional values required by Fediaf International nutritional guide lines by using only the nutritional values provided by ingredients. It's all thanks to the raw ingredients used, all top quality and certified human consumption grade. The core of the recipes is dehydrated powder meat or fish, dehydrated fruit and vegetables, animal fat, dehydrated spinach, dehydrated pumpkin, dehydrated beetroot, rosemary dried leaves, flaxseed and spirulina, with added herbs when needed.

Dried peppermint, oregano, chamomile, lemon, ginger, turmeric, mallow, fennel seeds, thistle, nettle, linden and thyme are added when needed in the recipe to help solve eventual problems suffered by the animal and caused by long treatments with inadequate food.

GUIDED TOURS... TO SEE FOR YOURSELF

Morsels are processed by mixing ingredients in bread-kneading machines and then pressing them, through a low temperature process that doesn't heat raw ingredients.

Bianco-Line Natural Pet Food is equipped with production plants able to produce even small quantities of food, such as specific foods and custom recipes prescribed by your trusted vet, in packs from 4 kg. Being very environmental friendly, the company makes paper packaging containing a bag in food grade PVC, to make disposal easier.

Managing a small business makes it possible to provide excellent customer service. Trained staff can assist customers step by step, and they use an excellent shipping service.

And as of this coming August retailers and pet owners will be able to see for themselves the manufacturing process. Production is going to be transferred in a new building that is going to be fitted with a route for visitors interested in compliant with current regulations.

The route includes a visit to the raw ingredients storage area, checking the technical sheet of each ingredient, a visit to the bread-kneading machines, the cold-press system, the drying phase in food baskets placed on carts, the manual packing in bags and labelling. Starting August, visits can be booked from Monday to Friday calling the following numbers: phone 0171300592, mobile 3664731539.

FOR DOGS AND CATS

Bianco-Line includes in its range complete foods, food complements and snacks for dogs and cats of all breeds, from puppy to senior.

The dog line is available in the varieties grain free Salmon, Trout, Lamb, Beef, Quail, Rabbit, Buffalo, Pork, and in the single protein Beef, Lamb, Salmon and Buffalo added with a carbohydrate chosen among puffed rice, potato flakes, tapioca flakes or milled dedicated bread (which means especially made following needs and instruction from the company).

The cat line is available in single protein grain free recipes in the varieties Beef, Pork, Quail, Salmon and Trout or added with a fine carbohydrate, added in appropriate quantities, in the varieties Herring & Pork, Beef, Salmon, Trout and Quail.

E dal prossimo mese di agosto negozianti e proprietari pet potranno assistere personalmente alle diverse fasi di lavorazione. La produzione sarà infatti operativa in un altro fabbricato in cui verrà previsto, in piena sicurezza secondo le normative di legge, un percorso per gli utenti interessati a scoprire le innovative tecniche dell'azienda. Il percorso comprende la visita al deposito delle materie prime, il controllo delle schede tecniche di ogni singolo ingrediente, la visione dei macchinari utilizzati per la panificazione, il sistema di pressione a freddo, l'essiccazione del prodotto in ceste alimentari poste su carrelli, l'insacchettamento manuale e l'etichettatura. Le visite si potranno prenotare dal lunedì al venerdì telefonando ai seguenti numeri: tel. 0171300592, cell. 3664731539, a partire dal mese di agosto.

PER CANI E PER GATTI

L'assortimento *Bianco-Line* offre alimenti completi, complementari e snack per cani e gatti di tutte le razze, dai cuccioli agli anziani.

La linea per cani è disponibile nelle referenze *Salmone, Trota, Agnello, Manzo, Quaglia, Coniglio, Bufalo, Maiale* grain free e nelle varietà monoproteiche *Manzo, Agnello, Salmone* e *Bufalo* con l'aggiunta di un carboidrato a scelta quale riso soffiato, fiocchi di patate, fiocchi di tapioca o pane dedicato macinato (cioè che viene prodotto appositamente, secondo esigenze e indicazioni dell'azienda).

La linea per gatti è disponibile nella versione grain free monoproteica nelle varietà *Manzo, Maiale, Quaglia, Salmone* e *Trota* o con l'aggiunta di un carboidrato nobile, inserito in quantità adeguata, nei gusti *Aringa & Maiale, Manzo, Salmone, Trota* e *Quaglia*. (A.C.)

Gatto di Man e kurilian bobtail

A CONFRONTO
DUE RAZZE
CON UNA
CARATTERISTICA
IN COMUNE:
UNA CODA DALLA
STORIA DAVVERO
INTERESSANTE

TRA STORIA E LEGGENDA...

● **GATTO DELL'ISOLA DI MAN:** la leggenda racconta che all'epoca del diluvio universale Mosè chiamò a raccolta tutti gli animali e, a coppie, li fece salire sull'arca per poter conservare la vita sulla terra. La fila era lunghissima, tutti gli animali si accalcavano e spingevano per riuscire a entrare in tempo e, naturalmente, i più grossi e forti erano in testa, seguiti da tutti gli altri. Il gatto, si sa, è un animale timido e diffidente, non ama la ressa e la vicinanza con altri animali, perciò anche in quell'occasione si tenne in disparte aspettando il momento propizio per salire, ma la fila pareva non finire mai. Soltanto quando tutti furono saliti e Mosè iniziò a chiudere l'enorme portone dell'arca, il gatto decise di salire e si lanciò di corsa: con un gran balzo entrò nell'arca, ma purtroppo il portone, chiudendosi, gli mozzò la coda. Vennero le piogge, l'arca si sollevò e iniziò a navigare. Nel frattempo il gatto, che aveva perso la coda, cercava di nascondersi per la vergogna della mutilazione ma lo spazio era ridotto al minimo, così, quando l'arca passò vicino a un'isola si tuffò in mare e la raggiunse a nuoto: era l'isola di Man e, da allora, quel gatto venne chiamato con lo stesso nome dell'isola su cui si rifugiò.

Ecco invece la vera storia. Nel mare d'Irlanda c'è una piccola isola, l'isola di Man, sulla quale intorno al XVIII secolo una colonia di gatti, per una mutazione genetica, perse la coda e sviluppò una maggiore altezza delle zampe posteriori rispetto a quelle anteriori, tanto da conferire alla razza un aspetto singolare e un'andatura che assomiglia a quella di un coniglietto.

Trattandosi di un'isola molto piccola, con spazi limitati, la consanguineità era inevitabile, quindi le caratteristiche del gene responsabile della mutazione che comportava la perdita della coda e del maggior sviluppo delle zampe posteriori ebbero modo di fissarsi definitivamente.

Gli allevatori hanno poi scoperto che, se i genitori sono entrambi portatori del gene mutante, i cuccioli omozigoti non sopravvivono, perciò incrociano gatti Man senza coda con gatti Man con la coda, al fine di conservare le caratteristiche della razza senza rischiare. Nelle cucciolate, dunque, nascono tuttora cuccioli con la coda e altri senza. Per distinguere gli uni dagli altri vengono identificati così:

- *Longy* in presenza di coda;
- *Stumpy* con un corto moncone di coda che non deve superare i 3 cm;

- *Rumpy Riser* con l'osso sacro che si allunga di una o due vertebre, dando comunque l'impressione visiva dell'assenza totale di coda;
- *Rumpy* con totale assenza di coda e una fossetta alla base della colonna vertebrale.

Per proteggerlo e per salvaguardarne la tipicità, inglesi e irlandesi crearono già nel 1901 un club dedicato ai gatti senza coda e, per distinguerli, diedero alla razza il nome con il quale questi animali sono oggi conosciuti: Manx o gatto dell'isola di Man (mentre precedentemente erano conosciuti anche come Kayt Manninagh o Stubbin, in lingua locale).

● **KURILIAN:** non esistono leggende che lo riguardano, solo la vera storia. L'arcipelago delle Kurili (o Curili) è uno dei luoghi più remoti della Russia: composto da formazioni vulcaniche disposte ad arco tra l'isola giapponese di Hokkaido e la penisola russa della Kamčatka e oggi appartenente per intero alla Federazione Russa, è quasi interamente spopolato anche per la sensibilità dell'area a terremoti e tsunami, e i pochi insediamenti hanno l'aspetto di avamposti di frontiera. Estremamente difficili da raggiungere, le Kurili sono un paradiso per chi cerca luoghi deserti e ambienti naturali incontaminati. Nonostante siano dunque isole inospitali, furono causa (o alibi) per azioni di guerra da parte di Russia e Giappone: per molti anni vennero abitate da giapponesi, e siccome il bobtail giapponese è un gatto molto apprezzato e famoso nel Sol Levante, suo paese di origine, è logico pensare che alcuni esemplari di questa razza abbiano seguito i loro padroni anche su queste isole.

In seguito poi a incroci con gatti locali, si svilupparono esemplari con caratteristiche morfologiche diverse che vennero chiamati kurilian, per distinguerli dai comuni bobtail giapponesi.

GATTO DELL'ISOLA DI MAN





PROFESSIONAL



I partner dei toelettatori professionisti!



Sii Flessibile. Sii Creativa.
2 batterie al litio intercambiabili
incluse per un utilizzo cordless
illimitato

-  autonomia
-  batterie al litio
-  testina removibile
-  leggero
-  silenzioso



è distribuito in esclusiva da



Rinaldo Franco SpA • Via Fratelli Cervi, 2 • 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) • Tel. +39 02 48 37 61 57 • sales@recordit.it • www.recordit.com
Wahl Italia SRL • Via Piero Gobetti, 52 • 40129 Bologna • Tel. +39 051 374 253 • info@wahlitalia.com • www.wahl-animal.com

Per molti anni furono la compagnia dei soldati che trascorrevano lunghi mesi sulle isole senza contatti con l'esterno e vennero considerati solo dopo il 1875, quando l'appartenenza delle isole passò dal Giappone all'allora Unione Sovietica. In seguito alcuni scienziati giunsero l'arcipelago delle Kurili e, scoprendo l'esistenza di questi mici, ne importarono alcuni sul continente dando vita alla nuova razza: il kurilian bobtail.

Per quanto riguarda le origini della coda a pon pon, si pensa che le prime tracce della mutazione che portò alla coda tipica della razza bobtail apparvero in Cina o in Corea, ma le più antiche testimonianze risalgono a circa mille anni fa e provengono dal Giappone, dove viene tuttora considerato un gatto portafortuna tanto che se ne trovano numerose statuette (i Maneki Neko), ovvero rappresentazioni di un miccio seduto, con la coda corta e una delle zampe anteriori alzata.

La lunga permanenza del bobtail giapponese nelle isole Kurili ha fatto sì che gli incroci con i gatti indigeni dessero origine a una razza con una struttura molto forte e robusta e un pelo più folto e resistente alle rigide temperature locali, mantenendo però il carattere dolcissimo e la coda cortissima, quasi inesistente, del progenitore giapponese.

CARATTERISTICHE DELLA RAZZA

- **GATTO DELL'ISOLA DI MAN:** è un bravissimo cacciatore, furbescamente abile nella guerra ai topi, ed è quindi preferito da chi abita in campagna. Si comporta un po' come un cagnolino, quando sente rumori sospetti avvisa con un miagolio tutto particolare e in casa ama gli agi, va d'accordo con gli altri animali che vivono con lui ed è molto affettuoso con i membri della famiglia.
- **KURILIAN:** gatti di natura socievole e buona, manifestano il loro affetto senza essere invadenti e si adattano a ogni ambiente con estrema facilità. Come tutti i felini domestici amano le coccole e riescono a convivere benissimo con altri animali, cani e gatti compresi.

STANDARD DI RAZZA

- **GATTO DELL'ISOLA DI MAN:** taglia media, corpo solido e compatto con petto largo. Dorso compatto e corto, ma proporzionato al corpo, che termina con una groppa rotonda. I fianchi sono profondi. Zampe muscolose, le anteriori sono larghe tanto da mostrare il petto, mentre le posteriori sono più alte e conferiscono un'inclinazione del corpo rispetto alle spalle. I piedi sono rotondi.

Testa relativamente larga e rotonda con aspetto paffuto e guance sviluppate. Naso di lunghezza medio-lunga, senza stop e non rincagnato. Orecchie di taglia media, aperte alla base che diventano leggermente a punta, piazzate abbastanza alte sul cranio. Occhi grandi e rotondi, i colori più diffusi sono l'arancio, il verde smeraldo e l'azzurro a seconda del colore del mantello.

Il mantello, nelle varietà a pelo corto, è soffice e spesso, con buona tessitura e doppio pelo, mentre nelle varietà a pelo lungo, denominate *cymric*, si ha pelo di media lunghezza, doppio pelo, sottopelo soffice e spesso, setoso al tatto e pieno in tutto il corpo. Tutti i colori sono ammessi incluse le varietà con bianco.

- **KURILIAN:** in linea generale è un gatto di taglia medio-grande, molto muscoloso e con corpo potente, struttura ossea robusta e una coda corta che forma il pon pon. Il dorso mostra una curva delicata dalle spalle verso il posteriore, che risulta più alto. Zampe di media lunghezza, robuste, quelle posteriori sono più lunghe delle anteriori, piedi rotondi.

Testa grande a forma trapezoidale con contorni arrotondati, larga a livello degli zigomi, leggermente arrotondata se vista di profilo, con mento largo e ben sviluppato. Naso dritto, largo, di media lunghezza, con una leggera depressione tra fronte e naso. Orecchie di taglia media, larghe alla base leggermente puntate in avanti, arrotondate alle estremità e aperte alla base. Sono ben separate e di media

altezza; la distanza che le separa è equivalente alla larghezza di un orecchio. Nelle varietà a pelo semilungo ciuffi di pelo fuoriescono dai padiglioni auricolari. Occhi rotondi piazzati distanti e leggermente obliqui: tutti i colori sono consentiti, dal giallo al verde. I gatti con mantello bianco possono avere occhi anche azzurri o impari.

La caratteristica principale è la coda: composta da uno o più angoli, o curve, o qualsiasi combinazione dei due, può essere rigida o flessibile e la direzione delle curve non è importante. La lunghezza visibile della coda (senza pelo) varia da 3 a 8 cm. Taglia e forma della coda devono essere in armonia con l'aspetto generale del gatto.

I kurilian vengono squalificati se presentati in esposizione con deformità della colonna vertebrale e difetti della coda come assenza di ossa, coda corta e dritta senza angoli o curve oppure coda di lunghezza superiore ai 12 cm.

Mantello a tessitura fine e densa. Per i kurilian a pelo corto presenta un soprapelo ben sviluppato, peli abbastanza

duri e un leggero sottopelo. Per le varietà a mantello semilungo, soprapelo con qualche pelo duro e leggero sottopelo. Sono preferiti i gatti con mantello ben sviluppato che presentano una piena pettorina, una sviluppata gorgiera e i pantaloncini nelle cosce posteriori. Tutti i colori del mantello sono accettati a esclusione di colourpoints, cioccolato, cannella e lilla, con o senza bianco. Qualsiasi quantità di bianco è accettata.

(Le foto dei gatti di Man sono di Tessa - Latvia. Le foto dei kurilian sono di Francesco Spadafora, i gatti appartengono all'allevamento Sacro e Profano di Diana Di Natale)



Vitakraft®

RICETTE
SENZA
ZUCCHERO

Gli irresistibili snack!

NEW!
Stick con
Superfood

Gustosi
stick

NEW!
Strisce
100% carne

NEW!
Morbidi
bocconcini

NEW!
Snack per
masticare a lungo



Da Vitakraft, leader degli snack, i top di gamma per cani!

Beef Stick Superfood: arricchiti con nutrienti benefici per la salute, in 2 varianti: carote e semi di chia con carotene e acidi grassi Omega 3 per salute della pelle e la bellezza del pelo e piselli e mirtillo rosso con antiossidanti che favoriscono la protezione delle cellule.
Beef Stick: l'originale e gustoso bastoncino con oltre il 90% di carne + minerali e Vitamina E.
Meat Me!: strisce essiccate al forno extra appetitose grazie al contenuto di carne del 100%.
Noshies: morbidi e gustosi bocconcini cotti delicatamente al forno in tre forme originali.
Super Chomp: snack-masticativo, gusto deciso e consistenza speciale per masticare a lungo.

Vitakraft®

Chi ama gli animali
sceglie Vitakraft

Scopri di più!



vitakraft.it

ESTATE CON GLI AMICI QUATTROZAMPE

TANTI NUOVI PRODOTTI PER PREPARARSI ALLA STAGIONE CALDA
E ALLE VACANZE CON L'AMICO PELOSO



Con l'arrivo della bella stagione cani e proprietari hanno una gran voglia di stare all'aria aperta per divertirsi insieme e magari farsi anche una bella vacanza. Quali consigli dare al cliente del pet shop? Fare in modo che ogni momento sia all'insegna del benessere e della praticità. In questa prospettiva, Vitakraft ha ampliato la gamma di accessori, prodotti per l'igiene e il viaggio con tante novità. Eccone alcune appena presentate in occasione di Zoomark International 2019.

PRONTI... SI PARTE!

Prima di mettersi in viaggio, anche solo per un breve tragitto, è importante installare in auto un divisorio per separare lo spazio riservato al cane. La barriera per auto Vitakraft è universale, si adatta quindi a tutti i modelli. Facile da installare, grazie alle 4 fettucce in nylon regolabili, è realizzata in poliestere, atossico, leggero e facil-

mente lavabile. Il divisorio è dotato di due pratiche tasche portaoggetti e di un inserto in rete che consente una migliore visuale al cane e al padrone. E quando è il momento di fare una sosta per uno spuntino o per dissetarsi, la Ciotola Viaggio doppia in silicone è perfetta per contenere cibo e acqua. Basta aprire l'astuccio, sollevare le due ciotole e riempirle, e grazie allo strap in velcro si possono staccare per rendere più facile la pulizia. Dopo l'uso si ripiegano su sé stesse con una semplice pressione della mano e si richiude l'astuccio con la pratica zip. Il prodotto è conforme al regolamento UE sulla sicurezza alimentare.

ATTENZIONE AL CALORE

È importante che il proprietario pet non sottovaluti i rischi legati alle alte temperature. Il Panno Rinfrescante in microfibra, dall'elevato potere rinfrescante, può aiutare ad allontanare il calore nelle giornate più afose oppure dopo una corsa o una passeggiata. Inoltre è adatto anche per asciugare cani e gatti dopo il bagno o la pioggia. Realizzato in microfibra PVA, morbido al tatto e delicato sulla pelle, è un prodotto testato rispetto agli ammorbidenti tossici e





quindi adatto anche per uso umano. Per ottenere l'effetto rinfrescante è sufficiente bagnare il panno, strizzarlo e passarlo sul corpo, ripetendo più volte l'operazione. Per asciugare l'animale, occorre passare il panno umido sul pelo e quindi strizzare.

SHAMPOO E MASSAGGIO

Per detergere il manto del cane ed effettuare allo stesso tempo un piacevole massaggio, la Spazzola 2in1 è l'accessorio perfetto. Il serbatoio che contiene lo shampoo consente un lavaggio veloce ed accurato e le setole morbide raggiungono perfettamente la cute dell'animale. La pratica impugnatura e il tappo/pulsante in silicone permettono di erogare lo shampoo e massaggiare l'animale con una mano sola.



E TANTO ALTRO ANCORA...

Queste novità si vanno ad aggiungere ai numerosi prodotti per l'estate già presenti in assortimento come la piscina per cani, la tenda indiana, il tappetino refresh, la borraccia, il bazooka e tanti altri. Per scoprirli tutti consultare il sito www.vitakraft.it o richiedere il nuovissimo catalogo 2019/2020. (R.P.)

CATS & DOGS

SUMMER WITH YOUR FURRY FRIEND

Lots of new products to get ready for the warmer months and to go on holiday with your furry friend

Come the summer months dogs and owners want to enjoy the open air and have fun together, and maybe even go on a nice holiday. What kind of advice should you give your pet shop customers to ensure that wellbeing and practicality are always met? With this in mind, Vitakraft broadened its range of accessories and products for hygiene and travelling. Following are a few of them launched during Zoomark International 2019.

READY... GO!

Before going on a journey, even a short one, it is wise to fit in a partition to separate your space from your dog's. Vitakraft car barrier is one size fits all, easy to install thanks to its 4 adjustable nylon tapes, made in non-toxic, lightweight and washable polyester. The divider features two practical pockets and a net insert that ensures improved view to both dog and owner.

And when you stop for a snack or a drink, the double silicon travel bowl "Ciotola Viaggio" is exactly what you need for food and water: just open, lift and fill up the two bowls, and thanks to the Velcro strap you can separate them to clean them easily. Just collapse them again after use and close them in their pouch. Compliant with UE food safety regulations.

BEWARE OF THE HEAT

Owners should never underestimate the risks brought by excessively warm weather. The refreshing cloth *Panno Rinfrescante* in microfiber, has cooling effect and can keep the heat at bay in those hot and sultry summer days, or even after a run or a walk. It is also suitable to dry dogs and cats after a bath or a walk in the rain. Made in PVA microfiber, soft to the touch and gentle on skin, it's been tested for human use. To create the cooling effect just soak the cloth and wring it out, then wipe the body repeatedly. To dry your pet just wipe it with the cloth and wring it out.

SHAMPOOING AND MASSAGE

To shampoo the coat and at the same time give a pleasant massage, use the *2in1 Brush (Spazzola 2in1)*. It features a tank for the shampoo that ensures a quick and thorough bath, while the soft bristles easily reach the animal's skin. The practical grip with silicon button/cap let you dispense the shampoo whilst massaging your pet, all with one hand.

AND SO MUCH MORE...

These news products complement those already in the summer catalogue, such as the dog pool, Indian tent, the "refresh" mat, water bottle, bazooka and so much more. To discover them all just go to www.vitakraft.it or request the brand new 2019/2020 catalogue.





natural · nutrition · system



Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

LA QUALITÀ VINCE SEMPRE

GRANDE SUCCESSO A ZOOMARK INTERNATIONAL
PER PRODOTTI INNOVATIVI DEDICATI AGLI AMICI DI ZAMPA

Sono state numerose le novità presentate nel corso di quest'ultima edizione di Zoomark International. Ancora una volta il marchio *Winner Plus* si è distinto per qualità delle materie prime, competenza e affidabilità, aspetti che senza dubbio fanno la differenza nell'odierno mercato del pet così vario ed esteso ma soprattutto bisognoso di solide garanzie per il professionista e il consumatore. L'azienda ha infatti espresso grande soddisfazione per le numerose visite di buyer italiani e stranieri che presso lo stand hanno potuto constatare l'affidabilità di un marchio all'avanguardia e in continua crescita nell'ambito del mercato nazionale e internazionale, una preziosa conferma che l'impegno dedicato alla salute, al benessere e alla vitalità degli animali è sempre vincente.

LE NOVITÀ

● Nuova linea secca *Super Premium* per cane - la gamma di alimentazione secca *Super Premium* migliora le proprie ricette e si impreciosisce di una nuova livrea dal design esclusivo e accattivante. Migliorate inoltre le informazioni



CATS & DOGS

QUALITY ALWAYS WINS

Innovative pet products meet with great success
at Zoomark International

Plenty of news were presented during the past Zoomark International. Once again, *Winner Plus* stood out thanks to quality raw ingredients, skill and reliability: such features make the difference in the modern pet market, which is broad and requires sound guarantees for pet professionals and customers. The company was very satisfied with several Italian and foreign buyers stopping by at the company's stand to assess the reliability of a modern brand, which is constantly growing within the Italian and international markets. It is a further proof that the commitment towards pets health, well-being and vitality is always successful.

WHAT'S NEW

- New dry *Super Premium* for dogs - *Super Premium* dry range improved the recipes and features a new, exclusive and captivating design. The information available on packages are now more complete and easy to read: a great advantage for customers asking for more transparency and quality.
- *Winner Plus Natura* - the exclusive litter for cats, ecological and environment-friendly, is made of special, natural, unscented and vegetable fibres, which are extremely absorbing and clumping. When they get in touch with liquids they turn into clumps and are easily removed. The special active principle of natural origin prevents the formation of ammonia, fighting foul odours. Its silicon- and dust-free formula does not leave remains on the floor and ensures the utmost hygiene. Moreover, the completely natural formula allows the litter to be flushed in the toilet or with organic waste since it is biodegradable. *Winner Plus Natura* supports the environment's well-being, since it is made without fossil fuels and with low energy consumption.
- *Winner Plus Omega-3 Pure salmon oil* - is the complementary fresh food, natural and unaltered, made of pure oil of Norwegian salmon. It is free from additives and ensures a shiny coat, softer toe pads (also improving the perspiration in the organism thermoregulation) and higher energy. Moreover, it supports the immune system, it positively affects the metabolism enabling cellular exchanges, it increases the appetite and it improves muscle performances during training. It might be a useful support for cardiac muscular activity. It is unique for its superior quality, with less than 1% of free acids: the oil ensures EPA and DHA utmost effectiveness.
- *100% natural Cat Treats* - the line of natural and balanced treats for cats, rich in proteins and low on fats. They contain only one type of first-choice meat, available in two tasty recipes.
- *100% natural Dog Treats* - the complete line of natural and balanced treats for dogs, rich in proteins and fats. They contain only one type of first-choice meat.
- The new line now includes the exclusive *Winner Plus Pro-Turbo*, the natural energy-bar suited for all breeds and developed for professional aiming at the highest performance in the most demanding situations. It is the complementary food with 90% chicken with elevated bioavailability, rich in taurine and L-carnitine, perfectly balanced to provide a readily available extra source of energy. The semi-moist texture ensures a quick rationing to suit the needs. The recipe is free from GMOs, soy, wheat, flavouring, eggs, dairy products, colouring agents, artificial flavourings and cereals with gluten. It provides an elevated physical resistance and supports the right muscular growth: it is an excellent solution to restore energy during activities.

disponibili sulle confezioni, ancor più complete e di facile lettura: un grande vantaggio per il consumatore che chiede sempre più maggior trasparenza e qualità nei prodotti.

- **Winner Plus Natura** - l'esclusiva lettiera per gatti ecologica e rispettosa dell'ambiente composta da speciali fibre vegetali naturali, senza profumo, altamente assorbenti e agglomeranti che a contatto con i liquidi si addensano facilitandone l'asportazione. Lo speciale principio attivo di origine naturale inibisce la formazione di ammoniaca contrastando il cattivo odore mentre la sua composizione, senza silicio e senza polveri, non lascia residui sui pavimenti e garantisce sempre la massima igiene. Inoltre la formulazione completamente naturale ne permette un sicuro smaltimento nel WC o nel compostaggio poiché completamente biodegradabile. In questo modo, ogni giorno, si contribuisce al benessere dell'ambiente perché **Winner Plus Natura** è realizzata senza l'impiego di combustibili fossili e con un basso consumo energetico.



- **Winner Plus Omega-3** Olio di Salmone puro - un alimento complementare fresco, naturale e non alterato nel processo di preparazione, a base di olio puro di salmone norvegese. Senza additivi, garantisce un manto splendente,

cuscinetti plantari più morbidi (migliorando anche la traspirazione nella termoregolazione dell'organismo) e una maggiore energia. Favorisce l'attività del sistema immunitario, agisce positivamente sul metabolismo agevolando gli scambi cellulari, aumenta l'appetito e migliora le performance muscolari durante l'allenamento, per questo può rappresentare un valido sostegno per l'attività muscolare cardiaca. Unico per la sua qualità superiore, e con meno dell'1% di acidi grassi liberi, quest'olio garantisce la massima efficacia di EPA e DHA.

- **Snack per Gatto 100% naturali** - una linea completa di snack naturali e bilanciati per gatti ricchi di proteine e con pochi grassi, preparati con sola carne di prima scelta, disponibile in 2 squisite varietà.

- **Snack per Cane 100% naturali** - una linea completa di snack naturali e bilanciati per cani, ricchi di proteine e di grassi, preparati con sola carne di prima scelta.

- La nuova linea è oggi impreziosita dall'esclusiva barretta energetica **Winner Plus Pro-Turbo**, l'energy-bar naturale ideale per tutte le razze studiate per il professionista che desidera ottenere il massimo della performance nelle situazioni più impegnative. Un alimento complementare con il 90% di pollo a elevata biodisponibilità, ricco di taurina e L-carnitina e perfettamente bilanciato per garantire sempre e in ogni attività una scorta di energia extra subito disponibile al momento del bisogno. La consistenza semi umida consente un rapido porzionamento per una somministrazione ottimizzata a seconda delle necessità. Inoltre la ricetta priva di OGM, soia, grano, aromi, uova, latticini, coloranti, sapori artificiali e cereali contenenti glutine, fornisce un'elevata resistenza fisica e sostiene il corretto sviluppo della muscolatura, rappresentando un'ottima soluzione per il recupero energetico durante le attività. (M.F.)





Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

SNACK SÌ, MA COSÌ SPECIALI...

SEMPLICI, GENUINI E INNOVATIVI,
IN UN'AMPIA GAMMA SELEZIONATA FRA I MIGLIORI MARCHI INTERNAZIONALI



Golosì, ma allo stesso tempo nutrienti e adatti a ogni tipo di taglia ed età. Sono gli snack di My-Factory, un premio per gli amici a quattro zampe e una garanzia di corretta nutrizione per i loro proprietari. My Factory srl è una giovane azienda 100% italiana specializzata nell'alimentazione e nella cura degli animali da compagnia con l'obiettivo di proporre, al giusto prezzo, tutti quegli articoli semplici, genuini e innovativi che rendono migliore la vita sia dei pet che dei proprietari. Con sede, uffici e magazzino in provincia di Torino, l'azienda seleziona all'interno del vasto panorama pet i marchi più ricercati, più innovativi, più... "diversi", cioè che siano in grado di offrire qualcosa di differente al pet shop.

Come gli snack per cani, un settore che all'interno del comparto food mantiene sempre ottime posizioni di mercato. Un tempo impiegati quasi esclusivamente per addestrare e premiare, oggi svolgono diverse funzioni complementari e My Factory, nel suo catalogo, ne propone una vastissima selezione di tutti i gusti e per tutti gli utilizzi.

CATS & DOGS

SNACKS, BUT OH SO SPECIAL...

Simple, genuine and innovative, a broad range selected among leading international brands

Yummy but nutritious and suitable for any size or age: My-Factory snacks are a treat for our furry friends and ensure correct nutrition that makes owners happy too.

My Factory srl is a young 100% Italian brand specialized in pet nutrition and care, aiming at providing good value for money for all those simple, genuine and innovative products that can improve the life of pets and their owners. With headquarters and warehouse near Turin, the company selects the most sophisticated, innovative and "different" brands, those able to provide pet shops with something really new.

A fine example is their range of snacks for dogs, a segment that is still doing very well on the market. Once used only to train and reward, they now have various complementing roles and My Factory, in its catalogue, includes a broad selection for every taste and use.

TOP FLAVOUR

Natural and delicious, the *My Pet* line includes traditional dry products that preserve all their nutritional specification: pork snout, chicken legs, pork ears, beef rod, beef tripe, ham bones and the savoury grain free sausages in the varieties beef, chicken, lamb, fish, ham and turkey. All processed in Italy, natural and easy to chew, to give to adult dogs as a reward or snack, adapting the daily food ratio accordingly.

Selected among the best European brands, *Hobbit Alf* natural snacks are made in Spain and are single packed in a countertop display that prompts impulse buy. The line includes smoked beef knee, smoked beef bone, pork ears, veal tendons, bull rod, calf lung, hare ears, but also fruit rewards and 100% natural

SAPORE AL TOP

Naturali e gustosi, la linea *My Pet* propone i classici prodotti essiccati che preservano tutte le caratteristiche nutrizionali: musi di maiale, zampe di pollo, orecchie di maiale, verga di bovino, trippa di bovino, ossi di prosciutto e le saporitissime salicce grain free nelle diverse varietà manzo, pollo, agnello, pesce, prosciutto e tacchino. Sono tutti lavorati in Italia, naturali, adatti alla masticazione, da offrire al cane adulto come premio o passatempo, adattando di conseguenza la razione alimentare giornaliera.

Selezionate fra i migliori marchi europei, le leccornie tutte naturali *Hobbit Alf* sono prodotte in Spagna e si presentano, in confezioni blisterate singolarmente, in un simpatico espositore da banco che stimola l'acquisto d'impulso. La linea comprende ginocchio affumicato di bovino, osso affumicato di bovino, orecchie di maiale, tendini di vitello, verga di toro, trachea di vitello, orecchie di lepre, ma anche premi alla sola frutta e poi l'olio di salmone, 100% naturale, che fornisce acidi grassi essenziali omega 3, EPA e DHA, in grado di contribuire alla salute del manto e della pelle, rafforzare il sistema immunitario e cardiovascolare, e mantenere le articolazioni e le cartilagini in buono stato.





TRADIZIONALE O INNOVATIVO?

My Factory distribuisce inoltre *Truly*, brand di grande successo di provenienza olandese, che propone sia tradizionali snack da offrire ogni giorno o per l'addestramento, sia proposte più innovative come leccornie antiallergiche e monoproteiche realizzate con carni meno comuni, quali cervo e anatra. La gamma comprende filetti e strisce di pollo, anatra, cervo, pesce, agnello oltre a deliziose sushi bar al salmone, tonno e gamberetti. E poi snack antiallergici, vegetali e funzionali, come lo

snack gommoso per l'igiene dentale, i veggie stick pollo e carota, le strisce ipoallergeniche senza cereali con verdure. Tutte le confezioni sono in blister con finestra, così che il cliente possa vedere e apprezzare la qualità del prodotto. Una gamma tutta green è quella che arriva dalla Finlandia. *Planet Pet* propone snack monoproteici e funzionali, tutti naturali, realizzati con ingredienti di qualità, ottimi come premio ma anche e soprattutto per l'igiene dentale del cane. La linea offre twist al pollo e al pesce, strisce di agnello, coniglio, pollo e agnello, poi snack con pollo e carota, pollo e spinaci, con anatra, con pollo (anche nella versione maxi), twist al pollo, pesce e agnello in confezioni da 5 pezzi o da 3 extra-large, stick con anatra e con pollo, bastoncini di pollo e di anatra.

QUALCOSA DI SPECIALE DA SGRANOCCHIARE

Originali e sfiziosi sono i prodotti *Arquivet* che arrivano dalla Spagna, come le corna di cervo utili per far recuperare al cane i sali minerali, e le corna di daino, snack ideale per curare l'igiene dentale prevenendo il tartaro e mantenendo i denti puliti. Si tratta di prodotti ipoallergenici provenienti dalla muta naturale che si verifica nella stagione primaverile, raccolti nelle foreste d'Europa, tagliati e, dopo rigidi controlli di sicurezza, spazzolati. La linea comprende anche petto di anatra e di pollo al vapore, cips al baccalà, sushi di pollo, di anatra, pescetti essiccati, tutti deliziosi snack fatti con ingredienti freschi e naturali che possono essere offerti come ricompensa per il buon comportamento o durante l'allenamento o come semplice fuoripasto.

Per cani, ma ne esistono anche alcune varietà per

gatto, gli snack *Pet Munchies*, dall'Inghilterra, sono al pesce essiccato 100% naturale, molto amato dai pet. Un premio sfizioso e gustoso al punto giusto: per il cane, filetti di salmone, bocconcini di salmone, pelle di salmone annodata, utile anche per l'igiene dentale; per il gatto filetti di pesce, fegato di pollo e fegato di manzo in ottimi cubetti idrolizzati. (A.L.)



salmon oil, that provides omega 3, EPA and DHA essential fatty acids able to support healthy coat and skin as well as the immune and circulatory system, and healthy joint and cartilage.

TRADIZIONALE OR INNOVATIVE?

My Factory also distributes *Truly*, a very popular Dutch brand of traditional snacks as well as innovative hypo-allergenic and single-protein delicacies made with deer and duck. The range includes fillet and strips made with chicken, duck, deer, lamb, fish as well as delicious sushi bar in the flavours salmon, tuna and shrimps. There are also hypo-allergenic, vegetable and functional snacks such as the chewy oral care snack, chicken and carrot veggie sticks, grain-free hypo-allergenic vegetable strips. All packaging consist of a blister with a see through panel, therefore customer can see and appreciate the quality of the product.

Planet Pet is a "green" range from Finland: functional single-protein snacks, all natural, made with quality ingredients and perfect as a reward and to support dogs' oral care. The line includes chicken or fish twists, lamb, rabbit and chicken strips as well as snacks with chicken and carrot, chicken and spinach, with duck, with chicken (also maxi), twist with chicken, fish and lamb in 5 piece packs, or 3 extra-large, stick with duck and chicken, chicken or duck sticks.

SOMETHING SPECIAL TO NIBBLE

Arquivet products come from Spain and include very original varieties such as venison antlers, useful to help dogs recover minerals, and deer antlers ideal to support oral care preventing tartar and keeping teeth clean. These are hypo-allergenic products sourced during spring natural moulting and collected in European forests, cut and brushed after thorough checks. The line also includes duck breast and steamed chicken, dried salted cod chips, chicken or duck sushi, dried fish, all delicious snacks made with natural fresh ingredients that can be given to reward good behaviour, during training or simply as a snack.

Pet Munchies are snacks for dogs from the UK, but there are also a few cat varieties, with 100% natural dried fish, beloved by pets. A delicious treat in the varieties salmon fillet and salmon skin for oral care for dogs, fish fillet, chicken liver and beef liver for cats, in hydrolysed cubes.



A TUTTA FRUTTA!

PRELIBATEZZE DAI SAPORI ESOTICI PER I GATTI PIÙ ESIGENTI

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**



LE REFERENZE

La gamma è stata studiata per soddisfare i palati di tutti i gatti e propone, in lattine monodose da 80 g, due varianti Kitten per gattini (Pollo con Aloe e Tonno con Aloe), cinque per gatti adulti (Pollo con Papaya, Pollo con Kiwi, Pollo con Ananas, Pollo con Mela, Pollo con Frutta) e cinque formulazioni Adult a base di tonno: Tonno con Papaya, Tonno con Kiwi, Tonno con Ananas, Tonno con Mela, Tonno con Frutta (ananas, mango e mela). Gli alimenti Monge Fruits sono destinati agli scaffali dei migliori negozi specializzati, nella loro confezione dai colori vivaci, capace di attrarre subito l'attenzione, realizzata in cartone riciclato al 100% nel rispetto dell'ambiente in cui viviamo. (S.C.)



La frutta fa bene, a noi e anche ai nostri amici di zampa. Gli alimenti Monge Fruits contengono la frutta esotica più colorata, gustosa e generosa di vitamine: una delle scelte più gustose e interessanti da proporre ai clienti del pet shop. Sono ben dodici le prelibatezze che gli chef dell'azienda hanno dedicato ai gatti più raffinati: pezzetti interi di tonno dell'Atlantico e del Pacifico, pollo con frutta esotica e aloe per garantire un equilibrato apporto di vitamine. La frutta utilizzata non è trattata chimicamente, non vengono impiegati coloranti né conservanti, e grazie alla cottura a vapore le ricette risultano ancora più saporite, gustose e appetibili. Monge Fruits include inoltre F.O.S. (frutto-oligosaccaridi), fondamentali per il benessere intestinale del nostro amico di zampa.



CATS

FULL FRUIT!

Exotic delicacies for demanding cats

Fruit is good for us and also for our pets. Monge Fruit products contain the most colourful, tasty and vitamin-rich exotic fruit: it is one of the most tasty and interesting offers for customers of specialized shops. Company's cooks developed 12 delicacies for the finest cats: whole bites of Atlantic and Pacific tuna, chicken with exotic fruit and aloe to ensure balanced quantities of vitamins. Fruit has not been chemically treated; no colouring or preserving agents are used. Moreover, thanks to steam cooking, recipes are even more tasty and palatable. Monge Fruits contains F.O.S. (fructo-oligosaccharides), which are fundamental for the intestinal well-being of pets.

PRODUCTS

The range has been developed to suit all cats. Single-serve 80g tins feature two Kitten recipes (Chicken with Aloe and Tuna with Aloe), five recipes for adult cats (Chicken with Papaya, Chicken with Kiwi, Chicken with Pineapple, Chicken with Apple, Chicken with Fruit) plus five Adult formulas with tuna: Tuna with Papaya, Tuna with Kiwi, Tuna with Pineapple, Tuna with Apple, Tuna with Fruit (pineapple, mango and apple).

Monge Fruits products are dedicated to the best specialized shops and they come in lively packaging capable to draw the attention of customers. The packaging is made of 100% recycled cardboard, to respect the environment we live in.

FRONTLINE

TRI-ACT PER CANI

SOLUZIONE SPOT-ON



PROTEZIONE E REPELLENZA DI LUNGA DURATA CONTRO



PULCI



ZECHE



ZANZARE



PAPPACI



MOSCHE
CAVALLINE



CONFEZIONI DA 3 E 6 PIPETTE

PER IL TUO CANE LIBERO DI VIVERE FELICE

www.frontlinetriact.it

CHIEDI CONSIGLIO AL TUO VETERINARIO

NON USARE NEI GATTI E NEI CONIGLI. Leggere attentamente il foglio illustrativo. Tenere fuori dalla portata dei bambini e usare particolare attenzione finché il sito di applicazione non sia asciutto. Non utilizzare nei cuccioli di età inferiore alle 8 settimane o di peso inferiore a quello indicato per ogni confezione. L'uso scorretto può essere nocivo. È un medicinale veterinario, chiedi consiglio al tuo veterinario. Aut. Pub. 101-VET-2017

 **Boehringer
Ingelheim**

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

IL BUONO DELLA NATURA IN UN BISCOTTO

BISCOTTI 100% NATURALI
PREPARATI CON FARINE INTEGRALI DI FARRO, AVENA E SEGALE

La scelta di puntare su una linea di biscotti per cani completamente naturali deriva dalla consapevolezza che un'alimentazione naturale influenza in modo decisivo il benessere dell'organismo e rappresenta un elemento fondamentale per migliorare la qualità della vita.

Anche per l'alimentazione dei quattrozampe sono sempre più le persone che indirizzano le proprie scelte d'acquisto verso prodotti naturali a base di grani antichi, che non hanno subito manipolazioni genetiche, sono meno raffinati e quindi mantengono maggiormente le proprietà nutrizionali presenti nella cariosside, sono più leggeri e digeribili, riducono l'insorgenza di intolleranze perché sono in generale meno utilizzati e infine hanno un rapporto più equilibrato tra amido e glutine, contenendo una percentuale minore di questa proteina, con tutti i vantaggi che ciò comporta per l'organismo.

BUONI "DA MORDERE"

Tutti i biscotti della linea *Cliffi Nature Bakery* vengono preparati in modo semplice, senza olio di palma, senza coloranti, aromi e conservanti artificiali. Sono realizzati con farine integrali di farro, avena e segale naturalmente ricche di fibra, fondamentale per il benessere dell'organismo.

Molto appetitosi e digeribili, 100% naturali, i biscotti *Cliffi Nature Bakery* rappresentano una perfetta e salutare ricompensa e un goloso fuoripasto ricco di benessere per il cane.

Le cinque varietà proposte possono soddisfare ogni esigenza di naturalità e i gusti più difficili e raffinati offrendo contemporaneamente delle specifiche funzionalità.

NATURE BAKERY

IL BUONO DELLA NATURA

SENZA OLIO DI PALMA
PALM OIL FREE

CINQUE REFERENZE

- *Nature Bakery Relax* - privi di olio di palma, i biscottini 100% naturali *Relax* sono cotti al forno e formulati senza coloranti, aromi e conservanti artificiali aggiunti. Realizzati senza farine di origine animale, contengono le profumate camomilla e passiflora, note per le loro qualità rilassanti naturali, e prezioso miele. Sono ideali per contribuire al relax dei cani iperattivi, ansiosi, irritabili, agitati;



- *Nature Bakery Training* - indicati per cani di tutte le taglie dopo i due mesi di età, i biscottini *Training* sono perfetti durante l'addestramento, come rinforzo positivo. Senza olio di palma e privi di zuccheri aggiunti, sono cotti al forno e formulati senza coloranti, aromi e conservanti artificiali aggiunti. Di piccole dimensioni e molto apprezzati dai cani grazie al formaggio stagionato, naturalmente privo di lattosio, sono ideali da tenere sempre a portata di mano come deliziosa ricompensa. Sono anche molto leggeri: un biscotto infatti apporta meno di 3,5 calorie;

- *Nature Bakery Dental* - sono formulati con ingredienti 100% naturali e svolgono un'azione meccanica di pulizia dei denti, grazie alla loro consistenza croccante. Contengono sostanze utili al benessere di denti e gengive: il prezzemolo, che aiuta a mantenere un alito fresco e gradevole in modo naturale e il tè verde che aiuta a contrastare l'alitosi. Sono cotti al forno e formulati senza zuccheri aggiunti, non contengono coloranti o conservanti artificiali. Il formaggio stagionato, naturalmente privo di lattosio, li rende particolarmente appetitosi;

- *Nature Bakery Mela e Cannella* - grazie alla presenza della mela benefica e gustosa, della cannella che i cani adorano e che ha effetti positivi sul loro benessere e del miele, questi biscotti hanno il gusto genuino dei biscotti fatti in casa. Sono formulati senza farine animali, sono 100% naturali e non contengono olio di palma, aromi, coloranti e conservanti artificiali aggiunti;

- *Nature Bakery Agnello e Zenzero* - il sapore e le proprietà nutritive dell'agnello associate allo zenzero, noto per le sue tante benefiche proprietà, conferiscono a questi biscotti un gusto unico e inconfondibile. Sono preparati al forno in modo semplice. Non contengono aromi e coloranti artificiali. Privi di olio di palma e zuccheri aggiunti, grazie alla loro consistenza croccante aiutano a mantenere i denti puliti.

IN NEGOZIO

La grafica accattivante di questa nuova linea esprime in maniera efficace l'idea di naturalità e artigianalità italiana, l'autenticità di un prodotto buono, fatto in casa con tutto l'amore e l'attenzione alla genuinità che qualunque proprietario di un cane vorrebbe potergli offrire. Proposti nell'innovativa confezione da 200 g, i *Cliffi Nature Bakery* sono promozionati in espositore bifacciale a un prezzo lancio molto interessante e conveniente per il consumatore. (V.L.)



DOGS

THE GOOD OF NATURE IN A BISCUIT

100% natural biscuits made with spelt, oat and rye wholemeal

The choice of opting for completely natural biscuits for dogs comes from the awareness that a natural diet can affect wellbeing and improve the quality of life.

An increasing number of owners is opting for natural products for their pets, made with grains of yesteryear, that have not been modified genetically, are less processed and therefore maintain their nutritional values, and are lighter and more digestible thus reducing the risk of intolerances, and providing a more balanced intake of starch and gluten, as they contain lower quantities of the latter.

DELICIOUS AND "TO BITE FOR"

All biscuits in the *Cliffi Nature Bakery* are made simply, without palm oil nor artificial colourings, flavourings or preservatives. Made with spelt, oat and rye wholemeal, naturally brimming with fibres necessary to wellbeing. Delicious, digestible and 100% natural, *Cliffi Nature Bakery* cookies are the perfect healthy treat or snack for the wellbeing of your dog. Available in five varieties able to meet the needs for natural formulae as well as to please picky eaters, at the same time providing specific functions.

FIVE VARIETIES

- *Nature Bakery Relax* - free from palm oil, *Relax* biscuits are 100% natural and oven baked, their formula is free from added artificial colourings, flavourings or preservatives. Made without meal of animal origin, their recipe includes aromatic chamomile and passiflora, renowned for their natural calming effect, and honey. Ideal to help relaxing hyperactive, anxious or irritable dogs;
- *Nature Bakery Training* - for dogs of any size over two months old, *Training* biscuits are perfect during training. Without palm oils or added sugar and oven baked, their formula is free from added artificial colourings, flavourings or preservatives. Small sized and loved by dogs thanks to their mature cheese, naturally lactose free, they are the ideal treat. They are light too: a biscuit provides only 3,5 calories;
- *Nature Bakery Dental* - made with 100% natural ingredients and providing mechanical cleaning action on teeth thanks to their crunchy texture. Their recipe includes ingredients able to support wellbeing of teeth and gums: parsley, that supports natural fresh breath, and green tea that helps counteract halitosis. Oven baked, their formula is free from added sugar, artificial colourings, flavourings or preservatives. The recipe includes naturally lactose free mature cheese loved by dogs;
- *Nature Bakery Apple and Cinnamon* - with the delicious flavour of home made cookies given by tasty and healthy apple, cinnamon and honey. Made without meal of animal origin and 100% natural, their formula is free from palm oil as well as added artificial colourings, flavourings or preservatives
- *Nature Bakery Lamb and ginger* - the unique flavour and nutrients from lamb combined with ginger beneficial effects give these biscuits and unmistakable flavour. Oven baked and free from palm oil and added sugar, their crunchy texture helps keeping teeth clean.

IN STORE

The catchy graphics of this new line expresses effectively the idea of a natural and genuine Italian homemade product made with the same care and attention any owner would want for their pet. Available in innovative 200 g packs, *Cliffi Nature Bakery* come with a promotional double sided display and a convenient and interesting launch price.

FACCIAMOCI UN HAPPY HOUR

UN MERLOT DEL 2011 OPPURE UN ROSÉ? CHAMPAGNE O VODKA?
WHISKY O TEQUILA? C'È SOLO L'IMBARAZZO DELLA SCELTA...

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**



Talvolta i nostri cani si divertono proprio con poco. Basta una bottiglia di plastica vuota... ed ecco che li vediamo passare del gran tempo a farla rotolare e rimbalzare da un posto all'altro oppure a mordicchiarla standosene comodamente e tranquillamente accucciati. I cani adorano proprio quel rumore così "croccante"! Alcuni vanno talmente matti per le bottiglie di plastica vuote che appena ne sentono il rumore si precipitano a guardare con occhi supplichevoli il padrone, come a dire... me la lanci o no? Vedere le bottiglie vuote in giro per casa e in realtà brutto e antiestetico. E poi occorre togliere il tappo e l'etichetta in carta e soprattutto stare molto attenti a eventuali parti che possono rompersi e venire inghiottite inavvertitamente.



CROCCANTE E SCROCCHIANTE

Ecco quindi un'idea che abbiamo trovato in giro per il mondo: si tratta di *Happy Hour Crusherz* di ZippyPaws. Happy hour? Sì, esatto, avete capito bene! È un chiaro invito a condividere l'aperitivo con l'amico a quattro zampe. In modo molto semplice. *Happy Hour Crusherz* è un gioco per cani a forma di bottiglia, una sorta di rivestimento che può contenere una vera bottiglia di plastica. Croccante e scrocchiante, quindi, come piace all'amico peloso. Ma senza alcun pericolo che si possano staccare parti in plastica con il rischio di venire ingerite. E soprattutto un'idea

bella e simpatica da avere in giro per casa o nella cuccia.

HAPPY HOUR INSIEME, MA ANCHE REGALO SPECIALE

Meglio un Merlot del 2011 oppure un Rosé? Champagne, vodka, whisky o tequila? C'è solo l'imbarazzo della scelta!

Utilissimo per riciclare le bottiglie usate, è perfetto come regalo al proprio amico quattrozampe per brindare quando arriverà il suo compleanno oppure per salutare insieme il prossimo capodanno.

E quando la bottiglia in plastica è troppo consumata, si sostituisce in un attimo. Così il gioco non finisce mai. (G.P.)



WORLD NEWS

IT'S HAPPY HOUR

A 2011 Merlot or a glass of Rosé? Champagne or vodka? Whisky or tequila? You're spoilt for choice...

It doesn't take much to entertain a dog sometimes. An empty bottle of water is enough to make us watch them spend hours playing with it. Dogs love that "crunchy" sound! Some dogs love bottles so much that as soon as they hear the noise they rush to their owner with pleading eyes, as if to say... are you going to throw it or what?

But empty bottles around the house aren't nice too see. And then you need to remove the cap and tag, and pay attention to any eventual broken parts that could be swallowed accidentally.

CRUNCHY AND ENTERTAINING

We found this idea looking at things around the world: *Happy Hour Crusherz* by ZippyPaws. Happy hour? Yes! It's like an invitation to share your happy hour with your pet. *Happy Hour Crusherz* is a toy for dog shaped like a bottle that can contain a real plastic bottle. Crunchy and entertaining, as dogs like, but safe because it prevents the risk of plastic parts being swallowed accidentally. A simple and funny idea to keep around the house or in the kennel.

HAPPY HOUR TOGETHER, BUT ALSO A SPECIAL GIFT

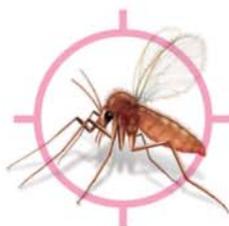
Is it better a 2011 Merlot or a glass of Rosé? Champagne, vodka, whisky or tequila? You're spoilt for choice! Extremely useful to recycle used plastic bottles, it's the perfect gift for your furry friend. And when the plastic bottle is too worn out, you can replace it in a jiffy. Never ending fun!



PROTEZIONE E REPELLENZA DI LUNGA DURATA

PAPPATACI: una minaccia silenziosa per il cane

In molte zone d'Italia, i cani sono esposti, oltre che a Pulci e Zecche, anche a Pappataci (o Flebotomi). Si tratta di piccoli insetti ematofagi, simili alle Zanzare, ma più piccoli (2-4 mm) e silenziosi (da cui il nome pappa-taci). Si nutrono del sangue del cane e possono trasmettere malattie. Sono diffusi in molte aree nel nostro Paese ed hanno attività stagionale, solitamente il rischio inizia a **Maggio** e dura fino ad **Ottobre**.



Contro i PAPPATACI, attività repellente e insetticida

Quando i Pappataci minacciano il cane, è possibile trattarlo con un prodotto, che oltre ad agire contro Pulci e Zecche, agisce contro questi pericolosi insetti. Contro il Pappatacio è possibile associare all'azione repellente, anche un'azione insetticida: l'insetto perciò non compie il pasto di sangue (**azione repellente** o anti-feeding) e va incontro a morte (**azione insetticida**), riducendo il rischio che il Pappatacio vada a colpire altri cani.

Per informazioni dettagliate sulle aree e periodi a rischio per la presenza di Pappataci, è consigliabile chiedere al proprio Medico Veterinario.

FRONTLINE

TRI-ACT PER CANI

SOLUZIONE SPOT-ON



Frontline Tri-Act protegge il cane da **Pulci** e **Zecche** ed è repellente e insetticida verso i **Pappataci** e le **Zanzare**. Quando un cane trattato è esposto ai Pappataci, questi non compiono il pasto di sangue sul cane (azione repellente o anti-feeding) e sono eliminati (azione insetticida).

Contro i **Pappataci**, **Frontline Tri-Act** fornisce protezione e repellenza di lunga durata.

Elimina in 6 ore Pulci e Zecche e la sua azione dura per 4 settimane. È repellente ed insetticida contro la Mosca Cavallina per 5 settimane e repellente verso le Zanzare per 4 settimane. Può essere utilizzato nei cuccioli a partire dalle 8 settimane di età e di peso superiore ai 2 Kg.

Frontline Tri-Act è disponibile, in base al peso del cane, in confezioni da 3 trattamenti e nelle **confezioni da 6 trattamenti** che consentono una migliore gestione del **programma di protezione**.

CHIEDI CONSIGLIO AL TUO VETERINARIO

www.frontlinetriact.it



CONFEZIONI DA **3** E **6** PIPETTE

NON USARE NEI GATTI E NEI CONIGLI. Leggere attentamente il foglio illustrativo. Tenere fuori dalla portata dei bambini e usare particolare attenzione finché il sito di applicazione non sia asciutto. Non utilizzare nei cuccioli di età inferiore alle 8 settimane o di peso inferiore a quello indicato per ogni confezione. L'uso scorretto può essere nocivo. È un medicinale veterinario, chiedi consiglio al tuo veterinario. Aut. Pub. n. 01-VET-2018



Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

VENT'ANNI DI PASSIONE, RICERCA E INNOVAZIONE

UN MARCHIO CHE HA SAPUTO INTERPRETARE I TEMPI
E AFFERMARSI COME UNO TRA I MIGLIORI ALLEATI DEI PET SHOP



Correva il giugno del 1999 e per la prima volta in Europa veniva lanciato un alimento per cani e gatti con ingredienti naturali al 100%: era *Schesir*, in lattina monodose, preparato in gelatina con l'aggiunta di vitamine e minerali. Una vera e propria scommessa, che Agras Pet Foods ha vinto soprattutto grazie al fatto che i rivenditori hanno sin da subito creduto nella proposta, gratificati anche dalla risposta dei consumatori che si sono immediatamente resi conto - dall'aspetto e dal profumo delle referenze - dell'innovatività del prodotto.



CELEBRARE UN ANNIVERSARIO... CON GUSTO!

Sono trascorsi vent'anni e oggi *Schesir* si è affermato come uno dei marchi leader in Italia nel segmento degli alimenti umidi "single serve", ma non solo. Con i suoi prodotti commercializzati in quasi 70 Paesi nel mondo, festeggia orgogliosamente questo importante anniversario con tante nuove proposte per i pet, restando sempre fedele alla mission aziendale di portare nel settore pet food l'alta qualità delle materie prime, della formulazione, dei processi di produzione e del prodotto finito.

DELIZIE NELLA CIOTOLA

La linea umido *Schesir* offre una vasta scelta tra circa 150 referenze proposte in diverse preparazioni, formati e tipologie (nel 2006 l'azienda ha lanciato il primo formato da 50 g, tuttora proposto per i mici nel multipack da 6 lattine e anche in busta) e continua nella ricerca di materie prime innovative quali la quinoa, il merluzzo e ora le specie di pescato esclusive (cernia, dentice, lampuga, ricciola) delle nuove "specialità del mare" in lattina da 85 g.



Fiore all'occhiello della linea, inoltre, le ricette con veri pezzi di frutta per cani e gatti: grazie a un'accurata ricerca condotta nel 2011 insieme all'Università di Bologna, sono stati esclusi possibili effetti negativi e scoperti, anzi, effetti positivi sull'ecosistema intestinale del micino a seguito della somministrazione di moderate quantità di frutta.



Da qui in poi la collaborazione con l'Ateneo è proseguita, fino all'accordo odierno che prevede l'apposizione di un logo ufficiale su tutti i prodotti la cui formula viene approvata dal Dipartimento di Scienze mediche veterinarie. Tra questi prodotti si trovano tutti quelli della linea secco introdotta nel maggio 2007, che vanta referenze di qualità contenenti ingredienti naturali secondo la mission del brand sulla quale l'azienda ha posto una crescente attenzione, sino all'odierno importante ampliamento e restyling di packaging che rende i prodotti Schesir Dry ancora più chiari da comprendere e da trovare a scaffale, e ancora più trasparenti verso il consumatore.



UN CUORE VERDE

Nei suoi vent'anni di attività Schesir ha parallelamente consolidato la propria identità di brand etico e attento all'ecosostenibilità: non solo è un marchio cruelty free, ma sta anche progettando un cammino sempre più "green". Per quanto riguarda gli alimenti umidi, infatti, vengono utilizzate solo specie di tonnetto non sovrasfruttate, da pesca sostenibile. Per packaging e materiali di comunicazione viene utilizzata carta riciclata o proveniente da foreste controllate e rigenerate, e comunque materiali riciclabili ogni qual volta sia possibile. È stato eliminato inoltre il cartoncino che rivestiva le lattine monodose, mentre le emissioni di CO₂ equivalenti prodotte dalla carta utilizzata in eccesso vengono compensate tramite la partecipazione a interventi di riforestazione. A testimonianza del suo crescente e concreto impegno, Agras Pet Foods ha redatto il Bilancio di Sostenibilità, già alla seconda edizione, disponibile sul sito www.schesir.it, che è stato giudicato dai consumatori tra i 40 più chiari ed efficaci fra i 529 presentati dal Codacons e meritevole pertanto del logo *Future Respect Index 2018*, a rappresentare una gestione d'impresa rispettosa del futuro, in quanto sensibile al bene comune, attenta all'interesse generale e rivolta alla coesione sociale. (M.C.)

CATS & DOGS

TWENTY YEARS OF PASSION, RESEARCH AND INNOVATION

A brand that was able to keep up with the times and become one of the best allies of pet shops

June 1999 saw for the first time in Europe the launch of a formula for dogs and cats with 100% natural ingredients: it was Schesir, in single serve trays, with jelly and added vitamins and minerals. A real bet that Agras Pet Foods won thanks to the fact that retailers immediately believed in the product, also because they were gratified by the response of consumers that immediately perceived the innovation brought by the product.

TASTY ANNIVERSARY CELEBRATIONS

Twenty years later Schesir is one of the leading brands in Italy in the single serve segment. With products sold in nearly 70 countries worldwide the brand is celebrating this important anniversary with lots of new pet products, although still following the company mission to bring high quality raw ingredients, formulae, manufacturing processes and final products to the pet market.

DELICACIES IN THE BOWL

Schesir wet line includes a broad choice among about 150 varieties available in different recipes, sizes and kinds (in 2006 the brand launched the first 50 g pack, still available for cats in six can multipacks, as well as in pouches) and they keep researching innovative raw ingredients such as quinoa, cod and other exclusive fishing species, (grouper, snapper, dolphinfish and amberjack) for the new "sea specialties" in 85 g cans. Crowning jewel of the line are the recipes with real fruit chunks for dogs and cats: a thorough research with the University of Bologna excluded any possible negative effect and discovered instead positive ones on cats intestinal ecosystem following feeding of moderate quantise of fruit.

Hence the collaboration with the university continued up to today's agreement for putting their official logo on all products whose formula is approved by the Veterinary department. The dry line introduced in 2007 is among these products and includes quality varieties with natural ingredients compliant with the brand mission, and is part of the packaging restyling that now makes all Schesir Dry products even easier to understand and find on shelves.

A GREEN HEART

In its twenty year Schesir consolidated its image of ethical and sustainable brand: not only it's a cruelty free brand, but they took on an even "greener" path. They only use skipjack from sustainable fishing, packaging and communication materials are made out of recycled paper, and they use recyclable materials whenever possible. The carton that used to wrap single serve cans was eliminated, whilst CO₂ emissions are compensated by participating to reforestation projects. To further prove its growing and effective commitment, Agras Pet Foods wrote a Sustainability Report, already at its second edition and available on www.schesir.it. It ranked among the 40 most clear and effective by consumers out of the 529 presented by Codacons and therefore deserving of the *Future Respect Index 2018* logo.



I mastini della pubblicità

di Filippo Giunti



Filippo Giunti
www.senzacreativi.it
filippo@senzacreativi.it

È un pubblicitario, non un creativo. Non è facile lavorare con lui, non è accomodante, è pignolo, minuzioso, discute spesso con i clienti perché si rifiuta di fare campagne d'immagine (che non li farebbero guadagnare) e spesso li perde. Pace. Ha fondato un'agenzia pubblicitaria con la quale combatte la sua guerra alla creatività, riportando la pubblicità alla sua natura scientifica, testata e pensata. Mette a disposizione di aziende e professionisti le sue strategie per portare in salvo le loro attività in una zona facile da difendere gettando bombe a mano sulla concorrenza.

LO SAI COSA VOGLIONO DAVVERO I TUOI CLIENTI? 3 STRUMENTI GRATUITI PER LEGGERE LORO NELLA MENTE (SENZA FARSI SCOPRIRE)



Nello scorso articolo abbiamo esplorato COSA cercare quando si cercano informazioni per migliorare i propri strumenti di marketing, è ora di vedere al volo DOVE cercare.

Tutto quello che ti suggerirò adesso è totalmente gratuito e se ti metti di impegno, eviti qualunque distrazione e ti dedichi per un intero pomeriggio a fare solo le ricerche che ora ti dirò, alla fine della giornata avrai raccolto una quantità immane di informazioni preziosissime che prima non avevi.

Ok, mettiti comodo sulla sedia che parliamo.

1 • SCAVA A FONDO NELLE RECENSIONI ONLINE

Le recensioni online dei prodotti e dei servizi sono l'Eldorado delle informazioni utili per scoprire "La Vera Voce" dei clienti.

E la cosa interessante è che non devono riguardare per forza esattamente quello che vendi tu o il tipo di servizio specifico che offri. Se leggi bene con attenzione trovi una valanga di informazioni che puoi usare anche se sono riferite a un prodotto abbastanza simile o a un servizio complementare al tuo.

La missione qui è scoprire cosa smuove il tuo cliente ideale, cosa lo tiene sveglio la notte a guardare il soffitto, perché decide di comprare quello che compra.

Per esempio, trovi un sacco di roba utilissima se ti metti a spiare quello che i clienti dicono dei tuoi concorrenti.

Non dirmi che non ci avevi mai pensato...

Renditi conto di quanto può essere prezioso per te avere queste informazioni nelle tue mani a loro insaputa in modo del tutto legale... Sono i clienti dei tuoi concorrenti che ti bussano alla porta e si siedono alla tua scrivania per raccontarti, senza trattenere niente, quello che pensano dei prodotti, del servizio e dell'offerta che ricevono... e tu con tutta calma, offri loro un caffè, li ascolti, ti segni tutto e intanto pensi a come migliorare la TUA offerta e il marketing che stai facendo, prendendo spunto dalle cose che i clienti gradiscono e andando a risolvere le inefficienze dei competitor delle quali si lamentano.

Non è male, eh?

COME "SPIARE" I CLIENTI PER ACCONTENTARLI MEGLIO

● SITO PAGINE GIALLE (O PAGINE FACEBOOK O GOOGLE BUSINESS)

Sul sito delle Pagine Gialle o simili ci sono recensioni di qualunque cosa, dagli studi notarili agli addestratori di cani. Sono risorse preziosissime per un'impresa locale.

Esistono altri siti simili anche su base cittadina. Conviene davvero scoprire quali possono interessarti.

Una volta che hai sviscerato bene tutti questi, sei pronto a indagare sul più grande magazzino virtuale al mondo.



● AMAZON

Ecco la mia arma segreta preferita quando ho bisogno di informazioni precise sul modo corretto di esprimersi dei clienti.

Quello che rende Amazon una risorsa così fertile dove cercare spunti preziosi è la grandissima quantità e varietà di prodotti in vendita e relative recensioni.

Prendi i guinzagli allungabili per cani ad esempio.

Fai una ricerca veloce e trovi più di 3.401 articoli con numerosissime recensioni per ciascuno...

Prendiamo l'articolo con la recensione più positiva, *il guinzaglio Vitazoo*, che ha 263 recensioni di cui 227 positive. Leggendola ci si fa subito un'idea molto chiara di quali siano gli aspetti interessanti per le persone che l'hanno scelto.

"Dopo attente ricerche ho trovato quello che cercavo. Leggero, forte, maneggevole ed esteticamente bello. Ottima fattura, i ganci sono massicci e resistenti. Il mio husky che tira come un matto è riuscito a rompere altri guinzagli a suon di strattoni ma questo è ancora intonso. Lungo e resistente, con i moschettoni in metallo. Molto versatile: si può tenere molto corto per le passeggiate in città e più lungo per abituarlo a passeggiare con noi senza paura che scappi..."

63 persone su 105 sono d'accordo con questa recensione, il che significa che probabilmente varrebbe la pena inserire le parole che ti ho sottolineato nel testo di un eventuale annuncio (nel titolo e/o nel testo della pagina vero e proprio) e fare un test per vedere se funzionano.

2 • FAI STALKING NEI FORUM, BLOG O NEI GRUPPI FACEBOOK

Sarò onesto...

Forum online dove le persone fanno domande e aspettano risposte, tipo Yahoo Answer o i gruppi Facebook, possono far perdere la pazienza a un santo dalla marea di sciocchezze che ci trovi scritte.

Io ci ho perso ore e ore, tra mamme che si offendono per una marca di latte in polvere cancerogeno o meno, ragazzini palestrati che difendono oltre ogni logica la loro scelta di campare solo di integratori ma anche professionisti rispettabili che si accapigliano come ragazzini sulle sfumature di un concetto senza importanza, però ogni volta che tra le sterpaglie sono riuscito a scovare l'oro della "Vera Voce" della mia consumatrice ideale che parlava dei suoi desideri, preoccupazioni e problemi, il tempo speso si è rivelato un grande investimento.

Moltissimi forum non richiedono nemmeno di registrarsi per leggere, e questo è tutta manna del cielo per uno stalker di clienti come dovrai diventare tu.

MA COME SI TROVANO I FORUM CHE TRATTINO ARGOMENTI RILEVANTI PER LA TUA RICERCA?

Dove si trova tutto. Su Google.

Nella barra di ricerca scrivi la definizione della nicchia, il tipo di prodotto o servizio che vuoi monitorare + FORUM (esempio: "ABITI PER CANI + FORUM") e riceverai pagine e pagine di risultati da consultare.

Tolte le inserzioni sponsorizzate, scavando a fondo in uno qualunque di questi forum quello che otterrai alla fine è un rapporto scritto preciso sui problemi che le persone hanno con gli abiti per i cani e quali sono invece le tematiche che interessano di più.

In caso tu produca o venda abiti per cani, puoi usare tutte queste informazioni non solo per aiutarti a scrivere testi più efficaci per i tuoi annunci o materiali online, ma anche per decidere quali sono le tipologie di abiti con più domanda o molto richiesti ma con una qualità media esistente molto bassa della quale puoi approfittare.

Vale la pena proporre un nuovo tipo di impermeabili o meglio puntare sul un mercato nascente di abiti particolari? Consultare i forum è un ottimo punto di partenza per scoprirlo.

Dopo aver affrontato i forum vediamo il prossimo...

**WAW
DOG**

Printed leather

Only for Zampotta readers:
special offer from
COLLAR Company

Visit collar.com



Get **FREE** display
with full set



Wow!

«WOW» effect!



Innovative printing
technology



Genuine leather



✉ south_europe@collar.com
🌐 collar.com



CollarGlobal.com
All rights reserved

© Produced by COLLAR Company

QUORA

Quora è un sito dove, una volta creato l'account, puoi fare domande su qualunque cosa dello scibile umano e ricevere risposta da una gigantesca comunità di persone comuni ma soprattutto esperti di settore, anche tra i più noti al mondo.

Tu scrivi un argomento e Quora ti indirizza nell'area giusta dove si stanno svolgendo conversazioni sul tema scelto.

A me Quora è utilissimo per capire quali dubbi hanno e quali domande si fanno le persone di un certo mercato ad esempio, per lavorare sul materiale di un mio cliente con una catena di Dojo di Aikido è stato illuminante vedere che la cosa che più interessava capire era quanto fosse efficace in un combattimento reale per strada.

Questo mi ha permesso di realizzare testi che affrontassero subito la questione dando le corrette informazioni alle giuste persone per qualificare immediatamente i clienti giusti e evitare delusioni o aspettative sbagliate che avrebbero procurato malumori tra i praticanti. Utilissimo anche per evidenziare le lacune di marketing nel tuo campo specifico in generale.

Se produci tessuti per cucce e trovi molte domande sugli eventuali piccoli insetti che possono nascondersi dentro, sai che il pubblico non è educato a sufficienza sulla realtà dei fatti, e questo, come dicevamo prima, potrebbe ostacolare anche la tua azienda senza che tu lo sappia, se non corri ai ripari e avvii azioni di educazione.

Micidiale anche per trovare argomenti e titoli per gli articoli del tuo blog o della sequenza di eMail Marketing. Come vedrai troverai tutte le domande più frequenti fatte dagli utenti.

- *Il tessuto può stare all'aperto?*

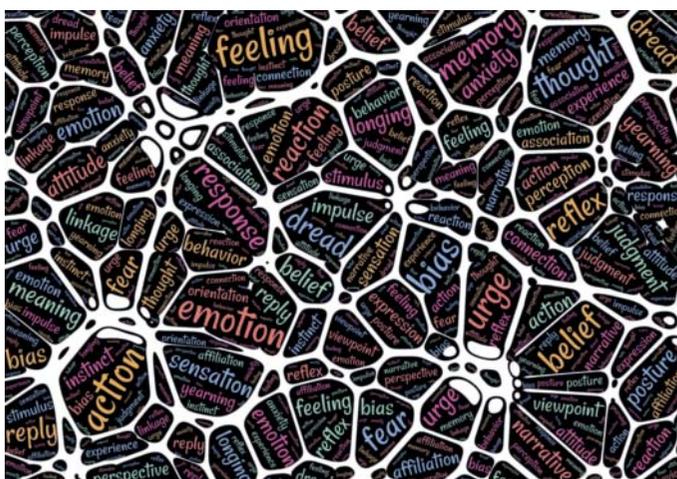
- *Quale misura scegliere per la cuccia di un alano?*

- *Quali prodotti non tossici usare per pulirli?*

Basta che apri, raccogli e poi scrivi il tuo post, senza impazzire a trovare l'idea geniale che poi magari non interessa a nessuno.

ALTRE RISORSE DA CONSULTARE

- REDDIT - Simile a Quora, un po' meno autorevole, è comunque pieno zeppo di piccoli forum e gruppi di discussione di qualunque argomento.
- I COMMENTI DEI BLOG - Cerca con lo stesso sistema dei Forum detto prima vari Blog che parlino dell'argomento che ti interessa e addentrati nei commenti.



3 • SVISCERA TESTIMONIAL, FEEDBACK E LAMENTATELE

Di solito le parole "testimonial" o "lamentela" ci richiamano alla mente i nostri due o tre migliori clienti ai quali abbiamo chiesto un giudizio per poterlo mettere da qualche parte sul sito web, o qualche recensione negativa che uno sconosciuto ha lasciato scritta su un sito che speriamo resti sepolta per sempre dalla valanga di pagine web presenti in internet.

Ma ci sono almeno altre due fonti dalle quali possiamo attingere a piene mani per capire bene cosa vogliono i clienti:

- EMAIL DELLA TUA LISTA DI CONTATTI

(Non voglio nemmeno pensare che NON hai creato una lista con tutte le eMail dei tuoi clienti, eh?)

Se spedisce regolarmente delle eMail ai tuoi clienti con offerte o altre informazioni utili, quando è stata l'ultima volta che qualcuno ti ha risposto per farti sapere quanto ha apprezzato il contenuto che gli hai regalato?

E ricordi su quale argomento era l'ultimo scambio di eMail che hai avuto con un cliente che ti chiedeva informazioni? Ricordi le esatte parole che ha usato per esprimere apprezzamenti, chiedere chiarimenti o criticare il tuo prodotto o qualche passaggio del tuo sistema di Marketing o di vendita?

Se non te lo ricordi, o proprio non ne hai idea, è tempo che tu inizi a crearti un file apposito da qualche parte per andare a consultarlo quando serve.

Quando decidi di migliorare la tua offerta o svilupparne una totalmente nuova queste informazioni ti servono come il pane per scrivere bene il tuo materiale.

- INTERVISTE

Le interviste sono uno dei sistemi che più mi danno soddisfazione nelle azioni di intelligence sui clienti perché mi permettono di continuare a scavare, incoraggiare, e chiedere maggiori dettagli sul modo in cui le persone si pongono nei confronti del prodotto/servizio finché non ottengo tutte le risposte e le frasi chiave che mi servono.

Chiedere testimonianze e feedback ai clienti dovrebbe essere una pratica comune e salutare per le aziende come lo è per me e per te fare un minimo di esercizio fisico ogni tanto (vero?), ma generalmente questo avviene via eMail, o al massimo si chiede di registrare una video testimonianza.

Io però cerco sempre di inserire nel sistema dei business dei clienti che seguono almeno un paio di occasioni ogni anno dove invitare le persone della loro mailing list ad accettare di rispondere a una veloce telefonata, al massimo 15 minuti, dove chiedere al volo proprio pochissime informazioni base sull'azienda:

- Cosa ti piace?
 - Cosa ami con tutto il cuore?
 - Cosa detesti?
 - Quale prodotto/servizio ha funzionato meglio per te?
 - Cosa diresti per consigliare il nostro prodotto/servizio a qualcuno?
 - Quali sono i tre maggiori benefici o vantaggi che hai ottenuto grazie a noi?
- Questo permette alle aziende di migliorare continuamente la loro offerta, e a me di scrivere testi più adatti a creare connessione e capire cosa vogliono i clienti per davvero.

Non aver paura di irritare i tuoi clienti, non è la richiesta di 15 minuti del loro tempo per parlare con te o con una tua assistente al telefono che li disturba, non riceviamo mai meno di 400/500 adesioni su 800/1.000 contatti totali (sono aziende grandi, se la tua lista conta meno persone va benissimo lo stesso. Sono i tuoi clienti, se accettassero soltanto in tre o quattro è sempre la loro "Vera Voce" che parla).

Adirittura spesso, se proprio non hanno tempo per chiacchierare, i clienti promettono di prendersi del tempo per scrivere una eMail con tutti i feedback richiesti (email che spesso sono lunghissime e dettagliate... e certamente hanno impiegato ben più di 15 minuti per scrivere!

Ovviamente devi essere bravo PRIMA a creare una buona relazione con il maggior numero di clienti possibile).

Ti consiglio davvero di non limitare i feedback e le testimonianze alla forma scritta unidirezionale (loro scrivono e tu ascolti) ma di iniziare a implementare una o due occasioni per richiedere vere e proprie interviste ai tuoi clienti.

È la classica situazione win/win dove tutti vincono e nessuno perde: tu ottieni tonnellate di informazioni utilissime sulla tua azienda e i tuoi clienti sono felici di sentirsi parte integrante della crescita del tuo business.

ASCOLTA I CLIENTI E FAI SCHIZZARE I RISULTATI ALLE STELLE

Fare ricerche sui clienti paga tantissimo. Più ne fai più soldi ti arrivano.

Ti permette di conoscere i problemi che hanno (ricorda il mantra: un imprenditore è una persona che guadagna risolvendo un problema a qualcuno), le paure e i desideri e soprattutto ti suggerisce le parole che usano per parlarne tra loro dei tuoi prodotti o del tuo settore in generale, e parlare lo stesso linguaggio è uno dei requisiti base della comunicazione non solo per essere capiti ma per risultare familiari, stabilire un vero contatto.

E come ti ho fatto vedere puoi usare queste informazioni per far fruttare al massimo i messaggi che mandi.

Mettere le loro parole nei tuoi testi, nelle tue pagine web, nelle eMail che spedisce, fare in modo che il materiale che produci rifletta perfettamente l'immagine dei tuoi clienti attuali o potenziali è una maniera infallibile per spiarlo direttamente nelle loro teste, e fargli sapere di essere atterrati nel pianeta adatto a loro.

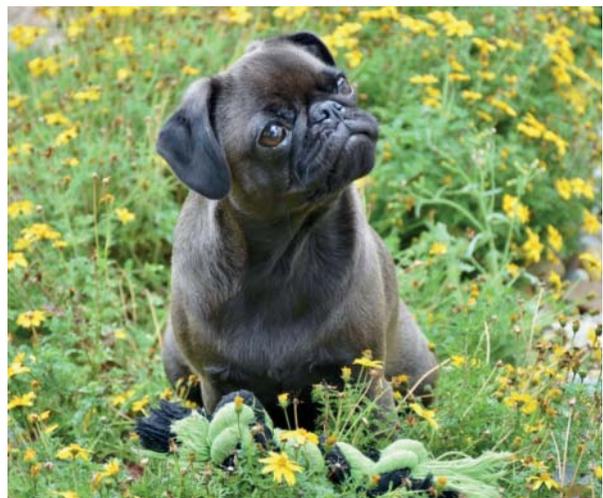
È questo che fa venire loro voglia di cliccare sul tuo pulsante di download, telefonarti per prendere un appuntamento, prendere la macchina per venire da te, scriverti una eMail per fare un'ordinazione, o qualunque altra cosa stai cercando con tutte le tue forze di invitarli a fare.

Per chiudere, ecco una roadmap riassuntiva step-by-step:

- Passo 1: Scegli lo strumento più adatto alle tue esigenze tra quelli elencati sopra. Io ti suggerisco siti come Amazon se tratti prodotti o Pagine Gialle se tratti servizi perché hanno tonnellate di recensioni dalle quali attingere a piene mani.
- Passo 2: Inizia a riempire un file excel con le espressioni, le frasi e gli argomenti che più riguardano le motivazioni di acquisto, le aree di dolore e le esitazioni dei clienti che ti interessano.
- Passo 3: Inizia a introdurre PICCOLI cambiamenti nel materiale che stai usando adesso. Mi raccomando di NON cambiare di punto in bianco tutto insieme. Cambia solo un titolo e testa i risultati, poi sostituisci un termine nel testo del sito e testa ancora, poi sostituiscine un altro, testa ancora e via. Lo so che negli esempi che ti ho mostrato io in qualche occasione ho cambiato di punto in bianco tutto il testo, ma mi occupo di pubblicità dal 1990... concedimi un minimo di esperienza nel copywriting e controllo in più di te. Tu non navigare a vista, ma procedi per piccoli testati passi.

Ti assicuro che sarai stupefatto dai risultati.

Ci sono davvero pochi altri investimenti che pagano dividendi così alti come il tempo passato a cercare di svelare cosa vogliono i clienti.



NOVITÀ DAGLI USA

UN ALIMENTO BILANCIATO, COMPLETO E GRAIN FREE.
DALLA RICERCA VETERINARIA PER GLI AMICI DI ZAMPA

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

Arriva direttamente dagli USA alle "ciotole" italiane e promette davvero bene. Parliamo della linea *Wellness CORE*, uno tra i migliori alimenti naturali presenti sul mercato statunitense, da poco distribuito in esclusiva per l'Italia da Pet Village.

Da oltre novant'anni *Wellness* sviluppa, insieme alla sua équipe di medici veterinari, un'alimentazione di qualità senza cereali, ricca di carne di alta qualità, con grassi selezionati moderati, frutta e verdura con pre e probiotici.

Come da filosofia aziendale ogni alimento *Wellness CORE* per cane e gatto è bilanciato, completo e grain free.

I PUNTI DI FORZA

- Il marchio è di proprietà della WellPet Company, azienda privata a conduzione familiare, pioniera nell'alimentazione naturale per cani e gatti.
- Gli alimenti sono prevalentemente a base di carne e ingredienti genuini.
- Il catalogo comprende un vasto assortimento di prodotti 100% naturali umidi e secchi, completi e bilanciati per cani e gatti.
- I benefici per la salute degli animali sono visibili e scientificamente provati.

COSA C'È (E COSA NON C'È)

- Carne o pesce fresco come primo ingrediente per offrire una ricetta ad alto contenuto proteico dal gusto eccezionale per mantenere la salute cutanea, un mantello lucido oltre a una corporatura robusta e una massa muscolare magra;
- l'assenza completa di cereali e la riduzione della quantità totale di carboidrati rendono *Wellness CORE* la formulazione ideale per assicurare che ogni boccone sia ricco di componenti nutritivi sani e senza riempitivi dannosi. Una

ricetta naturale e naturalmente ipoallergenica che rende il prodotto adatto anche ai cani e ai gatti più sensibili;

- i livelli garantiti di DHA per supportare lo sviluppo cerebrale e della vista rendono i cuccioli facilmente addestrabili e assicurano il migliore inizio per una vita in salute. L'aggiunta di antiossidanti aiuta a rafforzare il sistema immunitario;
- i livelli controllati di grassi alimentano il fabbisogno energetico quotidiano e promuovono il mantenimento del peso corporeo ideale;
- fibra dietetica, prebiotici e probiotici favoriscono una digestione ottimale anche negli animali più delicati e sensibili e migliorano l'assorbimento dei componenti.



Crufts 2019: il primo premio a un allevatore CORE

L'edizione di quest'anno del *Crufts*, la più grande manifestazione canina al mondo, ha visto incoronare Campione del "Crufts Best in show" uno degli ambassador *CORE*.

Il papillon Dylan the Villain (Planet Waves Forever Young Daydream Believers) e la sua proprietaria Kathleen Roosens sono stati acclamati da un'arena affollata e guardati online da milioni di persone in tutto il mondo. Con oltre 21 mila cani di razza che gareggiavano per il prestigioso titolo, il successo di Kathleen - partner *CORE* - segna per il marchio un momento storico che lo identifica come la nutrizione che alimenta non solo migliaia di cani in tutto il mondo, ma ora anche il Campione "Crufts Best in Show".



Crufts 2019: first prize to a CORE breeder

Crufts 2019, the most important dog event in the world, awarded one of *CORE* ambassadors as "Crufts Best in show".

Dylan the Villain Papillon dog (Planet Waves Forever Young Daydream Believers) and his owner Kathleen Roosens have been applauded by a crowded arena and seen online by millions of people all over the world. With over 21 thousands breed dogs competing for the prestigious prize, Kathleen success - *CORE* partner - marks a significant moment for the brand. It is the nutrition feeding thousands of dogs all over the world, and now it is "Crufts Best in Show" Champion.

I BENEFICI

● Pelo e cute - acidi grassi omega 3 e 6, semi di lino, olio di salmone, vitamine essenziali e minerali (zinco, vitamina E) per la salute della cute e un mantello lucido;

● benessere digestivo - pre e probiotici, vitamine A e B combinati con minerali essenziali contribuiscono a mantenere in salute il tratto digerente, quindi feci ridotte al minimo e ben formate;

● occhi, denti e gengive - vitamina A, calcio, fosforo e magnesio sono essenziali per una buona salute;

● energia - ricette complete e bilanciate con proteine di alta qualità, grassi e carboidrati selezionati e vitamina B, assicurano che l'animale si mantenga in forma con un cuore forte e un buon tono muscolare;

● sistema immunitario - proteine di alta qualità, vitamine A, B e minerali essenziali promuovono l'efficacia del sistema immunitario.

IN NEGOZIO

A supporto del punto vendita, Pet Village propone una comunicazione accattivante: display espositivi, volantini, totem pubblicitari, banner, nastri per scaffale. Inoltre sono previste promozioni speciali e iniziative di formazione per il negoziante, primo e principale veicolo di consiglio per il cliente finale.

Gli amici quattrozampe ameranno subito *Wellness CORE*, ma se per qualche motivo non dovessero trovarlo di loro gradimento, è possibile richiedere il rimborso dell'acquisto. La garanzia "Soddisfatti o Rimborsati" è valida in Italia sui formati piccoli secco cane (1,5 kg e 1,8 kg) e secco gatto (300 g) a marchio *Wellness CORE* venduti presso i negozi specializzati. I clienti potranno avere il rimborso del proprio acquisto, compilando e inviando a Pet Village l'apposita cartolina. (F.C.)

CATS & DOGS

NEWS FROM THE USA

Balanced, complete and grain-free product.
Developed after veterinary researches for pet friends

From the USA to Italian bowls: *Wellness CORE* line is very promising. It is one of the best natural lines available on the American market, recently distributed in exclusive in Italy by Pet Village. For over 90 years, *Wellness* and its team of veterinarians have been developing a quality diet without cereals, rich in high-quality meat, moderate quantities of selected fats, fruit and vegetables with prebiotics and probiotics. In compliance with the philosophy of the company, *Wellness CORE* for cats and dogs is balanced, complete and grain free.

POINTS OF STRENGTH

- The brand belongs to WellPet Company, family-run private company, pioneer in the natural nutrition for cats and dogs.
- The products are mainly made of meat and genuine ingredients.
- The catalogue includes a broad range of 100% natural wet and dry products for cats and dogs, complete and balanced.
- There are visible and scientifically assessed beneficial effects on the health of pets.

WHAT THERE IS (AND WHAT THERE IS NOT)

- Fresh meat or fish as first ingredient, in order to ensure a high-protein recipe with exceptional flavour, to preserve the health of skin, a shiny coat as well as a strong build and lean muscle mass;
- complete absence of cereals and reduced quantities of carbohydrates make *Wellness CORE* the ideal formula to ensure that each bite is rich in healthy nutritional principles and free from noxious substances. The natural and naturally hypo-allergenic recipe makes it suited for the most sensitive cats and dogs;
- guaranteed quantities of DHA support brain and sight development: puppies are easily trained and start their life healthy. Antioxidants help strengthen the immune system;
- controlled quantities of fats meet the daily energy need and help maintain the ideal weight;
- dietary fibre, prebiotics and probiotics support the excellent digestion in the most delicate and sensitive pets as well; moreover, they improve the absorption of nourishing substances.

BENEFICIAL EFFECTS

- Skin and cute - omega 3 and 6 fatty acids, linseed oil, salmon oil, essential vitamins and minerals (zinc, vitamin E) for the health of skin and a shiny coat;
- digestive well-being - prebiotics and probiotics, vitamins A and B combined with essential minerals support the health of the digestive system, thus reduced and correctly shaped excrements;
- eyes, teeth and gums - vitamin A, calcium, phosphorus and magnesium are essential for their health;
- energy - complete and balanced recipes with high-quality proteins, selected fats and carbohydrates and vitamin B preserve the pet healthy with strong heart and correct muscular tone;
- immune system - high-quality proteins, vitamins A and B, essential minerals promote an effective immune system.

IN SHOPS

In order to support shops, Pet Village offers captivating communication tools: displays, flyers, advertising totems, banners, shelf bands. Moreover, there will be special promotions and training initiatives for retailers, who are the main and first advisors of final customers. Pets will love *Wellness CORE*: however, should they not be satisfied, it is possible to ask for refund. The "money back guaranteed" rule applies in Italy to small packages under *Wellness CORE* brand available in specialized shops: dry dogs (1.5kg and 1.8kg) and dry cat (300g). Customers will be refunded by filling in and sending to Pet Village the special postcard.



I NOMI CHE EVOCANO L'IDEA

È SEMPRE REGGIANO, MA ORA SI CHIAMA BUON FORMAGGIO
LO SNACK 100% NATURALE, SENZA COLORANTI, CONSERVANTI E AROMI,
PRIVO DI ZUCCHERI, GLUTINE E LATTOSIO

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

L'azienda Chemivit, dopo una lunga riflessione, ha deciso che un nome deve evocare con chiarezza, rendere "tangibile" e chiaramente distinguibile quello di cui si sta parlando. Le tante eccellenze della "reggiana" rischiavano di rendere non immediatamente percepibile le peculiarità di questo snack, unico, completamente naturale, fatto solo di buon formaggio 100% italiano. Così ha ritenuto che valesse la pena di chiamarlo *Buon Formaggio*, migliorando anche la confezione che ora è dotata di pratica cerniera apri&chiudi.



LA SCELTA GIUSTA

Gli snack rappresentano un aspetto molto importante nell'alimentazione degli animali da compagnia e vanno scelti con cura. Si rivelano sia un valido complemento della normale alimentazione sia un ottimo alleato durante l'addestramento come graditissimi spuntini o una gustosa gratificazione per il quattrozampe.

Lo snack è anche un valido aiuto per far assaggiare al nostro amico di zampa qualcosa di diverso rispetto alla sua dieta quotidiana, che deve comunque rimanere quella principale e più importante. E cosa può esserci di meglio di uno snack 100% naturale?

BUONO COME IL SUO NOME

Cliffl Buon Formaggio è un appetitoso snack per cani, completamente naturale, ideale come premio e gratificazione nell'addestramento. Solo buon formaggio 100% italiano con una stagionatura minima di 12 mesi. Uno spuntino saporito, sano, genuino, ad alto valore nutrizionale, che fornisce calcio, fosforo e proteine; una dose di energia naturale, senza glutine e senza lattosio. Non contiene coloranti conservanti o aromatizzanti. La confezione sottovuoto mantiene inalterati a lungo la fragranza e il gusto straordinario del prodotto, la cerniera apri&chiudi consente di conservare al meglio lo snack anche dopo l'apertura della confezione.

Essendo privo di lattosio, senza glutine e monoproteico, risulta particolarmente adatto anche ai soggetti che manifestano sensibilità digestive o intolleranze alimentari ed è particolarmente indicato anche per i cani atleti che necessitano di energia velocemente fruibile prima e dopo le gare. *Cliffl Buon Formaggio* si contraddistingue per l'alta digeribilità, è inoltre una buona fonte di proteine ad alto valore biologico, calcio e fosforo. È disponibile in due versioni:

- Bocconcini adatti a cani di tutte le taglie;
- Barrette ideali per cani di taglia grande.

La consistenza di *Buon Formaggio*, durante la masticazione, svolge un'azione meccanica di pulizia dei denti.

LE CONFEZIONI

Sia le barrette che i bocconcini vengono confezionati in sacchetti sottovuoto da 70 g con pratica cerniera apri&chiudi e commercializzati in tray-box da 12 pezzi, per consentire una funzionale esposizione sia a scaffale che a banco; i sacchetti sono inoltre dotati di euroslot per offrire anche la possibilità di essere appesi. Un prodotto eccezionale a un prezzo veramente interessante e vantaggioso, supportato da una piccola brochure per i clienti. (R.G.)



DOGS

THE NAME SPEAKS FOR ITSELF

It is still Reggiano, but it is now called *Buon Formaggio* (tasty cheese): it is the 100% natural treat without colouring, preserving and flavouring agents as well as sugar, gluten and lactose

After long consideration, Chemivit decided that names must clearly reflect the features of what they are referring to. The Reggio Emilia excellence might not immediately convey the special features of the unique treat made of 100% Italian cheese. That is why the company thought *Buon Formaggio* (tasty cheese) was a better name. The package is also improved with handy re-sealable opening.

THE RIGHT CHOICE

Treats are very important for the diet of pets and they must be chosen carefully. They might be a useful supplement for the diet of pets as well as a precious ally during training, as delicious snack or tasty reward. Treats are also useful to let pets eat something different from the daily diet, which still has to be the main and most important meal. What is better than a 100% natural treat?

THE NAME SPEAKS FOR ITSELF

Cliffl Buon Formaggio is the delicious and completely natural dog treat, which is useful as cuddle or reward during training. It contains only 100% tasty Italian cheese (minimum ageing 12 months). It is the tasty, healthy, wholesome treat with elevated nutritional value that provides calcium, phosphorus and proteins: natural energy free from gluten and lactose. It does not contain colouring, flavouring or preserving agents. The vacuum-sealed package preserves unaltered its fragrance and flavour, while the re-sealable opening preserves the treat for a long time.

A TREAT FOR EVERY PET

Being single-protein, lactose- and gluten-free, the treat is particularly suited for pets with digestive sensitivity or food intolerances. Moreover, it is suited for athlete dogs requiring energy that is immediately available, before or after competitions. *Cliffl Buon Formaggio* features elevated digestibility. Moreover, it is an excellent source of proteins with elevated biological value, calcium and phosphorus.

Two versions are available: *Bocconcini* (Bites) for dogs of all sizes and *Barrette* (Bars) suited for large dogs. During chewing, *Buon Formaggio* texture has a mechanical cleaning effect on teeth.

PACKAGING

Both bars and bites are packed in vacuum-sealed 70g pouches with re-sealable opening, available in 12-pouch tray-box to ensure a functional display on shelf or on the counter. All pouches feature euroslot hanger in order to be hanged. It is an exceptional product at an interesting and profitable price, also supported by a small leaflet for customers.



NATURAL SUPERFOOD



DIGERIBILITÀ TESTATA DALL'UNIVERSITÀ DI TERAMO



UNO DI FAMIGLIA

MERITA BENESSERE E SALUTE

L'UNICO ED INNOVATIVO SUPERFOOD PER IL BENESSERE DEL MICROBIOTA DI CANI E GATTI

La nuova linea di alimenti UNO DI FAMIGLIA, approvata e consigliata da veterinari ed esperti, è formulata per nutrire e proteggere il microbiota intestinale di cani e gatti. Oltre a nutrire nel modo più appropriato l'animale secondo le sue peculiarità di carnivoro, favoriscono l'equilibrio ed il benessere del microbiota, grande alleato della buona salute.



CHEMI-VIT srl

Via Don Milani 5/c, Quattro Castella (RE) Italy - Tel: 0522/887959 @ 3381352865
info@chemivit.com www.unodifamiglia.com

By **Cliffi**



UNA RICETTA VINCENTE

SELEZIONE DELLE MATERIE PRIME, APPETIBILITÀ E SCIENZA:
GLI INGREDIENTI DI UN TRIONFO,
IN OCCASIONE DELL'ULTIMA EDIZIONE DI ZOOMARK INTERNATIONAL

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

Prolife, come si usa dire, ha "tenuto banco" durante Zoomark International presentando le ultime novità realizzate grazie a preziose innovazioni tecniche e scientifiche, frutto delle più avanzate ricerche condotte nell'ambito della nutrizione pet.

LE MATERIE PRIME

Tutti gli alimenti della nuova linea *Prolife* sono ricchi in carne fresca disossata e pesce fresco diliscato, riducendo la percentuale di ceneri apportate dalla componente ossea. Si tratta di materie prime in origine destinate al consumo umano, scelte per accrescere l'appetibilità degli alimenti senza dover ricorrere ad appetizzanti di sintesi. Non sono stati inoltre aggiunti additivi coloranti e conservanti. È stata esclusa qualsiasi materia prima che apporti glutine e non sono stati inclusi mais, frumento e prodotti caseari.

TRACCIABILITÀ E INNOVAZIONE

Proprio dalla natura *Prolife* attinge le materie prime di cui l'azienda ha deciso di comunicare l'origine, attraverso un sistema di informazioni tracciabili e rintracciabili. Il 90% circa delle materie prime impiegate è di origine italiana. Collegandosi al sito www.prolife-pet/origine, o tramite il QR code presente su ciascuna confezione, da oggi è possibile conoscere l'origine di tutti gli ingredienti presenti in ogni prodotto.

AL FIANCO DELLA SCIENZA

Per primi nel panorama mondiale, i nutrizionisti *Prolife* hanno applicato la nutrigenomica, una scienza nuova per quanto fondata sulla natura primordiale di ogni organismo, nell'ambito della nutrizione del cane e del gatto, cercando di ottimizzare l'impatto dei vari nutrienti sulla risposta dei geni preposti alle varie funzioni vitali, per migliorarne l'efficienza o riattivarne le capacità funzionali. Per la nutrigenomica non esiste il miglior alimento in assoluto, quanto il migliore alimento per le specifiche esigenze del singolo individuo.

IL BENESSERE È NEI GENI

Alltech® Nutrigenomic System è un complesso di diversi elementi sinergici, organici e naturali: molecole attive utili a favorire l'accensione o il silenziamento dei geni preposti alle principali funzioni vitali in base alla fase biologica del cane e del gatto. È il frutto delle



ricerche condotte da un'équipe congiunta di ricercatori Alltech® (azienda americana leader nella produzione di integratori naturali) e nutrizionisti *Prolife*. Ciascun alimento contiene uno speciale blend di nutrienti naturali in grado di agire sui geni preposti a funzioni fisiologiche fondamentali per la fase biologica in cui si trova l'animale, dalla crescita all'età adulta fino alla senilità.

LE LINEE CANE E GATTO

Per il cane è stata presentata una gamma articolata in sette linee:

- *Smart* è una linea dedicata al cane nelle varie fasi di vita, dallo svezzamento al mantenimento, e in base alla taglia. Dal mini al cane gigante, alimenti ricchi di gusto;
- *Dual Fresh* rappresenta una grande innovazione nel pet food. Alimenti ricchi in due carni fresche non familiari: oca e manzo, salmone e merluzzo, agnello e bufalo, maiale e tacchino, tutti studiati in base alla taglia dell'animale;
- *Sterilised* per il cane sterilizzato che presenta esigenze nutrizionali specifiche a partire da un apporto calorico controllato. *Prolife* propone due soluzioni specifiche, ricche in maiale fresco, per cani di ogni taglia;
- *LifeStyle* è una mini-gamma dedicata ai cani con esigenze legate alla condizione di vita: per il cane in sovrappeso e quello anziano, sempre in base alla taglia dell'animale;
- *Sensitive* per il cane sensibile che necessita di un programma alimentare su misura. *Prolife* gli dedica una linea di alimenti con una sola fonte proteica di origine animale: agnello, coniglio e maiale;
- *Grain Free* per i cani che manifestano sensibilità con sempre maggior frequenza. *Prolife* propone alimenti privi di cereali e glutine e una sola fonte proteica di origine animale. Tutti formulati in base alla fase biologica e alla taglia dell'animale;
- *Extreme*, due soluzioni nutrizionali con un'elevata percentuale di proteine di origine animale mixate a cereali antichi. Cinghiale, quaglia e fagiano, ma anche storione, trota e salmone, con legumi, amaranto e quinoa.

Per il gatto vengono proposte quattro linee:

- *Lifestyle*, soluzioni nutrizionali tutte ricche in pollo fresco o pesce fresco, per rispondere con gusto alle esigenze del gattino e del gatto adulto;
- *Dual Fresh*, una gamma di alimenti ricchi in doppia carne fresca, per coniugare gusto e benessere: salmone e merluzzo, agnello e trota, manzo e pollo;
- *Sterilised*, per il gatto sterilizzato che necessita di un'alimentazione specifica come questi alimenti ricchi in deliziose carni fresche disossate e pesce fresco diliscato;
- *Exigent*, due alimenti ricchi in pregiate carni fresche di cinghiale, quaglia e fagiano, o salmone, trota e storione. (R.G.)

CATS & DOGS

A SUCCESSFUL RECIPE

Selected raw ingredients, palatability and science: the ingredients for success at the latest Zoomark International

Prolife, as they say, held center stage at Zoomark International with the launch of its latest products realized thanks to technical and scientific innovation, resulting from the most advanced research in the field of pet nutrition.

RAW INGREDIENTS

All foods in the new *Prolife* line are loaded with boneless fresh meat and fish, thus reducing the amount of ashes brought by the bone component. These raw ingredients are human consumption grade, chosen to increase food palatability without using artificial flavourings. They are also free from added colourings or preservatives and raw ingredient don't contain any gluten, nor corn, wheat or dairy products.

TRACEABILITY AND INNOVATION

Prolife sources its raw ingredients from nature and declares their origin through a system of traceable information. About 90% of the raw ingredients used comes from Italy. By visiting www.prolife-pet/origine, or by using the QR code on each pack, it is now possible to trace the origin of each ingredient used in the product.

ALONGSIDE SCIENCE

First in the world, *Prolife* nutritionists applied nutrigenomics to dogs and cats nutrition, a new science based on the primordial nature of all organisms, trying to optimize the effect of the various nutrients on the response of the genes responsible for vital functions, to improve effectiveness or re-activate their functional ability. There's no absolute best food in nutrigenomics as such, there's the best food for the specific needs of each individual.

WELLBEING IS IN THE GENES

Alltech® Nutrigenomic System is a synergy of different organic and natural elements: active molecules that support the turning on or off of the genes responsible for the main vital functions according to the life stage of dogs and cats. It's the result of research by a joined team of Alltech® researchers (American leading manufacturer of natural food supplements) and *Prolife* nutritionists. Each food contains a special blend of natural ingredients able to affect the genes responsible for key physiological functions for the stage of life of the animal, from growth to adulthood to old age.

THE DOG AND CAT LINES

The dog range includes seven lines:

- *Smart* for dogs in their various stages of life, from weaning to maintenance, and according to size too. Tasty foods from mini to maxi;
- *Dual Fresh* is a great innovation in pet food. Recipes loaded with fresh meat from uncommon sources: goose and beef, salmon and cod, lamb and buffalo, pork and turkey, all according to dog size;
- *Sterilised* created to meet the specific needs of sterilized dogs, starting from a controlled calorie intake. *Prolife* includes two specific solutions loaded with fresh pork, for dogs of any size;
- *LifeStyle* is a mini-range for dogs with special needs caused by lifestyle: for over weight and senior dogs, always according to size;
- *Sensitive* for sensitive dogs needing a custom diet, *Prolife* created a line of foods with a single source of animal protein: lamb, rabbit and pork;
- *Grain Free* for sensitive dogs, *Prolife* created grain and gluten free recipes with a single source of animal protein, each according to life stage and breed;
- *Extreme*, two nutritional solutions with a high content of animal proteins mixed to traditional grain. Boar, quail and pheasant, as well as sturgeon, trout and salmon, with pulses, amaranth and quinoa.

Four lines for cats:

- *LifeStyle*, nutritional solutions brimming with fresh chicken or fish, to meet the taste and needs of kittens and adult cats;
- *Dual Fresh*, loaded with double fresh meat to combine flavour and wellbeing: salmon and cod, lamb and trout, beef and chicken;
- *Sterilised*, for sterilized cats who need a specific diet rich in delicious boneless fresh meat or fish;
- *Exigent*, two recipes brimming with fine fresh meats: boar, quail and pheasant, or salmon, trout and sturgeon.



Macabre scoperte...

Da oltre vent'anni il LABANOF, Laboratorio di Antropologia e Odontologia Forense - in seno all'Università degli Studi di Milano - si occupa della problematica della ricerca e del recupero di resti umani anche sepolti, avvalendosi di cani che con i loro conduttori formano le unità cinofile RRU (Recupero Resti Umani), un settore "creato" da Enrico Silingardi e portato avanti da Dominic Salsarola, archeologo forense. Per quanto riguarda le razze non ne esiste una più adatta di altre per questo lavoro specifico. La qualità principale di un bravo cane da ricerca è che per lui questo tipo di lavoro deve rappresentare il gioco più bello e motivante che ci sia, deve essere premiato dal compito stesso della ricerca, che eventualmente può essere rinforzata da incoraggiamenti verbali, alimentari e/o ludici.

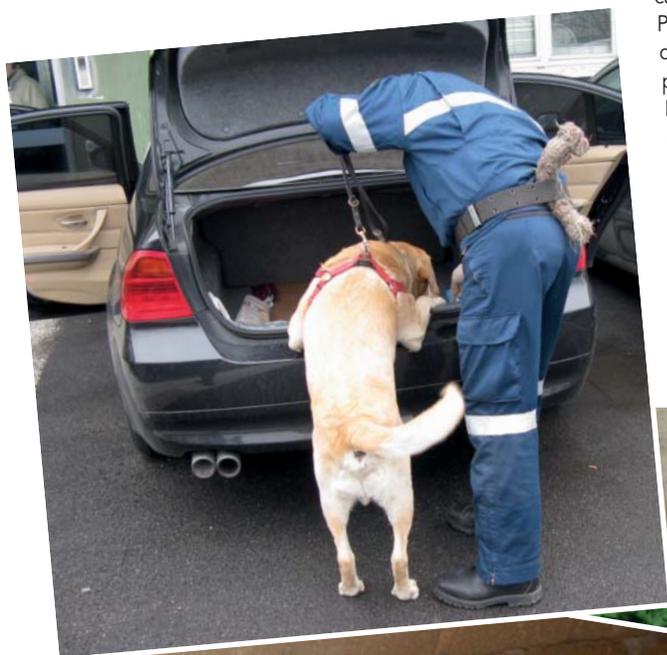
Sarebbe meglio evitare, però, razze selezionate per la loro aggressività, visto che in quasi tutti gli scenari operativi i cani devono lavorare in squadra con altre unità cinofile, così come cani di razze caratterizzate da una canna nasale particolarmente corta, che potrebbe essere causa di limiti olfattivi.

Possono essere adatti anche cani non di razza, se presentano le giuste caratteristiche, la giusta motivazione, una buona capacità olfattiva e una predisposizione al gioco/lavoro.

In Italia vi è probabilmente una predominanza di labrador come cani da cadavere, sia per la loro capacità olfattiva che per il carattere mansueto, ma sono stati impiegati con successo anche golden retriever, bracchi tedeschi, pastori tedeschi, pastori belga malinois e anche rhodesian ridgeback.

Il cane può segnalare in due modi: scavando o abbaiando, se nell'addestramento è stata enfatizzata la sua propensione al recupero o alla richiesta del suo oggetto di gioco, oppure sedendosi di fronte al reperimento e fissandolo, in attesa della sua pallina che gli viene lanciata nel punto esatto della segnalazione.

PUÒ SEMBRARE UN ARGOMENTO UN PO' TETRO, MA I CANI PER LA RICERCA DI CADAVERI O DI RESTI UMANI SONO UTILISSIMI NELL'AFFIANCARE L'UOMO NELL'AMBITO DELLA CRIMINALITÀ ORGANIZZATA E NON O IN SEGUITO A CALAMITÀ NATURALI



Bene a sapersi

● Nel 1974 fu addestrato il primo cane esclusivamente per la ricerca di cadaveri da parte del Dipartimento di polizia di New York. Da allora sono stati istituiti diversi programmi di addestramento negli Stati Uniti da parte delle forze di polizia e dell'F.B.I e questi cani sono stati ampiamente impiegati in seguito al crollo delle Torri Gemelle.

● L'addestramento dei cani da ricerca si estende a varie specializzazioni: ricerca dei dispersi in superficie, nei boschi, sotto le macerie, annegati, vittime di esplosioni o incendi devastanti e corpi sepolti. In Europa i team più attivi si trovano in Olanda e a Manchester.

● Per imitare un cadavere in decomposizione è preferito il maiale per la forte somiglianza con l'uomo dal punto di vista del rapporto tra massa muscolare e massa grassa, copertura pelosa e presenza di una fauna intestinale (molto importante proprio nelle fasi della decomposizione di un target) simile a quella umana, essendo entrambi onnivori.

Indirizzi utili

LABANOF - Laboratorio di Antropologia e Odontologia
Forense: www.labanof.unimi.it

UNA RICERCA MOLTO PARTICOLARE

La ricerca di un cadavere con l'ausilio di unità cinofile deve tenere conto di molte variabili: se la salma è stata deposta in superficie oppure sepolta, la sua profondità (se sepolta), l'intervallo temporale dalla sepoltura o deposizione del cadavere, la possibilità che la vittima sia avvolta all'interno di involucri (teli o sacchi di plastica), se sono stati utilizzati elementi chimici, quali calce o ammoniaca per esempio, per cercare di occultare ulteriormente i gas di risulta dalla decomposizione di una salma.

Ogni scena di sospetto occultamento di cadavere è diversa da un'altra e l'esperienza garantisce anche una maggiore elasticità strategica che permette di modificare i propri protocolli in funzione delle esigenze di ciascuna scena.

Il lavoro può essere richiesto da più parti, non tutte le ricerche sono dettate da eventi delittuosi, tanto che nella loro storia i cani da cadavere sono stati utilizzati in vari scenari, dalle catastrofi naturali (frane, uragani, tempeste violente, terremoti ecc.) ad atti di terrorismo, fino a incidenti che provocano vittime di massa.

Anche in ambiente giudiziario le capacità olfattive dei cani da cadavere possono essere richieste da più parti: come ausiliari per la Polizia Giudiziaria, come consulenti per l'accusa, come consulenti della difesa, come consulenti delle parti civili e come periti della corte.

Oltre che sulla ricerca da cadavere, anche sommerso, i cani possono essere addestrati sulla segnalazione di tracce ematiche sia all'interno che all'esterno; in una ricerca sono stati capaci di segnalare molteplici tracce ematiche, poi confermate dalla Polizia Scientifica, non più visibili a occhio nudo nonostante l'area fosse stata soggetta a fenomeni ambientali (pioggia).

Nei paesi come l'Italia, in cui non è permesso utilizzare materiale umano, nell'addestramento viene utilizzato il maiale, che presenta molti vantaggi in più rispetto ai prodotti artificiali, impossibili da dosare precisamente per riuscire a ricreare un desiderato scenario specifico. Il maiale, al contrario, può essere utilizzato intero oppure a pezzi, sapendo esattamente a che tipo e dimensione di target corrisponde; il maiale può essere vestito, avvolto in diversi involucri, bruciato (completamente o parzialmente), addizionato con tutte le sostanze immaginabili mentre questo non può essere effettuato con la sostanza artificiale. Inoltre segue un percorso di decomposizione, a differenza delle sostanze artificiali, che attraversa molteplici fasi, ciascuna delle quali è singolare dal punto di vista olfattivo.



Centro di Cultura Felina



E' quello che hai sempre cercato

Il loro benessere

Il loro equilibrio

Formati con noi
e realizza il tuo sogno

La prima scuola in Italia
interamente dedicata
alla psicologia e all'etologia del gatto

- Corsi formativi a Gorizia, Milano, Roma
- Consulenze Feline
- New! Aromaterapia per gatti 

 www.culturafelina.it

 www.facebook.com/feliscatusmiu

 373 7494189



il negozio del mese

Vengo Anch'io



LIDO VENGO ANCH'IO
cell. 3286580007
www.lidovengoanchio.it,
lidovengoanchio@gmail.com



VENGO ANCH'IO

Accanto al pet shop una serie di servizi che mettono al centro il tempo libero condiviso dal cane e dal suo proprietario

Vengo Anch'io è il nome del pet shop che si trova a Messina, in via Consolare Pompea. Ma non si tratta solo un negozio. È anche un lido, una toelettatura, uno spazio addestramento, un luogo per praticare l'agility. L'intuizione di associare alla semplice attività commerciale un insieme di servizi particolari è venuta a Fiorenzo Doni che, insieme a un socio, ha aperto questa attività lo scorso anno.



IL NEGOZIO

Il negozio è fornito principalmente di tutti gli accessori per vivere il tempo libero in compagnia dell'amico quattrozampe. La scelta è ben ponderata per differenziarsi dal classico pet shop e rivolta in particolare a brand - magari meno noti ma di alta qualità - che si distinguono per originalità e durata nel tempo. Un esempio? Le ciotole meccaniche con acqua che scorre in continuazione, viene filtrata e resta sempre pulita.

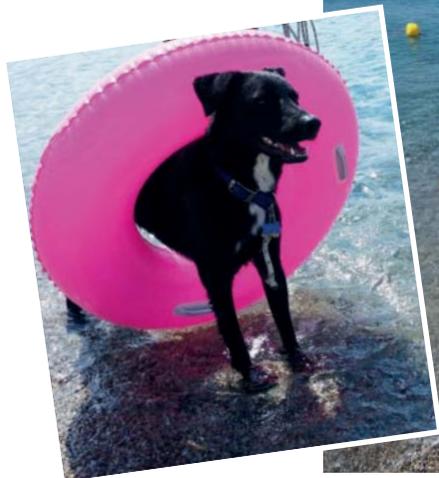
Il pet shop propone poi un assortimento molto fornito di giochi per incentivare il rapporto fra cane e proprietario: palline, frisbee, giochi interattivi e molto altro ancora. Una vasta scelta di ciotole, articoli di guinzaglieria e tutto quanto può servire per l'igiene e la toelettatura come shampoo, balsami, profumi, salviettine rinfrescanti, e anche antiparassitari, ma solo naturali, come quelli all'olio di Neem. Per scelta dei titolari, l'unico settore che manca è quello del pet food.

IL LIDO

Com'è nata l'idea dello stabilimento balneare Vengo Anch'io? Tutto nasce dalla volontà di creare una location 100% pet friendly, in un contesto cittadino povero di servizi e di aree destinate alla fruizione di cani e proprietari. Il nome Vengo Anch'io ricorda quello della canzone che Enzo Jannacci cantava nel 1967. Anche oggi, cinquant'anni dopo, spesso per chi è in compagnia di un cane non è difficile imbattersi in divieti di ingresso che lo pongono di fronte al bivio, decidere se lasciare a casa l'amico quattrozampe o rinunciare a una giornata in spiaggia.

Il lido Vengo Anch'io è pensato proprio per la coppia cane-proprietario ed è l'unico della provincia di Messina strutturato con un'ampia serie di attrezzature per accogliere i nostri fedeli amici.





Offre infatti diversi servizi per trascorrere gradevolmente le vacanze e il tempo libero senza dover rinunciare alla compagnia del migliore amico: per il proprietario ombrelloni e lettini, docce, punto ristoro e quant'altro presente in un normale lido; per il cane, materassino refrigerate, ciotola personale per l'acqua, sacchetti igienici e un guinzaglio di due metri per garantire il libero movimento accanto all'ombrellone. E prima di tornare a casa... una bella doccia pensata apposta per lui, per ripulirsi della sabbia.

L'aspetto particolare è che il lido *Vengo Anch'io* non è frequentato solo da proprietari di cani ma anche da molte famiglie senza animali che approfittano dell'occasione per insegnare ai propri figli come socializzare con i quattrozampe, coccolando e giocando con "il cane dell'ombrellone accanto".

AREA SGAMBAMENTO E AGILITY

I cani possono fare il bagno nel mare e giocare sulla spiaggia - magari con un gioco acquistato nell'attiguo negozio - in tutta libertà e sicurezza nell'apposita area sgambamento, sempre nel rispetto delle altre persone e degli altri quattrozampe presenti.

Periodicamente vengono poi organizzati corsi e dimostrazioni. Una volta alla settimana un addestratore cinofilo riconosciuto ENCI propone un incontro per la coppia cane-padrone affrontando i problemi più comuni di convivenza e comportamento, quali ad esempio l'animale che tira al guinzaglio. Per le "coppie" un po' più esperte c'è invece la possibilità di seguire corsi di agility con conduttori certificati nell'area agility dotata di attrezzatura a norma ENCI. E allora, fra corse e salti, il divertimento è assicurato!

DOGSHOWERPOINT

Il proprietario vuole finire la giornata con un'accurata toelettatura così da riportare a casa il cane pulito e profumato? Grazie alla toelettatura self service si può lavare l'amico quattrozampe in tutta tranquillità e sicurezza, con prodotti cosmetici neutri certificati, senza sporcare in casa e con la comodità di avere a disposizione tutta l'attrezzatura necessaria e professionale. Il DogShowerPoint è aperto 7 giorni su 7, 24 ore su 24, con apriporta elettronico mediante card personale.



EVENTI TUTTO L'ANNO

Negozi, lido e toelettatura sono aperti non solo d'estate, ma anche nel periodo invernale, dal venerdì alla domenica. Moltissimi sono gli eventi organizzati da *Vengo Anch'io*, pubblicizzati sulle pagine Facebook e Instagram, un modo per farsi conoscere attraverso il moderno passaparola social.

Come ad esempio le feste di compleanno a quattro zampe, oppure gli aperitivi - o meglio, aperibau - durante i quali vengono serviti drink e snack per le persone e ciotole di croccantini e gelato artigianale per gli amici pelosi. Un vero spasso per tutti!



Gli integratori per la funzione intestinale

Probiotici, prebiotici, astringenti: sarà capitato anche a voi di destreggiarvi tra i numerosi integratori dedicati alla funzionalità intestinale di cane e gatto, una gamma ormai molto ampia che va di pari passo con quella a disposizione dell'essere umano. Ecco una breve guida per poter dare un buon consiglio al cliente e rispondere correttamente alle prescrizioni del suo veterinario.

IL MICROBIOTA

Il microbiota... che termine affascinante. Sapete cos'è? È quell'insieme di microrganismi (in prevalenza batteri ma anche miceti e virus) innocui, anzi utili all'organismo che li ospita, che popola non solo l'intestino ma anche gli altri tratti del tubo gastroenterico, dalla bocca... in giù. Sono numerosi gli studi scientifici che a esso sono stati dedicati negli ultimi anni, sia in medicina umana che in quella veterinaria, poiché l'interesse è grande, sembra addirittura che sarà il futuro della scienza medica. Perciò, non chiamateli semplicemente "flora intestinale"!

Le funzioni del microbiota sono molteplici: nutrendosi e moltiplicandosi nell'ospite, questi microrganismi disgregano sostanze altrimenti indigeribili, come la cellulosa e le cartilagini, e producono elementi indispensabili come alcune vitamine (vitamine del gruppo B e vitamina K). Ma non finisce qui, ve ne sono talmente tante che sarebbe impossibile descriverle tutte.

Questo piccolo popolo, composto da molte migliaia di specie e sottospecie diverse, inizia a colonizzare l'ospite alla nascita e lo accompagna per tutta la vita durante la quale è soggetto a numerose variazioni in funzione dell'alimentazione e di molteplici altri fattori. E se qualcosa va storto, se alcune popolazioni si riducono o scompaiono e altre prevalgono, creando squilibrio? In questo caso si parla di "disbiosi" e i danni sono facilmente intuibili: dai disordini gastrointestinali alle carenze nutrizionali, fino a una reattività ridotta o anomala del sistema immunitario. Si pensa infatti che gli squilibri del microbiota abbiano una parte rilevante nell'insorgere delle intolleranze alimentari e di diverse altre patologie già accertate in medicina umana, quali ad esempio il diabete o la depressione.



UN TEMPO SUGLI SCAFFALI DEDICATI ERANO PRESENTI SOLO I CARI VECCHI "FERMENTI LATTICI" MENTRE OGGI IL MERCATO OFFRE UN'ENORME VARIETÀ DI PRODOTTI DIVERSI E ATTIVI SU VARIE FUNZIONI E DISFUNZIONI DELL'INTESTINO DI CANI E GATTI. SCOPRIAMOLI INSIEME

PROBIOTICI

I probiotici, il cui nome letteralmente significa "a favore della vita", sono ceppi selezionati di batteri capaci, se assunti nella giusta quantità, di colonizzare l'apparato gastroenterico, per lo più l'intestino, unendosi al microbiota preesistente e apportando benefici.

Vi sono molti prodotti di questo tipo dedicati a cane e gatto. Come nel caso di quelli a uso umano sono di libera vendita ma spesso vengono prescritti dal medico veterinario a completamento di terapie di vario genere, sia per patologie gastroenteriche che in altri casi, ad esempio in concomitanza con l'uso di antibiotici e antinfiammatori per lunghi periodi. Infatti, quando qualcosa rischia di danneggiare il microbiota naturale, come appunto alcuni farmaci, ma anche la diarrea, i cambi di alimentazione o lo stress, è necessario un aiuto dall'esterno.

Si possono utilizzare integratori a uso umano per i quattrozampe di casa? Benché molti lo facciano, in realtà è una pratica da sconsigliare perché il microbiota umano, tipico di un onnivoro, è piuttosto diverso da quello dei nostri amici carnivori.

PREBIOTICI

Per quanto il nome possa sembrare simile, probiotici e prebiotici non sono la stessa cosa: un prebiotico non è costituito da ceppi di microrganismi, bensì dal substrato



che ne favorisce la crescita. In pratica si tratta di sostanze, per lo più fibre fermentescibili, che di per sé non sono digeribili dall'animale, ma che vengono attaccate da specifici gruppi di microrganismi che possono così moltiplicarsi apportando un beneficio all'animale... è un po' come aggiungere legna nel camino per alimentare il fuoco.

I prebiotici possono essere direttamente addizionati al cibo per cane e gatto, soprattutto nelle linee dedicate alla funzionalità gastrointestinale, e in tal caso in etichetta verrà indicata la loro presenza, pertanto leggeremo termini altisonanti come inulina, lattosio, beta-glucani, ecc. Questi elementi possono essere aggiunti al mangime sotto forma di additivi oppure attraverso materie prime che ne sono ricche, come ad esempio frutta, verdura, legumi o crusca.

Molti integratori contengono poi sia probiotici che prebiotici, in modo da dare un doppio aiuto: da una parte forniscono i batteri "belli e pronti", dall'altra portano il nutrimento adatto a loro e agli altri microrganismi in difficoltà che si trovano già nell'intestino del cane o del gatto.

ASTRINGENTI E SIMILI

Quando la diarrea coglie impreparato il proprietario del cane o gatto, la prima cosa che desidera è un rimedio veloce ed efficace per arginare il "fiume in piena". La visita veterinaria non deve essere rimandata per nessun motivo, ma a volte la necessità è improvvisa e nell'attesa di poter condurre l'animale in ambulatorio ci sono dei rimedi che si possono utilizzare. Questi, però, non devono mai essere considerati una soluzione, in quanto è necessario accertare le cause della diarrea e somministrare la terapia specifica dietro prescrizione medica.

L'uso dei probiotici in questi casi non sempre è efficace, perché sebbene siano utilissimi quando la situazione si sta già normalizzando, non sono adatti a tamponare scariche improvvise. Infatti la loro funzione è ripristinare "dolcemente" un equilibrio perduto, ma in corso di diarrea acuta rischiano di non avere il tempo di agire. Entrano in campo, dunque, gli astringenti, capaci di ridurre la perdita di liquidi attraverso l'intestino grazie alla loro rapida attività assorbente, grazie all'azione dei loro componenti essenziali, in particolare farine vegetali, pectine e sali minerali. Gli astringenti agiscono velocemente e non interferiscono con gli accertamenti successivi effettuati dal veterinario (esami coprologici, ematologici e diagnostica per immagini). Spesso contengono anch'essi dei ceppi batterici probiotici in modo da iniziare contemporaneamente a fornire un aiuto al microbiota.

QUANDO CONSIGLIARLI E QUALI TENERE IN ASSORTIMENTO

Non esiste una soluzione univoca da dare al proprietario: se il senso comune vuole che per la diarrea si forniscano astringenti e probiotici e per la stipsi prebiotici, in realtà l'equilibrio del microbiota è così delicato e complesso che il parere del veterinario sul singolo caso e sulla specifica patologia in atto è in effetti imprescindibile.

Il consiglio è quello di tenere in assortimento almeno un paio di prodotti per ogni tipologia, magari differenziando l'offerta dei formati (compresse, pasta, liquido o polvere) in modo da venire incontro a ogni esigenza. È importante, inoltre, tenersi sempre aggiornati sulle novità che il mercato offre, dal momento che la ricerca in questo settore è molto vivace e le nuove soluzioni proposte dalle case farmaceutiche rispondono sempre meglio alle esigenze di un apparato così delicato come quello gastroenterico.

pet app

IL GATTO? UN VERO PICASSO

Con Paint for Cats il gatto può creare il suo personale capolavoro di pittura



Il micetto si annoia con i soliti giochi e viene attratto irresistibilmente dal telefono cellulare (o dal tablet) che vede in mano al proprietario?

Ebbene, da oggi può giocare anche lui con lo smartphone! Nel mondo delle app esistono infatti giochi da scaricare con contenuti studiati apposta per intrattenere il felino di casa con software appositamente sviluppati per divertirlo e attirarne l'attenzione. A meno che non sia uno di quei gatti che si diverte a disintegrare lo smartphone con unghie e denti... nel qual caso è meglio pensarci due volte, prima di dover dire addio al proprio cellulare.

INSEGUI IL TOPOLINO E CREA IL TUO QUADRO



Vuoi far scoprire al tuo cliente la vena artistica del suo felino? Consigliamo di scaricare *Paint for Cats* ed ecco che il gatto si trasforma in un vero Picasso!

Paint for Cats è un'applicazione di disegno e pittura per iPad ed è un'evoluzione dell'app *Games for Cats* che fa leva sull'istinto naturale del gatto di inseguire piccoli oggetti. In questa versione un punto laser oppure un topolino o una farfalla si muovono sullo schermo, allettando il gattino a "schiaffeggiarli" con le zampette.

Paint for Cats è invece caratterizzato da un topolino a strisce arcobaleno che danza intorno allo schermo in modo tale da stuzzicare il gatto a toccare l'iPad. Ogni volta che una zampa tocca il tablet, ecco una spruzzata di vernice che crea piccole opere d'arte di grande effetto. I quadri potranno anche essere esportati e, volendo, stampati e appesi.

Il risultato? Gran divertimento per il gatto... e un'opera d'arte stile Jackson Pollock!

Certo, i dipinti sono molto semplici, ma è comunque simpatico avere un piccolo ricordo.

Una volta realizzata l'opera si può salvare nel proprio album fotografico, inviare via email agli amici, stampare e appendere o condividere su Twitter, Facebook e Tumblr.

Si può scegliere fra 10 simpaticissime tavolozze: Caturday, Psycatdelic, Litter Box, Hot Paws, Mighty Jungle, Wild Side, Tabby Town, Cool Cat, Kitten Toes, Shadow Cat.

Il segreto di *Paint for Cats* è che non solo il topolino ma anche i colori che si creano man mano stimolano l'attenzione dell'artista peloso. E allora... via con la creatività a quattro zampe!





NOVITÀ NEW

Fieno Alpino
BI-GUSTO
700g Non compresso!



Assapora il gusto della Natura...



Con CALENDULA e MENTA PIPERITA
With MARIGOLD and PEPPERMINT

Con CAMOMILLA e FIORI DI TRIFOLIO
With CHAMOMILE and CLOVER FLOWERS

Con AMPIA VARIETA' DI ERBE PRATIVE
With a WIDE VARIETY OF HERBS

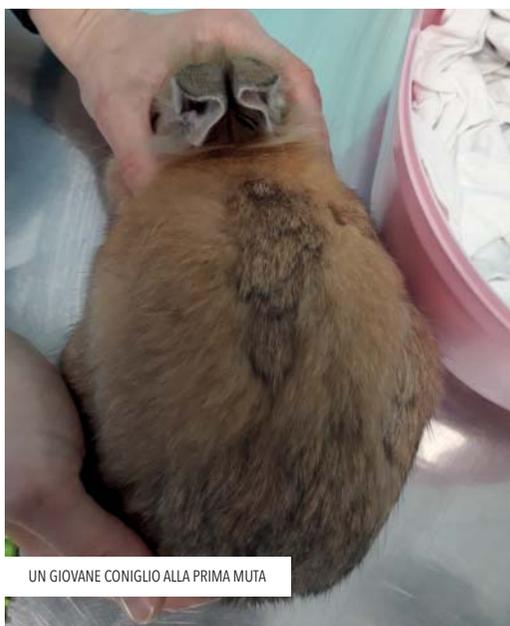
Con ECHINACEA e TARASSACO
With ECHINACEA and DANDELION



Qualche consiglio durante la muta

IL CONIGLIO COMPIE CON REGOLARITÀ LA MUTA... COSA FARE E COSA NON FARE? QUALI CONSIGLI POSSIAMO DARE AI NOSTRI CLIENTI PER AFFRONTARE NEL MIGLIORE DEI MODI QUESTA FASE?

Esattamente come accade per il cane e per il gatto, anche il coniglio compie la muta. Questo processo non è peculiare solamente delle tre specie appena ricordate ma interessa, con le debite differenze, tutti gli animali. I mammiferi sostituiscono il pelo, i volatili le penne, i rettili le squame... insomma, cambiare "abito" è perfettamente normale.



UN GIOVANE CONIGLIO ALLA PRIMA MUTA

COS'È LA MUTA?

La muta è quel meccanismo fisiologico grazie al quale i mammiferi sostituiscono il pelo vecchio per ricoprirsi di un nuovo mantello. Per quale motivo avviene? In natura l'animale è soggetto alle variazioni stagionali e, non potendo disporre di una casa accogliente e climatizzata, deve affidarsi alla protezione della pelliccia, che in inverno sarà più folta e calda mentre in estate molto più rada e leggera. Per poter passare dall'una all'altra copertura, è necessario che il coniglio perda il pelo vecchio per lasciare spazio alla crescita di quello nuovo, più adatto alla stagione in corso. Il coniglietto compie una prima muta quando è ancora molto giovane, ovvero già entro il secondo mese di vita, a volte mentre si trova ancora in negozio. Non molto più tardi, intorno ai 4-5 mesi si verifica una successiva muta, quella che porterà l'animale ad avere la prima pelliccia da adulto. Nel coniglio il pelo inizia a cadere solitamente a partire dalla testa e procede verso la coda, ma generalmente quando questo avviene non rimangono aree nude in quanto al di sotto del pelo in procinto di cadere è già iniziata la crescita di quello nuovo. Inoltre la muta non avviene in maniera uniforme ma a chiazze, e il proprietario neofita si trova spesso impreparato a questo evento e può anche arrivare a pensare che si tratti di un qualche problema di salute... in realtà è tutto normale. La muta dovrebbe avvenire due volte all'anno per consentire il passaggio dal pelo primaverile/estivo a quello autunnale/invernale. Come accade anche per il cane e per il gatto, i conigli che vivono all'interno delle nostre case non sono di solito sottoposti ai

cambiamenti climatici estremi che avvengono all'esterno, pertanto capita spesso che per tutto l'arco dell'anno si verifichi un parziale ma continuo ricambio del mantello. Questo fatto spesso crea disagio ai proprietari, i quali si lamentano del loro pet che lascia il pelo in giro per casa. Del resto, se non si è disposti a qualche piccolo sacrificio, meglio evitare di prendere un animale.

POSSIAMO AIUTARE IL CONIGLIO DURANTE LA MUTA?

La muta è un processo fisiologico e naturale: teoricamente il coniglio non avrebbe bisogno di aiuto, ma possiamo suggerire al proprietario una semplice operazione da compiere per renderne più agevole lo svolgimento e, perché no, ridurre i disagi dentro casa. Il consiglio principe è quello di spazzolare di frequente il proprio animale. Questa manovra può essere compiuta con regolarità e non necessariamente solo quando avviene la grande muta. I conigli a pelo corto, in genere, non hanno bisogno di molte cure in tal senso; nonostante ciò, spazzolarli tutti i giorni, o per lo meno una o due volte a settimana, consente di rimuovere il pelo morto che rimane sull'animale e asportarlo prima che cada e si accumuli sul pavimento, soprattutto in inverno quando il mantello è più folto e voluminoso. Lo spazzolamento periodico diventa invece fondamentale per le razze a pelo lungo, come ad esempio l'angora o il testa di leone, che hanno la tendenza a for-



mare nodi (soprattutto dove il pelo è più lungo) i quali, a quel punto, diventano fastidiosi per l'animale e difficili da districare senza arrecargli disagio. Inoltre il pelo lungo e soffice di queste razze raccoglie con grande facilità residui di lettiera e di sporco, pertanto lo spazzolamento quotidiano diventa utile non solo per mantenere in ordine il mantello, ma anche per evitare irritazioni e infezioni della cute. Se il coniglio viene abituato fin da piccolo, la cardatura diventa addirittura un momento piacevole, una vera e propria coccola, purché eseguita con delicatezza e senza stress per pet e proprietario. Al contrario, un animale adulto nel momento del bisogno potrebbe percepire la manovra come qualcosa di sgradito e tentare di sottrarsi. Per rimuovere il pelo morto si possono consigliare i comuni cardatori per gatti o i guanti in gomma, quelli dotati di morbidi dentini, che ogni negoziante accorto dovrebbe tenere in assortimento e poter consigliare al momento opportuno. I nodi devono essere asportati il prima possibile evitando di tirarli o strapparli ma tagliandoli con molta attenzione, poiché la cute del coniglio è molto delicata: se vi accorgete che il proprietario è inesperto o impaurito dalla manovra, meglio suggerirgli, almeno per le prime volte, di rivolgersi a un toelettatore. I grumi di pelo, se ingeriti durante la toelettatura, possono accumularsi a livello di stomaco e intestino e causare alterazioni della peristalsi o addirittura fenomeni di ostruzione, soprattutto se l'animale non è alimentato adeguatamente... un motivo in più per intervenire prima che la loro presenza possa causare problemi. Può capitare, inoltre, che anche soggetti a pelo corto a un certo punto non riescano più a toelettarsi soprattutto nella parte posteriore del loro corpo, il quale risulterà sempre più in disordine: ciò capita in particolare nei soggetti anziani i quali, magari a causa di problemi articolari a livello della colonna vertebrale, non riescono più a raggiungere la coda e gli arti posteriori.

IL CONSIGLIO PRINCIPE È QUELLO DI SPAZZOLARE DI FREQUENTE IL PROPRIO ANIMALE.



E SE NON FOSSE MUTA?

Non tutte le perdite di pelo sono dovute alla muta! Durante la gravidanza, soprattutto negli ultimi giorni di gestazione, o la pseudogestazione, la coniglia si strappa il pelo per creare il nido, ma in quel caso sul suo corpo saranno osservabili delle chiazze alopeciche soprattutto a livello di gola, fianchi e addome e il pelo asportato potrà essere ritrovato accumulato all'interno della tana o in qualche angolo della casa. Molte sono le cause patologiche che comportano alopecia, tra queste alcune parassitose come la dermatofitosi e le acariasi, oppure malattie metaboliche o ancora problemi comportamentali, come ad esempio l'eccesso di grooming o il barbering. Qualora vi fosse il sospetto che non si tratti di muta, è bene consigliare il proprio cliente di rivolgersi quanto prima a un veterinario.

fiory

micropills
VETERINARY LINE

ALIMENTO COMPLETO a base di FIENO

GRAIN FREE

PER il BENESSERE fisiologico e NATURALE dei Roditori
DIETE Conigli: obesity - INTESTINAL - RECONSTITUENT
MANTENIMENTO: puppy - adult - SENIOR

FIORETTA RaG. GIANNI di PAOLO FIORETTA & C. S.N.C.

Via Provinciale, 89 - 23811 - Ballabio (LC) Tel. +39 0341 530138 - Fax +39 0341 530392 www.fiory.com info@fiory.com

Problemi comportamentali nei pappagalli svezzati a mano

I PAPPAGALLI SONO UCCELLI INTELLIGENTI CHE POSSONO INSTAURARE UN RAPPORTO AFFETTIVO PROFONDO CON LE PERSONE ALLE QUALI SI LEGANO. TALVOLTA PERÒ POSSONO INSORGERE DEI PROBLEMI COMPORTAMENTALI CHE NON BISOGNA SOTTOVALUTARE...

Le diverse specie di pappagalli possiedono differenti caratteristiche dal punto di vista psicologico, fermo restando che non si possono mai fare generalizzazioni perché ogni individuo, anche se appartenente alla medesima specie, è in definitiva unico e possiede quindi peculiari caratteristiche comportamentali e psicologiche. I pappagalli cenerini e i cacatua tendono a essere particolarmente dipendenti dalla persona alla quale si affezionano e sovente mal sopportano distacchi forzati anche per brevi periodi. Facilmente risentono dell'umore del proprietario e non sono rari i casi in cui lo stress del proprietario si ripercuote sul volatile causandogli analoghi problemi. La persona più adatta a rapportarsi con questi pappagalli è quella equilibrata, calma e serena poiché si tratta di animali molto sensibili che possono risentire molto negativamente di rapporti problematici con l'uomo.



PAPPAGALLO CENERINO (*PSITTACUS ERITHACUS*) CHE SI STRAPPA LE PENNE

PROBLEMI COMPORTAMENTALI

Alcuni soggetti possono addirittura prendere il vizio di strapparsi le penne (analogamente a quanto capita negli umani che si mordono le unghie). Questo problema può insorgere per diversi motivi che vanno dallo stress alla frustrazione, alla noia, difficilmente alla mancanza di un compagno conspecifico. Non pochi casi sono invece dovuti a patologie fisiche che vanno riconosciute e curate perché possono anche risultare fatali. Quando l'autopica si accompagna al provocarsi lesioni cutanee, non raramente importanti, generalmente si tratta di soggetti malati e non solo psicologicamente disturbati.

Alcuni individui possono diventare beccatori del piumaggio altrui, "divertendosi" quindi a strappare il piumaggio al compagno o ad altri volatili con i quali convivono, generalmente della medesima specie. L'autore, nei pappagalli, ha sempre osservato questo comportamento manifestarsi con lo strappamento delle penne copritrici del capo.

Solo i nidiacei talvolta vengono fatti oggetto di beccamento in diverse porzioni del corpo e segnatamente sul dorso. In alcuni casi, generalmente la madre, può addirittura

ferire, amputare o uccidere i propri figli. Questo può capitare ad esempio quando la femmina è già intenzionata a deporre nuove uova prima che la covata precedente abbia lasciato il nido. In questi casi porre un secondo nido può aiutare a prevenire il problema. I diamanti mandarini (*Poephila guttata*) quando vengono posti in voliere collettive e specialmente se c'è un continuo ricambio di animali, piuttosto facilmente indulgono nel beccamento del piumaggio altrui. In coppia singola talvolta i maschi inseguono le femmine con insistenza e possono anche arrivare a ferirle o nei casi più gravi a ucciderle. In caso di aggressività all'interno della coppia nei canarini è invece generalmente la femmina che può uccidere il maschio. Questo accade più frequentemente in certe razze particolari come per esempio l'arricciato gigante italiano (AGI). Negli inseparabili e nell'eclotto (*Eclotus roratus*) la femmina è dominante sul maschio e quindi è generalmente quest'ultimo che subisce. Il contrario accade nei cacatua.

COME COMPORTARSI?

Un altro tipo di problema si riscontra quando il pappagallo prende invece il vizio di beccare le persone, comprese quelle della famiglia presso cui vive. Può capitare in questi casi che il soggetto venga lasciato chiuso nella sua gabbia per evitare le beccate ma così facendo il problema si aggrava. Bisognerà invece cercare di educare il volatile per fargli capire quali sono i comportamenti indesiderabili e che



NEGLI INSEPARABILI (NELLA FOTO, INSEPARABILE A COLLO ROSA *AGAPORNIS ROSEICOLLIS*) LA FEMMINA È DOMINANTE SUL MASCHIO E QUINDI È GENERALMENTE QUEST'ULTIMO CHE SUBISCE



ARA DALLE ALI VERDI (*ARA CHLOROPTERA*)

deve il dovuto rispetto alle persone con le quali convive. Sgridare il pappagallo, magari ad alta voce, non solo non serve, ma sortisce l'effetto opposto a quello desiderato. Le punizioni fisiche sono certamente da evitare e possono anche creare un danno permanente al soggetto, che sarà così difficilmente recuperabile come animale da compagnia. In un caso di cui l'autore ha avuto notizia, il sedicente esperto aveva consigliato alla famiglia di colpire il malcapitato pappagallo con un giornale ogniqualvolta si fosse permesso di beccare. Dopo aver messo in pratica questi "saggi" consigli la famiglia si è ritrovata con un soggetto incontrollabile, la cui aggressività e timore degli umani erano al culmine. Questo caso, il cui esito era scontato (il pappagallo è stato riportato presso l'allevamento in cui era stato acquistato perché divenuto ingestibile), va preso come esempio da evitare assolutamente. La

giusta punizione che può insegnare al pappagallo quale sia il comportamento corretto consiste nell'acchiapparlo immediatamente dopo aver inferto la beccata dolorosa, senza urlare o scomporsi, metterlo in punizione nella sua gabbia e lasciarlo da solo per circa quindici minuti, poi liberarlo nuovamente finché non dovesse beccare ancora. Insistendo con costanza il vizio può scomparire.

QUANDO I PAPPAGALLI URLANO...

I pappagalli che prendono il vizio di urlare, similmente ai neonati che piangono continuamente, spesso lo fanno per errori involontari dei proprietari. Alcune specie come gli ara, i cacatua e i conuri prendono più facilmente questo vizio rispetto ad altre. Bisogna dire che le vocalizzazioni, in particolare di certe specie di pappagalli, sono sempre piuttosto sonore e ovviamente tendono a esserlo di più con l'aumentare della taglia. Questo per dire che qualche "manifestazione canora" è da mettere in conto, entro un certo limite, nella convivenza con i pappagalli. Prima di acquistarne uno bisogna ponderare bene la cosa, anche in relazione ai rapporti con il vicinato. Bisognerebbe essere in grado di giudicare la situazione in modo obiettivo prima per evitare problemi poi, o peggio la restituzione del malcapitato e incolpevole volatile. Il vizio, in linea generale, si corregge premiando i silenzi e ignorando le urla.

dalle associazioni

di Marco Raldi



A.O.C.C. - Associazione Ornitologica
Città di Chieti



I 70 (E PIÙ) ANNI DELL'ASSOCIAZIONE ORNITOLOGICA CITTÀ DI CHIETI

Una festa aperta al pubblico in un prestigioso palazzo storico con un'esposizione di canarini e altri uccelli e una mostra di documenti storici e trofei

Prima in Abruzzo e nona in Italia: l'Associazione Ornitologica Città di Chieti (A.O.C.C.) ha festeggiato lo scorso aprile con giustificato orgoglio il proprio settantesimo compleanno. Sono trascorsi infatti 14 lustri da quando, nel 1949, l'A.O.C.C. è entrata a far parte della Federazione Ornicoltori Italiani (F.O.I.), allora appena istituita e riconosciuta. In realtà gli anni sarebbero alcuni in più, esattamente 73: la fondazione risale infatti al 1946, quando appena si cominciava a tornare alla vita consueta dopo gli orrori della guerra. Quei primi coraggiosi che vollero riunirsi per coltivare insieme la propria passione per l'ornitologia scelsero per il loro pionieristico gruppo il nome di "Associazione Canaricola Chietina", presto modificato in "Associazione Ornitologica Teatina". Più avanti la ragione sociale è stata variata ancora per assumere l'attuale denominazione di

"Associazione Ornitologica Città di Chieti" (A.O.C.C.).

Attualmente la F.O.I. può contare su oltre 230 Associazioni e 44 Club di Specializzazione distribuiti su tutto il territorio nazionale, attraverso i quali aderiscono alla Federazione circa 20.000 appassionati allevatori. Avere la consapevolezza di far parte dall'inizio di questa grande famiglia e l'orgoglio di essere stati il nono gruppo a costituirsi in Italia è certamente motivo di soddisfazione, e gli attuali dirigenti del sodalizio hanno voluto farlo sapere a tutti organizzando una mostra e un evento celebrativo presso Palazzo de Mayo, prestigioso edificio storico nel centro cittadino sede della Fondazione Chieti Abruzzo-Molise, da poco inglobata nella Fondazione Banco di Napoli.

Nel corso della mostra, ovviamente, la consueta sfilata di uccelli, non soltanto i canarini allevati dai pionieri nel 1943. E poi documenti e fotografie che testimoniano una lunghissima storia. Scopo principale delle associazioni di questo tipo è quello di promuovere lo studio, il miglioramento, lo sviluppo e la conservazione del

patrimonio ornitologico. L'Associazione "Città di Chieti" si prefigge, inoltre, di propagandare l'amore e la conoscenza degli uccelli, insieme al rispetto e alla salvaguardia del loro habitat, e di diffondere i sistemi del loro corretto allevamento sia a scopo ornamentale che espositivo, riproducendo in cattività anche soggetti appartenenti a specie in via di estinzione. Tali finalità vengono raggiunte a livello locale coinvolgendo tutti gli associati, giovani e meno giovani, che ritrovano nelle varie attività svolte il piacere e la bellezza di vivere con passione momenti di puro contatto con la vita dei loro piccoli amici e di condividere i ritmi biologici che regolano l'esistenza di tutti gli esseri viventi, opportunità che questo mondo ipertecnologico tende a farci dimenticare.

L'Associazione di Chieti può contare attualmente su un numero stabile di oltre 50 soci. Alcuni di loro sono figli e nipoti dei soci fondatori, questo a testimoniare il forte legame di passione che si è trasferito, con il passare delle generazioni, anche in periodi di forti cambiamenti delle abitudini e dei costumi.

E proprio questa passione ha spinto i soci a voler celebrare il traguardo dei settant'anni con l'organizzazione di una giornata di festa corredata con l'esposizione di un centinaio di uccelli rappresentativi delle specie maggiormente allevate. Si spazia dai canarini ai pappagalli, passando per i coloratissimi uccelli esotici, ma non mancano ovviamente gli uccelli indigeni. Chiaramente tutti animali nati in cattività, allevati e detenuti rispettando i principi del loro benessere e le rigide disposizioni vigenti per la detenzione delle specie autoctone. La mostra degli animali vivi è stata accompagnata da documenti e foto storiche che riassumono e rappresentano gli oltre settant'anni della vita dell'Associazione nel ricordo dei vecchi e mai dimenticati soci. Non è mancata, infine, l'esposizione di trofei e premi che gli stessi soci hanno conquistato negli anni a livello regionale, nazionale e mondiale.

Una festa grande insomma... con 70 e più candeline da spegnere non si poteva certamente fare di meno.

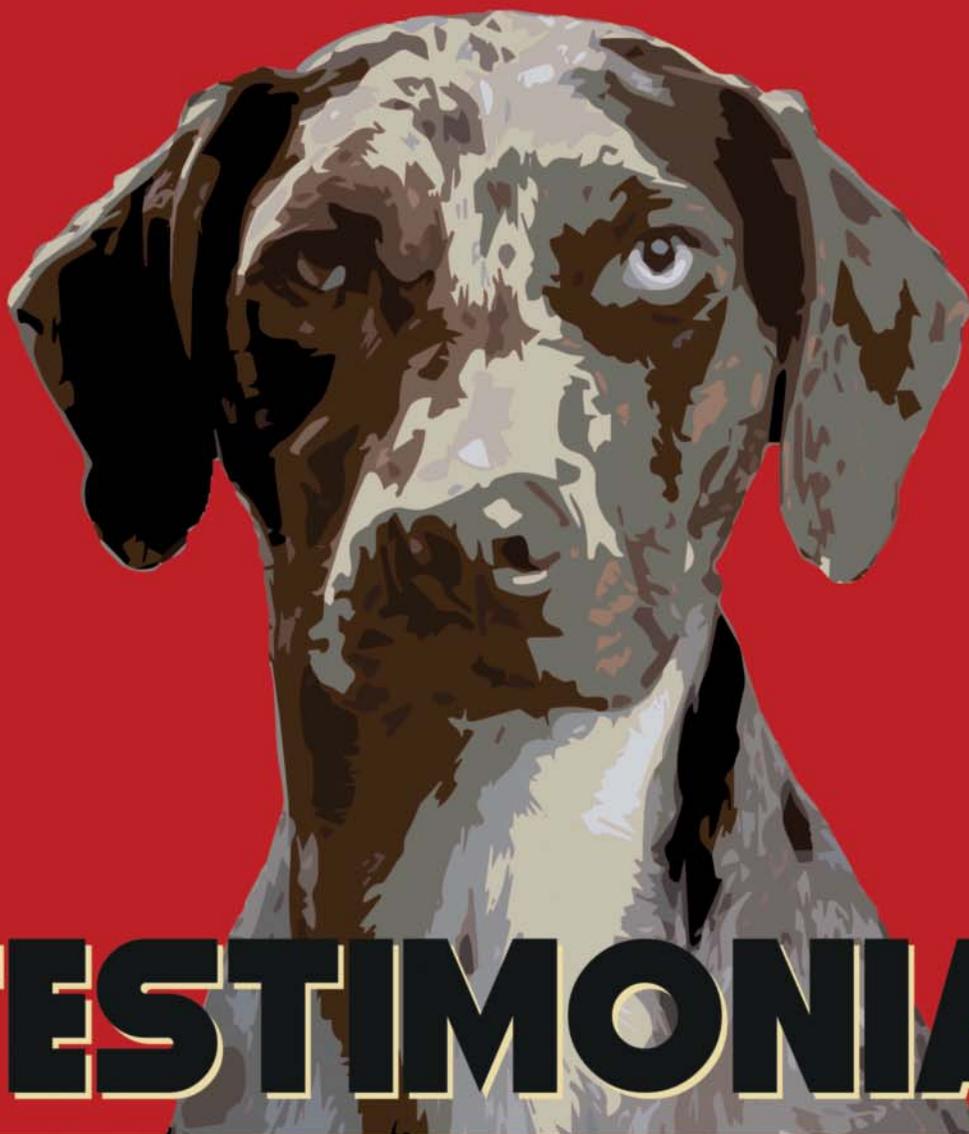


ALCUNI SOCI IN UNA FOTO D'ANNATA



ALCUNI ESEMPLARI IN UNA RECENTE ESPOSIZIONE A.O.C.C.

ABBANDONARMI È UN REATO.



TESTIMONIA!

ABBANDONARE UN ANIMALE NON È SOLO UNA CRUDELTÀ, MA UN REATO PUNIBILE ANCHE CON L'ARRESTO. SE VEDI COMMITTERLO, CHIAMA I SOCCORSI, SEGNALE E TESTIMONIA. SARAI LA COSCIENZA DI CHI NON CE L'HA.



Ente
Nazionale
Protezione
Animali

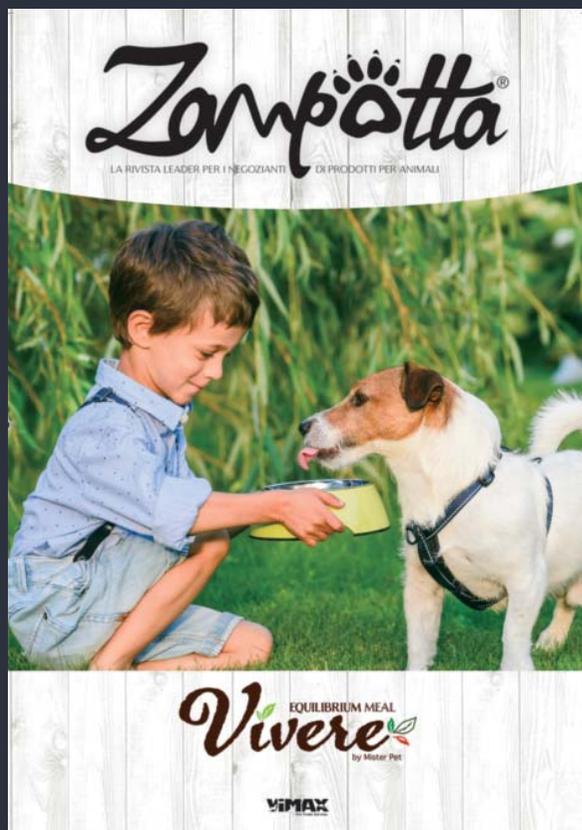
www.enpa.it

RINNOVARE L'ABBONAMENTO GRATUITO PER L'ANNO 2019

Caro abbonato,
per garantirti un servizio accurato, puntuale e di qualità e soprattutto per poter continuare a mandarti Zampotta gratuitamente anche quest'anno, ti chiediamo pochi minuti del tuo tempo per andare al link qua sotto e compilare i campi del form.

Grazie per la collaborazione!
La redazione

WWW.ZAMPOTTA.IT/RINNOVO



CONFIRM YOUR FREE SUBSCRIPTION FOR THE YEAR 2019

Dear subscriber,
to help us guarantee you an accurate, punctual, quality and free service throughout 2019, we kindly ask you to devote us a few minutes to send an e-mail to: abbonamenti@zampotta.it to confirm your mailing address.

Thanks for your support!

The editorial team

DENTRO LA TANA

ANCHE I RETTILI HANNO BISOGNO DI SENTIRSI AL SICURO E BEN PROTETTI

Se hai questo prodotto
in negozio,
FATTI TROVARE!
Vai a pagina 42
e verifica la tua presenza
nel **TROVA NEGOZIO**

Negli utili decenni in Italia sono in crescita gli appassionati di animali un po' particolari... insomma, fra i pet che vivono nelle nostre case ci sono anche loro, e sono sempre più numerosi: i rettili di tanti tipi diversi. Possono vivere tranquillamente nell'ambiente domestico ma per gestirli al meglio occorre creare un ambiente confortevole nel terrario, ben aerato, con materiale drenante, terriccio, foglie, sabbia e substrati ed elementi decorativi come piante finte, pietre e rami che serviranno anche come "palestra", con alternanza di spazi all'aperto e al chiuso. Tutto questo fornisce all'animale ospitato il miglior comfort e conferisce all'ambiente ricreato un tocco estetico gradevole e realistico.

UN RIPARO FRESCO E UMIDO

Una tana per nascondersi è una caratteristica importante e necessaria di un terrario naturale. Senza una zona sicura di questo tipo, il rettile rischia di sviluppare facilmente dello stress che influirà negativamente sulla sua attività e sul suo appetito. L'obiettivo è ricreare il più possibile un ambiente che si avvicini a quello del suo habitat naturale in modo da garantire all'animale salute e benessere.



Il rifugio deve offrire un riparo fresco e umido, necessario sia per aiutare il rettile a liberarsi della pelle sia per favorire lo sviluppo delle uova evitando che si secchino e possano morire.

Le tane *Rock Lairs* di Zilla sono nascondigli che offrono al rettile uno spazio per sentirsi al sicuro e il conforto di una zona umida e ombrosa. Sono state progettate proprio per impedire la fuoriuscita dell'umidità, consentendo però il ricambio di aria fresca e la prevenzione della formazione di muffa. Il rettile entra ed esce da un

ampio ingresso posto sul lato attraverso una piccola rampa separata da una specie di muretto che riduce la quantità di luce che circonda l'animale. Sembra una tana naturale vera e propria e crea uno spazio in cui il rettile può nascondersi e quindi sentirsi più al sicuro. L'aspetto muschioso ha un effetto molto naturale e offre un'ulteriore superficie ruvida per sfregarsi e favorire la rimozione della pelle. E nel caso si decida di tentare la riproduzione in cattività, le tane *Rock Lairs* rappresentano un rifugio adatto anche in questa straordinaria circostanza. (A.B.)

WORLD NEWS

IN THE LAIR

Reptiles need to feel safe and protected too

These past decades saw the increased popularity in Italy of very particular pets... Reptiles, of all kinds. They can comfortably live indoors, as long as they have a suitable environment in their terrarium, well aerated, with draining materials as well as soil, leaves, sand and decorations such as artificial plants, stones and branches, that will double as a sort of "gym", alternating open air areas to indoors ones.

All this makes the animal comfortable and gives its environment a pleasant and realistic touch.

A FRESH AND MOIST SHELTER

A den to hide into is important and necessary in a natural terrarium. Without such a hideout, the reptile may suffer from stress which will affect negatively on its activity and appetite. The aim is to recreate an environment as similar as possible to its natural one thus promoting health and wellbeing.

There should be a fresh and moist hiding place, necessary to the animal to change skin and encourage egg development, preventing that they dry and die.

Zilla Rock Lairs provide your reptile with a safe and comfortable space with a moist and shady area. Designed to prevent moisture leakage at the same time ensuring fresh air supply and preventing mould formation.

The reptile goes in and out from a wide side entrance through a small ramp separated by a sort of wall that reduces light. It looks like a real natural lair, and gives the animal a space where to hide and feel safe, with mossy looking parts encourage friction and helps skin change.

And in case you decide to try captive breeding, *Rock Lairs* are the suitable hideout.



10 domande su...

1 Ci sono sauri "domestici" che si possono allevare liberi in casa?

La risposta è no. Se il cliente vuole un animale che gli dia affetto e che gironzoli tranquillamente per casa trovandosi a suo agio, dobbiamo spingerlo ad acquistare un cane o un gatto o comunque un mammifero. Un sauro, come qualsiasi altro rettile, dev'essere necessariamente allevato in un terrario nel quale si dovrà cercare di offrirgli un ambiente adeguato alle sue esigenze.

2 Quali sono le specie consigliabili a un neofita?

Sicuramente quelle più comuni sul mercato: il piccolo gecko leopardo *Eublepharis macularius* ad esempio oppure, per chi abbia più spazio, il drago barbuto *Pogona vitticeps*, oppure *Iguana iguana*. Sono specie comunemente riprodotte in cattività, abbastanza facili da accontentare e possono dare piena soddisfazione al neofita così come a un allevatore con maggiore esperienza.

3 Quali sono le dimensioni giuste per un terrario destinato all'allevamento dei sauri?

Questa domanda non ha una risposta che possa essere sempre valida: dipende ovviamente dalle dimensioni degli animali ospitati (quelle massime raggiungibili e non certo la taglia al momento dell'acquisto che riguarda spesso individui giovani) e dalle loro abitudini di vita. Per un arrampicatore, ad esempio, il terrario dovrà avere sviluppo soprattutto in senso verticale ma ben altri sono, ad esempio, gli spazi necessari a un'iguana di 50 cm o più rispetto a quelli necessari a un piccolo gecko. Per quanto i rettili possano accontentarsi (i sauri si muovono comunque assai più dei serpenti) dobbiamo cercare di convincere gli appassionati che, nei limiti del possibile, è sempre da preferire il contenitore più ampio. Volendo dare delle misure possiamo fare riferimento alle linee guida SIVAE (Società Italiana Veterinari Animali Esotici) che consigliano di moltiplicare la lunghezza dell'animale ospitato dal rostro alla cloaca, coda esclusa (LRC), per un fattore di moltiplicazione. In concreto le dimensioni minime in centimetri per un terrario destinato a sauri

terricoli sarebbero: lunghezza LCR x 6; larghezza LCR x 3; altezza LCR x 4, da aumentare per specie di grossa taglia o per l'allevamento di più individui nella stessa teca. Condizioni analoghe, ma con l'altezza di misura maggiore, nel caso si allevino sauri arboricoli.

4 Che cos'è il "terzo occhio"?

Diverse specie di sauri, tra le quali il drago barbuto, l'iguana verde, l'anolis e i varani possiedono un occhio rudimentale o organo parietale sulla sommità del capo. Si tratta di una piccola area sul capo composta da cellule fotosensibili. Non serve per vedere, ma l'occhio parietale percepisce comunque luce e buio e si connette alla sacca pineale che il rilascio di melatonina, un ormone che influisce sul sonno, più o meno come avviene negli esseri umani mediante la ghiandola pineale.

5 Tutti i sauri sono muti?

Assolutamente no. Anche il gecko nostrano *Tarentola mauritanica* può emettere suoni ben udibili e c'è anche chi ha prestazioni ben più clamorose: il caratteristico verso emesso dagli alligatori americani durante il periodo riproduttivo (solitamente tra marzo e aprile) può essere udito a chilometri di distanza.

6 Come va illuminato un terrario per sauri?

A questa domanda rispondiamo con indicazioni di carattere generale, dando semplicemente informazioni di base. Sarà cura del bravo negoziante modularle sulla base della specie allevata, approfondendo il discorso attraverso la letteratura specializzata. È evidente infatti che sono ben diverse le esigenze, ad esempio, di un sauro deserticolo da quelle di un gecko con abitudini crepuscola-



IL GECCO LEOPARDO È TRA I SAURI PIÙ FREQUENTEMENTE ALLEVATI IN CATTIVITÀ

L'ALLEVAMENTO
DEI SAURI.
DALLE SPECIE
CONSIGLIABILI
AL NEOFITA AL CIBO
MIGLIORE; DALLE
DIMENSIONI DEL
TERRARIO AL "TERZO
OCCHIO": IN DIECI
DOMANDE TUTTO, O
QUASI TUTTO, QUELLO
CHE C'È DA SAPERE
SU LUCERTOLE & CO.

UN GIOVANE DRAGO BARBUTO POTREBBE ACCONTENTARSI DI UN PICCOLO TERRARIO...



ri... In tutti i casi l'illuminazione è fondamentale, così come lo è il calore emesso da alcuni tipi di lampade. L'idea di base è quella di utilizzare in combinazione una lampada a spot direzionabile da sistemare in modo che possa anche riscaldare una roccia o un tronco, ideali come zona di basking, e una lampada per rettili che emetta anche radiazioni ultraviolette. Si consiglia di illuminare il terrario per 9-14 ore al giorno seguendo l'andamento delle stagioni: più ore di luce in estate, meno in inverno.



... MA LA POGONA CRESCE IN FRETTA, NELLA FOTO UN SOGGETTO ADULTO

7 Qual è la temperatura giusta e come mantenerla?

I sauri, come tutti i rettili, non sono in grado di termoregolarsi in autonomia: la loro temperatura corporea è direttamente dipendente da quella esterna. In natura possono comunque regolarsi da soli scegliendo se esporsi o meno ai raggi del sole e frequentando aree più o meno calde. In terrario dobbiamo cercare di riproporre questa variabilità proponendo una zona meno calda (per una specie tropicale questo significa T intorno ai 25 °C) e una zona di basking con livelli termici più elevati, nelle ore più calde del giorno anche oltre i 35 °C. Una buona soluzione è quella di utilizzare tappetini o cavetti riscaldanti che garantiscano una temperatura di base e, come si accennava parlando di illuminazione, una lampada spot riscaldante di adeguato wattaggio, ben direzionata, per ottenere una zona con maggiore temperatura. Questo tra l'altro consentirà, spegnendo le luci di notte, di ottenere facilmente anche un'escursione termica quotidiana utile alla salute degli animali.

8 Qual è l'arredamento migliore?

Sostanzialmente sono possibili due scelte: si può realizzare un terrario sterile, arredato in maniera spartana, con il minimo indispensabile, ed è certamente una soluzione ottimale se si ha poco tempo a disposizione poiché si semplificano le operazioni di pulizia ed è più facile tenere gli ospiti in salute. In alternativa si può puntare su un terrario naturalistico, cercando di ricreare il più fedelmente possibile l'habitat naturale dell'animale ospitato. Questa seconda scelta richiede più impegno ma dal punto di vista estetico si ottiene molto di più e, con un po' di fantasia, si possono raggiungere risultati davvero sorprendenti.

9 Qual è il substrato ideale per i sauri?

Nel terrario che abbiamo definito "sterile" conviene puntare sull'igiene, utilizzando ad esempio la carta assorbente da cucina. In alternativa vanno benissimo il linoleum e i tappetini di erba sintetica. Vanno comunque scelti materiali atossici, facili da sostituire o da lavare e che non possano essere ingeriti dall'animale. Nel terrario "naturalistico" sono ottime le sabbie specifiche per rettili (meglio se a base di carbonato di calcio), così come pietre e sassi purché abbastanza grandi da non poter essere ingeriti.

10 Quanto spesso vanno nutriti e con quali alimenti?

I giovani sauri vanno alimentati ogni giorno, con una o due razioni quotidiane; gli adulti e i sub-adulti 2 o 3 volte alla settimana. La scelta del cibo dipende ovviamente dalle preferenze della specie. Il drago barbuto, ad esempio, nei primi due mesi di vita va nutrito con prede di origine animale da integrare successivamente con vegetali sino ad arrivare al 50% per ciascuno dei due ingredienti. Con l'età, a partire grossomodo dal terzo anno, la percentuale di vegetali può gradualmente aumentare sino ad arrivare al 70-75%.

Come e quando potare le piante in acquario

IL NOSTRO GIARDINO ACQUATICO RICHIEDE UNA REGOLARE MANUTENZIONE PER RESTARE BELLO E RIGOGLIOSO, NÉ PIÙ NÉ MENO DI UN GIARDINO TERRESTRE. VEDIAMO ALCUNE SEMPLICI OPERAZIONI, A COMINCIARE DALLA POTATURA

LE PIANTE, BELLE E NECESSARIE

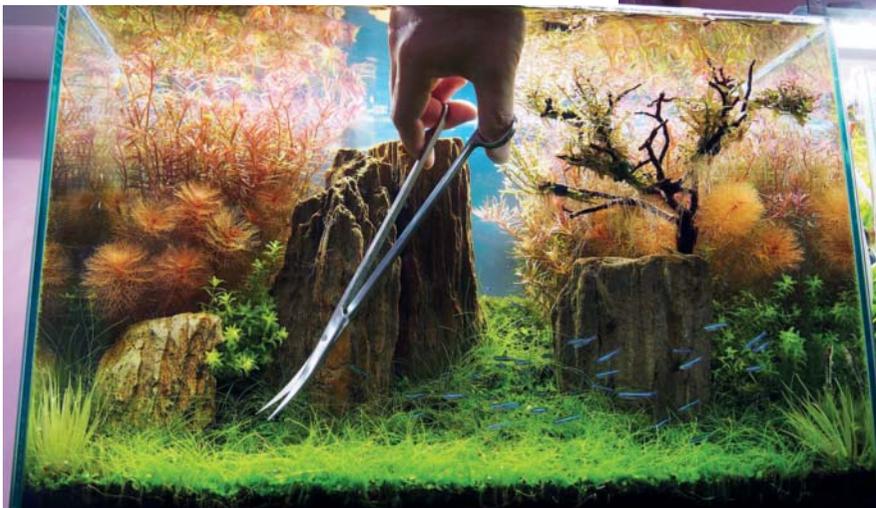
La presenza di una sana e folta vegetazione nella propria vasca è motivo d'orgoglio per ogni acquariofilo che si rispetti. Le piante, oltre a svolgere una preziosa funzione estetica, partecipano attivamente all'equilibrio biochimico che si instaura nell'acquario, costituendo allo stesso tempo l'ambiente idoneo allo sviluppo, al mantenimento e alla riproduzione dei pesci. Questi ultimi rilasciano con la respirazione parte dell'anidride carbonica necessaria alle piante per la fotosintesi clorofilliana, mentre le piante, come sottoprodotto della fotosintesi stessa, producono parte dell'ossigeno indispensabile ai pesci per respirare. Le piante, inoltre, trasformano l'azoto inorganico (sotto forma di ammoniaca e ioni nitrato) in azoto organico, contribuendo a mantenere basso e costante il livello dei nitrati. Infine le piante sono in diretta competizione alimentare con gli altri organismi vegetali e, in un acquario ben equilibrato, una folta e sana vegetazione acquatica generalmente aiuta a mantenere sotto controllo la proliferazione delle alghe.

La presenza in acquario delle piante è quindi una necessità, più che una scelta puramente estetica. In condizioni ottimali di luce, qualità dell'acqua e del fondo le piante crescono velocemente e rigogliosamente: se da un lato questo sviluppo può far piacere all'acquariofilo, a testimonianza del successo del suo pollice verde, dall'altro crea inevitabilmente qualche problema.

L'ACQUARIO GLI STA STRETTO

Innanzitutto, se non ben curata, la vegetazione dell'acquario rischia di trasformarsi in un caotico groviglio di steli, foglie e radici, rendendo problematiche non solo la visibilità dei pesci ma anche le più banali operazioni di manutenzione della vasca, dalla pulizia del fondo a quella del filtro. Altro inconveniente non da poco riguarda "l'oscuramento" degli strati inferiori della vasca causato dall'eccessiva crescita delle piante in superficie, che alla lunga può portare al deperimento e alla morte della vegetazione sottostante. Molte piante poi sono anfibe e quindi in grado di proseguire la propria crescita - quando possibile - anche fuori dall'acqua, dove di regola avviene la fioritura: nel momento in cui emergono con la porzione apicale dello stelo, però, la maggior parte di esse tende a perdere tutte le foglie della porzione immersa in acqua, che dunque spesso si riduce in

I "PRATI" SONO OGGI UNA COMPONENTE FONDAMENTALE DI BUONA PARTE DEGLI ACQUARI D'ACQUA DOLCE, LA LORO MANUTENZIONE È PERÒ IMPEGNATIVA COME QUELLA DEI PRATI TERRESTRI



breve tempo a uno stelo triste e spoglio. C'è dunque la necessità di evitare che queste piante raggiungano la superficie, con una corretta gestione delle potature. A questa categoria di piante a stelo eretto e crescita anfibia appartengono molte note protagoniste della vegetazione dell'acquario, come le varie specie dei generi *Bacopa*, *Hygrophila*, *Rotala*, *Limnophila*, *Heteranthera*, *Alternanthera* e *Ludwigia*.

La potatura di queste piante coincide in pratica con le modalità di moltiplicazione vegetativa che, in questo caso, si effettua per talea. Essa consiste nel recidere (possibilmente con una lametta o con un paio di forbicine sottili e affilate) la porzione apicale del fusto: il taglio va sempre effettuato nell'internodo (cioè il tratto del fusto privo di foglie), in posizione centrale; il moncone di stelo che resta sulla pianta potata va ulteriormente tagliato in modo che l'apice resti costituito dalle foglie sottostanti, mentre quello attaccato alla porzione recisa servirà per inserire la talea così ottenuta nella sabbia, dove svilupperà ben presto nuove radici. Questo tipo di potatura stimola la produzione di getti laterali, rendendo la pianta più folta: anche i getti, beninteso, possono essere recisi allo stesso modo della porzione apicale, avendo cura di tagliarli il più vicino possibile all'ascella delle foglie da cui si sviluppano.

CESPUGLI INVADENTI

Le piante a rosetta con crescita a cespuglio (*Cryptocoryne*, *Anubias*, *Echinodorus*, *Acorus*) e quelle striscianti a prato o cespuglio (*Lilaeopsis*, *Glossostigma*, *Elatine*) danno meno problemi al riguardo, nondimeno necessitano anch'esse di una corretta e regolare potatura.

Quando si sviluppano eccessivamente, emettendo stoloni che generano piantine, questi vanno recisi prontamente ed eventualmente ripiantati in un'altra zona dell'acquario o in un'altra vasca, altrimenti in pochi mesi un cespuglio di questo tipo può tranquillamente raddoppiare la propria estensione. Per queste piante, caratterizzate da una lunga vita in acquario (si conoscono cespugli di oltre vent'anni), è opportuna di tanto in tanto una potatura di "ringiovanimento", da effettuarsi quando si assiste a un arresto della crescita e a una stentata emissione di nuove foglie, sempreché, beninteso, ciò non sia da imputare a una carenza di fertilizzazione o ad altro fattore ambientale negativo.



LE PIANTE A ROSETTA CON CRESCITA A CESPUGLIO COME LE *CRYPTOCORYNE* NECESSITANO ANCH'ESSE DI UNA CORRETTA E REGOLARE POTATURA, EMETTENDO DI CONTINUO STOLONI CHE GENERANO PIANTE-FIGLIE



PER MANTENERE QUESTO FANTASTICO CESPUGLIO DI *LIMNOPHILA* COSÌ COMPATTO OCCORRE UNO SCRUPOLOSO PROGRAMMA DI POTATURA

Chi ha paura del filtro meccanico?

INNOVAZIONI CONTINUE

Molte innovazioni caratterizzano la struttura stessa degli acquari e negli ultimi anni sono state ideate soluzioni decisamente nuove nel campo dell'illuminazione, del controllo intelligente, delle misurazioni, dell'aerazione, dei materiali in genere. Alcune innovazioni stentano a farsi strada, altre entrano subito negli usi degli hobbisti. Pensiamo ad esempio alle pompe centrifughe, che hanno immediatamente soppiantato i sistemi precedenti, per trasportare acqua da una parte all'altra, oppure agli aeratori, che sono usciti di scena abbastanza bruscamente, soppiantati da teorie nuove, più che da vere innovazioni tecnologiche, e poi sono tornati un po' in sordina sotto forma di cose nuove più efficienti e meno rumorose.

LA STORIA E IL PRESENTE

A ben pensarci, proprio nel campo del filtraggio - il cuore dell'acquario - le innovazioni tecnologiche e teoriche sono state relativamente lente, conducendo comunque a cambiamenti progressivi. Basti pensare che i primi filtri del secolo scorso erano fondamentalmente meccanici, poi è stato inventato il letto batterico e ne è scaturito il primo filtro biologico. Passando attraverso materiali adsorbenti e chimici siamo arrivati al filtraggio fisico e ai filtri sequenziali. Negli ultimi anni sono nati i filtri a letto di sabbia (DSB), quelli anaerobici, quelli ossidanti, ecc. Una bella strada, non c'è da dubitarne, eppure mancano le soluzioni di continuità, le grandi rivoluzioni... Solo nell'ultimo



MOLTI INVERTEBRATI POSSONO AIUTARE NELL'ELIMINAZIONE DEI MATERIALI PARTICELLATI

periodo si cominciano a intravedere alcuni segni di cambiamento che potranno produrre cambi epocali nel campo degli acquari: la scomparsa del filtro meccanico. Proprio il cuore di ogni filtro tradizionale, quella parte dell'impianto che ha attirato le attenzioni di produttori e commercianti (si pensi alle periodiche sostituzioni di lana, spugna, carbone) pare essere sulla via del tramonto e il cambiamento repentino è il risultato dell'incontro tra le esigenze dei nuovi utenti e le scoperte dei tecnici. Proprio in questo caso, anzi, potremmo affermare che il processo è di tipo "bottom-up", nel senso che gli hobbisti stessi hanno determinato il cambiamento.

Siamo pratici: in tempi moderni siamo stati viziati da apparecchiature elettroniche e oggetti intelligenti. Siamo annoiati da un telecomando che non ci garantisca completa autonomia in poltrona e non sopportiamo l'apparecchio audio che necessita di attenzione nei controlli. Figuriamoci se possiamo ancora sopportare l'idea di un congegno - il filtro - che a intervalli quindicinali necessita di essere smontato, lavato, rimontato, costringendoci peraltro a mettere le mani dentro maleodoranti materiali in decomposizione per risciacquarli sotto un getto d'acqua. Alcuni produttori hanno provato a risolvere il problema proponendo

LA TECNICA E LA TEORIA

cartucce monouso ma anche questo espediente ha ottenuto poco successo tra gli appassionati. Infine gli hobbisti stessi hanno trovato delle soluzioni pratiche, eliminando del tutto il filtro meccanico, soprattutto negli acquari marini, e utilizzando sistemi alternativi, come lo schiumatoio e altri mezzi fisici, per eliminare il particolato in sospensione.

In definitiva, il filtro classico prevedeva che l'acqua fosse ripulita innanzitutto dalle particelle in sospensione (filtro meccanico), poi dagli inquinanti disciolti (filtro biologico) e infine trattata per eliminare odori e colori (filtro adsorbente) prima di essere modificata per le sue caratteristiche chimiche (resine a scambio ionico) e ripulita dagli inquinanti ossidati (filtro anaerobico). Un'intelligente evoluzione di questo sistema, che ha caratterizzato molte innovazioni degli ultimi anni, è il filtro sequenziale, che può avere varie forme ma fondamentalmente processa la soluzione in vari modi, mentre il prodotto di ogni fase diviene il substrato di quella successiva. Si tratta di filtri molto efficienti che hanno permesso grandi progressi nell'allevamento di specie complesse, garantendo in generale una minore necessità di

PROGRESSI E TENDENZE
NEL CAMPO DEGLI
ACQUARI: DOPO ANNI
DI RELATIVA STASI NEL
CAMPO DEL FILTRAGGIO
SI COMINCIANO
A INTRAVEDERE
DEI PROGRESSI
CHE PROMETTONO
DI AMPLIFICARE
LE POTENZIALITÀ DEGLI
ACQUARI, RENDENDOLI
PIÙ EFFICIENTI E
SEMPLICI DA GESTIRE

sostituzioni parziali. Eppure tutti questi filtri si sono scontrati prima o poi con l'atavica intolleranza degli hobbisti per le operazioni ripetitive e noiose. Un filtro meccanico può rappresentare, alla lunga, il motivo dell'abbandono. Inoltre, in mancanza di corretta manutenzione, il filtro meccanico comincia a ostacolare i flussi, riducendo l'efficienza del filtro biologico. L'acqua rallenta e si blocca. Le pompe vanno in cavitazione. L'hobbista è costretto (magari in momenti inopportuni) a intervenire con prontezza per evitare rumori e danni. Ecco allora che la soluzione moderna a questa chiara richiesta degli utenti finali appare ovvia: eliminiamo il filtro meccanico!

Ma si può fare davvero?

Dal punto di vista pratico potrebbe apparire come una caduta di efficienza. Il filtro biologico, in mancanza di un filtro meccanico, viene investito da materiali diversi, grossolani, che potrebbero pregiudicarne il corretto funzionamento aerobico. Se il flusso d'acqua attraverso cannolicchi e vetri sinterizzati viene rallentato da foglie e detriti si ottengono due effetti immediati. Da una parte aumentano i decompositori generici, che respirano più dei batteri, dall'altra si rallenta il flusso radente sulla superficie dei substrati biologici. Questo produce una generale riduzione della quantità di ossigeno disponibile e può condurre, dopo poco tempo, a una eutrofizzazione localizzata. In pratica la carenza di ossigeno fa morire i microrganismi decompositori e fa aumentare il numero di batteri, generando ulteriori cadute locali di ossigeno. Il processo a catena può condurre a un filtro totalmente anaerobico e alla perdita, dunque, del potere ossidante sui composti inquinanti, azotati e non.

LA SOLUZIONE POSSIBILE

Tuttavia si cominciano a intravedere soluzioni possibili, proprio grazie alle sperimentazioni degli utenti, che sono state analizzate da tecnici e teorici del filtraggio. Trattenere foglie e materiali grossolani è relativamente semplice, utilizzando delle griglie di maglie decrescenti, facilmente ispezionabili e risciacquabili. In questo modo si evita il contatto diretto dei materiali organici in decomposizione con la superficie dei materiali biologici. D'altra parte, l'utilizzo di materiali di forma larga, che prevedano ampi spazi per il passaggio dell'acqua, permetterà di scongiurare l'occlusione dei passaggi con conseguente passaggio in zona anaerobica. Il flusso d'acqua potrà essere incrementato se si utilizzano materiali con elevata porosità (es. vetro sinterizzato) e questo potrà garantire quantità di ossigeno sempre elevate sulla superficie dei materiali biologici, proprio dove i batteri aerobici sono soliti insediarsi. Un'eventuale flora anaerobica disposta dietro il primo strato superficiale (quello a diretto contatto del flusso d'acqua ricca di ossigeno) potrà risultare utile a creare un filtro sequenziale localizzato in modo intensivo presso ogni singolo elemento filtrante. L'eventuale presenza di detrito organico che rallentando presso i substrati biologici si deposita nel filtro, potrà generare ricche biocenosi di diversi microrganismi, contribuendo a completare il processo filtrante mediante riciclaggio dei vari inquinanti. Nel complesso dunque questo filtro privo di moduli meccanici può funzionare e la sua efficienza è dimostrata dalle varie applicazioni già realizzate da molti hobbisti, soprattutto in campo marino, a partire dalle realizzazioni del francese Jaubert del lontano 1988, sino alle varie modifiche dei nostri giorni.

COME SI OTTIENE L'ACQUA LIMPIDA

Fin qui tutto bene, dunque: possiamo dimostrare che in mancanza di un filtro meccanico si riesce comunque a ottenere un'acqua chimicamente adeguata alla vita degli organismi acquatici. Che fine fa, però, il detrito in sospensione? Evidentemente, se non trattato, questo materiale si accumula nell'acqua e tende a intorbidirla, rendendo l'acquario poco piacevole, almeno dal punto di vista estetico. Come se non bastasse le particelle in sospensione, organiche o meno, rappresentano altrettanti veicoli per batteri opportunisti e possono quindi rappresentare un pericolo per la salute dei pesci. Senza dubbio è necessario eliminarle.

Su questo aspetto gli stessi esperti stanno lavorando e sono alla ricerca di soluzioni alternative. Una prima possibilità, applicabile agli acquari marini, è quella di utilizzare dei sistemi fisici (es. schiumatoi) che sfruttando l'elevata densità dell'acqua spostano le particelle sospese verso contenitori di raccolta. Altra possibilità è quella di utilizzare metodi gravimetrici, che risultano però relativamente lenti e inefficienti, soprattutto in acquari fittamente popolati. Si possono considerare ovviamente le possibilità biologiche: molti filtratori ci aiutano a eliminare fisicamente le particelle in sospensione senza produrre fastidi e senza richiedere manutenzione.

In futuro potrebbero essere prodotte delle soluzioni gravimetriche mediante accelerazione centrifuga, oppure cariche statiche per attrarre le particelle, che saranno in grado di eliminare con grande efficienza tutti i materiali sospesi senza richiedere manutenzione di sorta. Sono allo studio inoltre dei filtri ibridi nei quali il compartimento meccanico non precede più il filtro biologico, ma lo affianca, garantendo così un buon servizio senza obbligare al risciacquo frequente e senza pregiudicare l'efficienza biologica in mancanza di manutenzione.

Insomma, i lavori sono in corso e il futuro appare roseo da questo punto di vista. Tuttavia, in attesa della grande rivoluzione che certamente non si farà attendere, proviamo a sperimentare, perché le soluzioni di esperti e hobbisti potranno senza dubbio accelerare il processo verso l'acquario del futuro.



UN'ACQUA LIMPIDA E PRIVA DI MATERIALI IN SOSPENSIONE È IMPORTANTE PER LA SALUTE DEI PESCI



UN FILTRO SEQUENZIALE PRODUCE UN'ACQUA PRIVA DI COMPOSTI INQUINANTI, FONDAMENTALE PER LA SALUTE DEI PESCI

LAVORO / offerta

MSM Pet Food srl, azienda leader nella produzione di cibo per cani e gatti grazie al rivoluzionario metodo dell'estrusione selettiva, **ricerca agenti** su tutto il territorio nazionale, capaci di fare la differenza e con esperienza consolidata nel mondo del pet food.

Il profilo ideale è un agente con forte propensione alla vendita e alle relazioni interpersonali, solida motivazione, serietà, disponibilità a viaggiare e a integrarsi all'interno di un'azienda giovane e in grande sviluppo. I nostri collaboratori verranno affiancati in ogni momento, dall'inserimento alle successive fasi di lavoro. Sede di lavoro: zone libere da assegnare.

Info: inviare CV a info@msmpetfood.com

Dog Line snc, dal 1989 azienda leader nella produzione di cappottini, cuscineria e accessori per cani e gatti, al fine di potenziare la rete vendita Italia è alla **ricerca di nuovi agenti** per la riorganizzazione di alcune province. In particolare sta ricercando agenti per le regioni Sardegna, Marche, Umbria, Trentino-Alto Adige e province della Lombardia e del Piemonte.

Info: inviare CV all'indirizzo dogline@dogline.it, tel. 0444240653

Canicepassione, azienda produttrice del rivoluzionario brand Apericane **ricerca agenti plurimandatari**. Se siete stanchi di vendere sempre gli stessi prodotti delle solite marche vi offrono la possibilità di mettere realmente alla prova le vostre competenze e di rimettervi in gioco, vendendo un prodotto nuovo e innovativo e allargando i confini del vostro settore.

Info: cell. 3475434783, ufficio.relations.esterne@apericane.com

Azienda di livello internazionale, leader nella produzione di petfood, nel quadro del suo sviluppo commerciale e al fine di consolidare una nuovissima e innovativa linea di alimenti superpremium per cani e gatti con caratteristiche uniche, non comparabili con altri prodotti **cerca agenti commerciali plurimandatari** su tutto il territorio nazionale.

Si offre: pacchetto di prodotti innovativi dall'alto profilo tecnico-scientifico supportati da ricerche scientifiche documentabili e da numerose e originali iniziative commerciali; ottime opportunità di crescita professionale; reali possibilità di sviluppo e di guadagno; provvigioni di sicuro interesse; formazione costante sui prodotti in vendita; importanti supporti commerciali e di marketing (sell-in e sell-out).

Si richiede: esperienza pregressa nel settore; massima serietà; forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi; autonomia organizzativa in linea con le strategie aziendali; ottime capacità di comunicazione e relazionali; utilizzo dei principali strumenti di comunicazione informatica.

Info: inviare CV a info@chemivit.com

Azienda leader nell'innovazione qualitativa degli alimenti pet, presente da anni con il marchio "**Vet-line - i primi con le erbe**", **ricerca agenti** per le zone libere. Si richiede introduzione presso i pet shop e capacità a operare in autonomia per obiettivi. Offresi livelli provvigionali di sicuro interesse e incentivi oltre a formazione e affiancamento in zona.

Info: tel. 0549906690, info@vet-line.sm

Azienda ricerca subappaltatori o partner corretti e affidabili per produrre in collaborazione o per conto proprio. Sono a disposizione già nell'immediato tutti gli strumenti necessari ad avviare la produzione: macchinari, studio e sviluppo dei prodotti registrati presso l'ufficio brevetti in Germania.

Disponibili ad avviare la produzione anche in Italia dislocando l'azienda.

I prodotti in oggetto non sono ancora presenti sul mercato pet food.

Info: inviare cv a info@nicane.com o a germitalpet@gmail.com

Posma Food srl, azienda di produzione nel settore del cibo e accessori per cani e gatti con 15000 referenze, **cerca agenti** su tutto il territorio nazionale per potenziare la propria rete vendita. Si richiede un'esperienza di almeno 3 anni nella vendita nel settore pet e forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi nel canale specializzato.

Sono previsti interessanti trattamenti provvigionali in grado di soddisfare le candidature più qualificate.

Info: inviare CV a posmafood20018@gmail.com

E'quo srl, azienda leader nel settore acquariofilo, **ricerca agenti plurimandatari** nelle seguenti regioni: Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia.

Info: inviare CV a info@equoitaly.com all'attenzione di Mauro Calabrese

Monge & C. Spa, azienda leader in Italia e tra le più importanti realtà in Europa e nel mondo nel mercato petfood, in forte crescita di fatturato dal 2000 a oggi e con obiettivi ancora più ambiziosi nel triennio 2018-2020, ha intenzione di **potenziare** ulteriormente la sua già efficace **rete di vendita** nel canale specializzato (catene pet, pet shop, garden, agrarie).

Sono previsti interessanti trattamenti provvigionali in grado di soddisfare le candidature più qualificate, oltre a interessanti incentivi su obiettivi di vendita.

Inoltre, per tutti gli agenti è previsto un periodo di formazione nel "campus Monge".

Info: info@monge.it, tel. 0172747111

Olistika srl ricerca per il mercato estero **responsabile export** introdotto nel mercato pet food per la distribuzione dei prodotti "**Vet-Line i primi con erbe**".

Info: info@vet-line.sm

Tagliavini All For Pets srl, società storica nel settore che si occupa di commercio all'ingrosso di alimenti, accessori, igiene e attrezzature per animali da compagnia **ricerca agenti** per ampliamento zone di vendita con marchi esclusivi e ingrosso: Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte, Liguria e Toscana.

Info: Inviare CV con foto a info@tagliavinipet.it

Nasonero, azienda produttrice di cuscineria per cani e gatti, **ricerca nuovi agenti plurimandatari** per le regioni: Sardegna, Basilicata, Liguria e Marche e per le città di: Asti/Cuneo/Alessandria - Perugia - Grosseto/Livorno.

Info: info@nasoneropets.com

Dinamica e importante realtà nel settore degli alimenti e accessori per animali, ricerca: **responsabile punto vendita e toelettatore/toelettatrice** in Lunigiana Toscana. Costituisce titolo indispensabile l'aver maturato un'esperienza analoga di almeno 2 anni nei rispettivi settori. La ricerca è rivolta a candidati di entrambi i sessi (D.Lgs. 198/2006). Info: inviare richieste alla redazione info@zampotta.it – rif. 5/A

Velma Group srl, azienda importatrice e distributrice di prodotti e accessori per animali da compagnia, **cerca agenti mono/plurimandatari** con spiccata attitudine alla vendita, per le seguenti regioni: Lombardia, Umbria e Sardegna. Si offrono interessanti provvigioni, supporto tecnico, attività di marketing e possibilità di crescita. Info: tel. 0423715319, info@velmagroup.com

Alpi Service srl, distributore per l'Italia dei marchi di accessori e snack per piccoli animali (Karlie e Nerf Dog), **cerca agenti** di vendita per le seguenti regioni: Marche, Umbria, Abruzzo, Lazio (escluso Roma), Campania, Toscana, Liguria. Info: inviare CV completo di foto a sergio@alpiservice.com e info@alpiservice.com

Mea Pet Food, azienda distributrice dei prodotti per cani e gatti Markus-Muhle (prodotto a estrusione a freddo) **cerca agenti** per le regioni libere in Italia. Info: cell. 3347472519 oppure 3392087827, meapetfood@gmail.com

Importatore unico per l'Italia degli alimenti secchi per cani e gatti della linea Bacterfield Probiotic Live, **ricerca concessionari** (con esclusiva di zona) o **agenti** per le zone libere del territorio nazionale. Info: bacterfield.italia@virgilio.it

AnimalApp, prima piattaforma online che mette in contatto i professionisti del settore con tutti coloro che possiedono un animale, la cui missione è quella di aiutare associazioni, allevatori, piccoli amatori, privati e pet shop a mettersi in contatto con ipotetici acquirenti, **cerca agenti** su tutto il territorio nazionale. Si richiede esperienza di almeno 2 anni nella vendita nel settore pet e forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi. Offresi livelli provvigionali di sicuro interesse. Info: inviare CV completo di foto a info@animalapp.it

ATTIVITÀ & ATTREZZATURE / offerta

Cedes, causa trasferimento **attività di toelettatura** in Genova Sampierdarena, unica in zona, comprensiva di attrezzatura affitto modico, impianto a norma e ottima clientela. Possibilità di affiancamento gratuito. Prezzo euro 30.000. Info: cell. 3490771742

Cedes attività di toelettatura e vendita accessori per animali in Bonate Sopra (BG). Prezzo richiesto euro 40.000. Astenersi perditempo e no agenzie. Info: tel. 035991589

Vendesi attività cinofila trentennale mq 2.750 in zona Fonte Nuova (Roma); pet shop con toelettatura mq 75; abitazione A/4 mq 41; abitazione A/3 mq 67, locale commerciale mq 66; n. 66 box termici in muratura. Trattative private. Info: tel. 069050551 per appuntamento

Vendesi attrezzatura per toelettatura in buone condizioni: vasca, mensola a muro, phon con piedistallo, tavolo sollevabile a pompa idraulica, soffiatore a muro, tosatrici Moser max45 e Oster, forbici, tagliaunghie, scioglinodi e pettini. L'attrezzatura si trova in Sardegna. Vendesi anche pezzi separati. Info: mart.94@tiscali.it

A Milano zona San Siro, dopo trenta anni **cedes attività di pet shop** con annessa toelettatura. Prezzo interessante. Info: Gerry 3331303748

Vendesi, causa cessazione attività, 1 soffiatore Peggy Biturbo e 1 soffiatore Camon (due motori e due bocchette indipendenti). Entrambi sono funzionanti (usati fino a fine dicembre 2018), regolarmente puliti e mantenuti, con motori periodicamente sostituiti. Disponibili anche due motori nuovi (uno per tipo) di scorta, che vengono regalati insieme ai soffiatori. Info: cell. 3519771107

Cedes per raggiunti limiti di età, **attività** di vendita di alimenti e accessori per animali da compagnia, aperta dal 2000, situata nella zona Nord di Biella su strada di grande passaggio. Info: cell. 3405686506

Causa cessazione attività **vendesi** (anche in stock):

- scaffalature metalliche a ripiani e montanti angolari, varie misure, in ottime condizioni;
- articoli per animali (abbigliamento, guinzaglieria, ciotole, cucce, trasportini, giochi, prodotti antiparassitari, prodotti per l'igiene) in ottime condizioni e di marca (Ferriabella, Camon, Inodorina, Tre Ponti, Raggio di Sole, Bayer). Merce disponibile a Genova Sestri Ponente. Elenco dettagliato su richiesta. Info: annarosa.carlini@gmail.com

Affittasi oppure **vendesi attività di toelettatura** in San Benedetto del Tronto (AP), causa trasferimento. Attività comprensiva di attrezzatura, prezzo modico, impianto a norma e buon pacchetto clienti. Possibilità di affiancamento gratuito. Info: cell. 3478850075

COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO. LA BACHECA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato via e-mail (info@zampotta.it) precisando se nell'annuncio devono comparire i vostri dati oppure se desiderate restare anonimi. Tutti gli annunci, anche quelli anonimi, devono essere completi di nome, cognome, indirizzo, telefono ed eventualmente fax ed e-mail. La redazione si riserva il diritto di accettare la pubblicazione degli annunci. Zampotta offre esclusivamente un servizio, non riceve provvigioni sulle contrattazioni, non effettua commerci, non è responsabile per la qualità, la provenienza e la veridicità delle inserzioni.

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

Zampotta®?

LA RIVISTA LEADER PER I NEGOZIANTI DI PRODOTTI PER ANIMALI

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

f www.facebook.com/ZampottaMagazine



appuntamento

not to be missed

PET EXPO

5-8 LUGLIO 2019 - TAIPEI PETS SHOW 2019

Taipei World Trade Center Nangang Exhibition Hall, Taipei, Taiwan
Info: tel. +86/02/26596000, fax +86/02/26597000, www.aquapets-show.com.tw

18-19 LUGLIO 2019 - LATIN ZOO

World Trade Center, Mexico City, Mexico
Info: +52/55/84219977, www.latinzoo.com

19-21 LUGLIO 2019 - WORLD OF DOGS & CATS 2019

Gallagher Convention Centre, Midrand, Johannesburg, South Africa
Info: tel. +27/31/7654286, www.dogscats.co.za, info@dogscats.co.za

20-22 LUGLIO 2019 - SUPERZOO

Mandalay Bay, Las Vegas, Nevada, USA
Info: www.superzoo.org

21-23 AGOSTO 2019 - PET SOUTH AMERICA

Expo Center Norte, Sao Paulo, Brazil
Info: tel. +55/11/32055000, www.petsa.com.br, petsa@nm-brasil.com.br

21-25 AGOSTO 2019 - PET FAIR ASIA 2019

Shanghai New International Expo Centre (SNIEC), Shanghai, China
Info: www.petfairasia.com, pfa@vnuexhibitions.com.cn

25-26 AGOSTO 2019 - EXPOZOO 2019

The Centrexpo de Drummondville, QC, Canada
Info: www.pijaccanada.com

1-3 SETTEMBRE 2019 - SPOGA GAFA 2019

Cologne, Germany
Info: www.spogagafa.com

3-5 SETTEMBRE 2019 - SEAFOOD EXPO

Wanchai, Hong Kong
Info: www.seafoodexpo.com

10-12 SETTEMBRE 2019 - GLEE 2019

NEC Birmingham, United Kingdom
Info: www.gleebirmingham.com

13-15 SETTEMBRE 2019 - PET EXPO

Bydgoszcz Exhibition Center, Bydgoszcz, Poland
Info: https://petexpo.pl

15-16 SETTEMBRE 2019 - NATIONAL PETINDUSTRY TRADE SHOW

International Center, Hall 5, Mississauga, Ontario
Info: www.pijaccanada.com

18-20 SETTEMBRE 2019 - PARKZOO 2019

Sokolniki Expo Centre Moscow, Russia
Info: tel. +7/495/7976443
www.parkzoo.ru, info@parkzoo.ru, promopet.estero@zoomark.it

22-23 SETTEMBRE 2019 - PATS TELFORD 2019

Telford, UK
Info: www.patshow.co.uk

6-7 OTTOBRE 2019 - DIBEVO - VAKBEURS

Broodfabriek Rijswijk, The Netherlands
Info: www.dibevovakbeurs.nl/en, vakbeurs@dibevo.nl

16-17 OTTOBRE 2019 - AQUA 2019

Telford International Centre, UK
Info: tel. +44(0)1892/862848, www.aquatelford.co.uk

31 OTTOBRE-3 NOVEMBRE 2019 - PETZOO TURKIYE 2019

Istanbul Expo Center (IFM), Yeşilköy, Istanbul, Turchia
Info: www.petfuari.com

1-3 NOVEMBRE 2019 - PETEX INDIA

Hitex, Hyderabad, India
Info: www.petex.in, contact@petex.in

9-11 NOVEMBRE 2017 - SEVC

Seville, Spain
Info: tel. +34/932/53522, www.sevc.info, secre@sevc.info

20-23 NOVEMBRE 2019 - CIPS 2019

Shanghai National Exhibition and Convention Center, Cina
Info: www.en.cipscom.com

EXPO CANI / dog shows

8 GIUGNO 2019 - ESP INT.LE CANINA Siracusa - Info: ENCI

tel. +39/0270020346, fax +39/0270020323, www.enci.it, expo@enci.it

22 GIUGNO 2019 - ESP INT.LE CANINA Narni (TR) - Info: ENCI

23 GIUGNO 2019 - ESP INT.LE CANINA Orvieto (TR) - Info: ENCI

29 GIUGNO 2019 - ESP INT.LE CANINA Marsala (TP) - Info: ENCI

30 GIUGNO 2019 - ESP INT.LE CANINA Campobasso - Info: ENCI

7 LUGLIO 2019 - ESP INT.LE CANINA Torino - Info: ENCI

13 LUGLIO 2019 - ESP INT.LE CANINA Olbia - Info: ENCI

14 LUGLIO 2019 - ESP INT.LE CANINA Fermo - Info: ENCI

19 LUGLIO 2019 - ESP INT.LE CANINA Mondovi (CN) - Info: ENCI

20 LUGLIO 2019 - ESP INT.LE CANINA L'Aquila - Info: ENCI

21 LUGLIO 2019 - ESP INT.LE CANINA Mondovi (CN) - Info: ENCI

28 LUGLIO 2019 - ESP INT.LE CANINA Vermezzo (MI) - Info: ENCI

2-4 AGOSTO 2019 - ESP INT.LE CANINA Chiaravalle (AN) - Info: ENCI

13-14 AGOSTO 2019 - ESP INT.LE CANINA Gradisca D'Isonzo (GO) - Info: ENCI

25 AGOSTO 2019 - ESP INT.LE CANINA Rapallo (GE) - Info: ENCI

31 AGOSTO 2019 - ESP INT.LE CANINA Travignano Udinese (UD) - Info: ENCI

1 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Prato - Info: ENCI

7-8 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Ivrea (TO) - Info: ENCI

14-15 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Roma - Info: ENCI

21 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Arezzo - Info: ENCI

22 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Caltanissetta - Info: ENCI

28-29 SETTEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Monza Brianza - Info: ENCI

5-6 OTTOBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Bastia Umbra (PG) - Info: ENCI

12-13 OTTOBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Pescara - Info: ENCI

19-20 OTTOBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Viterbo - Info: ENCI

26-27 OTTOBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Reggio Calabria - Info: ENCI

31 OTTOBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Busto Arsizio (VA) - Info: ENCI

1-3 NOVEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Busto Arsizio (VA) - Info: ENCI

10 NOVEMBRE 2019 - ESP INT.LE CANINA Foggia - Info: ENCI

EXPO GATTI / cat shows

24-25 AGOSTO 2019 - EXPO FELINA Longarone (BL) - Info: ENCI

tel. +39/0270020346, fax +39/0270020323, www.enci.it, expo@enci.it

14-15 SETTEMBRE 2019 - EXPO FELINA Arezzo - Info: ENCI

28-29 SETTEMBRE 2019 - EXPO FELINA Torino - Info: ENCI

12-13 OTTOBRE 2019 - EXPO FELINA Brescia - Info: ENCI

19-20 OTTOBRE 2019 - EXPO FELINA Firenze - Info: ENCI

2-3 NOVEMBRE 2019 - EXPO FELINA Ravenna - Info: ENCI

16-17 NOVEMBRE 2019 - EXPO FELINA Roma - Info: ENCI

30 NOVEMBRE - 1 DICEMBRE 2019 - EXPO FELINA Bari - Info: ENCI

7-8 DICEMBRE 2019 - EXPO FELINA Trieste - Info: ENCI

14-15 DICEMBRE 2019 - EXPO FELINA Napoli - Info: ENCI

contatti

business contacts

Alimenti / food ●

Accessori / accessories ●

Igiene e cura / pet care ●

Vivo / live pets ●

acquari & co. fish & co.

Acquarama Italia S.r.l. ● 0661662407
Via di Santa Cornelia, 11
00060 Formello Roma
www.acquaramaitalia.it - info@acquaramaitalia.it
fax 0697247039

Acquariolandia Italia ● tel. e fax 024598320
Via F. Rismondo, 119
20153 Milano
acquariola@tiscali.it

Acquario Lombardo S.r.l. ● 0392459689
Via Trento, 18/35
20035 Lissone (MI)
www.acquariolombardo.com
info@acquariolombardo.com
tel. e fax 039482534

All Pet S.r.l. ● 0296450470
Via Trieste, 603
21042 Caronno Pertusella (VA)
www.allpet.it - info@allpet.it
fax 0296450464

Also S.r.l. ● 090632636
SS 114 km - 4,260 Contesse
98125 Messina
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
fax 0906258082

Aquarialand S.a.s. ● 0113112967
Corso Tazzoli, 228/10
10137 Torino
www.aquarialand.com - aquarialand@aquarialand.com
fax 0113147463

Aquaria Tech ● 0803540025
Via G. Tauro, 3/E
70124 Bari
www.aquariatech.com - office@aquariatech.com
fax 0803522501

Aquaristica S.r.l. ● 0516814188
Via A. Labriola, 10/12
40010 Sala Bolognese (BO)
www.aquaristica.it - aquaristica@aquaristica.it
fax 0516814294

Aquarium Boutique ● tel. e fax 090719090
Via XXVII Luglio, 66
90123 Messina
www.aquariumboutique.it - info@aquariumboutique.it

Aquarium La Torre ● tel. e fax 0882375861
Via A. Righi, 1/E-F
71016 San Severo (FG)
www.aquariumit.com - aquariumlatorre@libero.it
tel. e fax 0882374476

Aquatec ● 0550988198
Via dei Pratoni, 9 - fraz. Badia a Settimo
50018 Scandicci (FI)
aquatec.firenze@gmail.com

Aquatronica ● 05221472375
Via Garonna 2/B
42124 Reggio
www.aquatronica.com - info@aquatronica.com

Aquili Andrea ● tel. e fax 071740640
Via dell'Artigiano, 25
60037 Monte San Vito (AN)
www.aquili.it - info@aquili.it

Askoll Uno S.r.l. ● 0444930260
Via Industria, 30
36031 Povolara di Dueville (VI)
www.askoll.com - askoll@askoll.com
fax 0444930380

Bionatura Impianti S.r.l. ● 0399241247
Via Alpi, 5
23873 Missaglia (LC)
www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it
fax 0399201971

Calcio Mare S.n.c. di Corrizzato P. & C. ● 0423724073
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48
31033 Castelfranco V.to (TV)
www.calcioemare.com, www.aqualine.it
info@calcioemare.com
fax 0423742252

Carmar S.a.s. ● 0815743501-0815743459
Via San Giorgio Vecchio, 192
80046 San Giorgio a Cremano (NA)
www.carmar.it - info@carmar.it
fax 0815743496

Carmar New S.r.l. ● 0817529205
Via Repubbliche Marinare, 126/128
80147 Napoli
www.carmarnew.it - carmar.pr@tin.it
fax 0817529262

CE.A.B. di Ferrari Pierluigi ● 0302667121
Via Pietro Rescatti, 20
25124 Folzano (BS)
www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it
fax 0302168469

Cia S.r.l. ● 0114508893
Strada del Francese, 152/6L
10156 Torino
www.cia-acquari.it - commerciale@ciasrl-acquari.it
fax 0114508901

Croci S.p.a. ● 0332870860
Via S. Alessandro, 8
21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net
fax 0332462439

Eheim GmbH & CO. KG ● ● ● ● ● +49/7153/700201
Ploching Straße, 54
73779 Deizisau (Germany)
www.eheim.de - info@eheim.de
fax +49/7153/7002174

Elos S.r.l. ● 0457952142
Via Torricelli, 32
37067 Valeggio sul Mincio (VR)
www.eloseurope.com - info@eloseurope.com
fax 0456371815

Eschematteo S.r.l. ● ● ● ● 0521607889
Str. Uguzzolo, 101/A
43122 Parma
info@eschematteo.it - www.eschematteo.it
fax 0521399245

Ferplast S.p.a. ● ● ● ● 0445429111
Via I Maggio, 5 - Z.I.
36070 Castelgomberto (VI)
www.ferplast.com - info@ferplast.com
fax 0445429115

FishFan S.r.l. ● 051780868
Via G. Puccini, 3/3
40055 Villanova di Castenaso (BO)
www.fishfan.it - rocco@fishfan.it
fax 051780849

Hydor S.r.l. ● ● ● ● 04248877
Via Voiron, 27
36061 Bassano del Grappa (VI)
www.hydor.com - info@hydor.com
fax 0424887887

Iemmi Ermanno ● ● ● ● tel. e fax 059386076
Via Viazza, 120
41010 Ganaceto (MO)
www.iemmiermannocquari.com
iemmi.ermannoc@tiscalinet.it

Kuda Tropical Fish S.r.l. ● 0373234461
Via delle Industrie, 34
26010 Bagnolo Cremasco (CR)
www.kudafish.it - info@kudafish.it
fax 0373236714

Pineta Zootecnici ● ● ● ● tel. e fax 0522553616
Via A. Cugini, 30
42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

Piranha Tropical Life ● ● ● ● 0881638838
III Traversa Corso del Mezzogiorno
71100 Foggia
www.piranhatropicalife.it - info@piranhatropicalife.it
fax 0881339154

Porsa Italy S.r.l. ● ● ● ● 0302650248
Via Romolo Gessi, 210
25135 Sant'Eufemia (BS)
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com
fax 0302151221-0302158315

Pro.D.Ac. International S.r.l. ● ● ● ● 0495971677
Via Padre Nicolini, 22
35013 Cittadella (PD)
www.prodacinternational.it - info@prodac.it
fax 0495971113

Reef International S.a.s. ● ● ● ● 0331792443
Via Arconti, 11
21013 Gallarate (VA)
www.reef-international.com - reefint@tin.it
fax 0331772839

Reefsnow - Comas S.r.l. ● ● ● ● tel. 0331880350
C.so Martiri Patrioti, 70
20022 Castano Primo (MI)
www.reefsnow.com - info@reefsnow.com
fax 0331878497

Rinaldo Franco S.p.a. ● ● ● ● 0248376157
Via Fratelli Cervi, 2
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
fax 0241291840

Spectrum Brands Italia ● ● ● ● 0290448310
Via Ludovico il Moro, 6
20060 Basiglio (MI)
www.spectrumbrands.com
info@spectrumbrands.com
fax 0290756096

TAF Trans Aquarium Fish ● ● ● ● 0119866465
Via Casale, 27
10060 Scalenghe (TO)
www.tafsr.to - info@tafsr.to
fax 0119866143

Teco S.r.l. ● ● ● ● 0544408333
Via A. Sansovino, 35
48124 Ravenna
www.teconline.com - teco@teconline.com
fax 0544280084

Trixie Italia S.p.a. ● ● ● ● 0444835329
Via E. Fermi, 6
36045 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
fax 0444833352

Valpet S.r.l. ● ● ● ● 051760349
Via Marconi, 4/2
40057 Granarolo E. (BO)
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it
fax 0516056448

Velma Group S.r.l. ● ● ● ● 0423715319
Via Munaron, 26/A
31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

Vitakraft Italia S.p.a. ● ● ● ● 075965601
Via Piana, 4
06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
fax 0759656020

Zanolli Mario ● ● ● ● 045973472
Via Mattarana, 11/A
37141 Verona
www.mariozanolli.it - info@mariozanolli.it
fax 045973473

Zolux Italia ● ● ● ● 0516414318
Via Caduti di Amola, 17
40132 Bologna
www.zolux.com - info@zolux.it

cani & gatti dogs & cats

Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l. ● 092423013
Via Porta Palermo, 131
91011 Alcamo (TP)
www.adragna.net - info@adragna.it
fax 092422424

Aesculap Suhl GmbH - B Braun ● ● ● ● +49/3681/49820
Fröhliche-Mann-Str. 15
98528 Suhl (Germany)
www.aesculap-clippers.com - clippers@aesculap.de
fax +49/3681/498249

Affinity Petcare Italia S.r.l. ● ● ● ● 0289633029
Via F. Turati, 40
20121 Milano
www.affinity-petcare.com
fax 0266719002

Agras Delic S.p.a. ● ● ● ● 010588586
Via San Vincenzo, 4
16121 Genova
www.schesir.it - contact@agras-delic.com
fax 010588914

Aldog ● ● ● ● 0363938698
Via Giacomo Gregis, 111
24050 Covo (BG)
www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it

Alframa S.r.l. ● ● ● ● tel. e fax 0226141945
20131 Milano
www.green.cat.it - alframasrl@virgilio.it

Almo Nature S.p.a. ● ● ● ● 010253541
P.za dei Giustiniani, 6
16123 Genova
www.almonature.eu - info@almo.it
fax 0102535498

Alpi Service S.n.c. ● ● ● ● 011975941
Via dell'Artigiano, 5
12033 Faule (CN)
www.alpiservice.com - info@alpiservice.com
fax 011974453

Also S.r.l. ● ● ● ● 090632636
SS 114 km - 4,260 Contesse
98125 Messina
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
fax 0906258082

Animali.it ● ● ● ● 0293591343
Via Adige, 26
20010 Pregnana Milanese (MI)
www.animali.it - info@animali.it
fax 0293591343

Aries S.r.l. ● ● ● ● 3931769652
Via Quarnaro I, 7
89135 Reggio Calabria (RC)
www.ariessrl.eu - info@ariessrl.eu

Avitabile Napoleone S.r.l. ● ● ● ● 0815737519
Via Petrarca, 34
80022 Arzano (NA)
avitabilenapoleone@interfree.it - www.tewua.it
contatto@tewua.it
fax 0815737522

B&F Italia S.r.l. ● Via del Pascolo, 8 24046 Osio Sotto (BG) www.bfitalia.net - bfitalia@bfitalia.net	035808109	Cosmetica Veneta S.r.l. ●●● tel. e fax 044719637 Via Vicenza, 52 36043 Camisano Vicentino (VI) www.cosmeticaveneta.it - info@cosmeticaveneta.it		Flexi-Bogdahn Int. GmbH & Co. KG ●●● +49/4532/40440 Carl Benz Weg, 13 22941 Bargteheide (Germania) fax +49/4532/404442 www.flexi.de - info@flexi.de
Baldecchi S.n.c. ●●● 0559705281 Zona PIP Frazione Penna fax 0559705352 52028 Terranova Bracciolini (AR) www.baldecchi.it - baldecchisnc@baldecchi.it		Croci S.p.a. ●●● 0332870860 Via S. Alessandro, 8 fax 0332462439 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net		Formevet S.r.l. ●●● 024345891 Via Savona, 97 fax 0243458922 20144 Milano www.formevet.com - vetline@formevet.it
Ballatore Pietro ●●● tel. e fax 067236701 Via Gasperina, 96 00118 Roma www.ballatoreroma.com - info@ballatoreroma.com		Dalla Grana Mangimi ●●● 0444830501 Via Zara, 74 fax 0444835211 36045 Lonigo (VI) www.officialis.com - nicola@officialis.net		Forza10/SANYPet S.p.a. ●●● 0429785401 Via Austria, 3 fax 0429767006 35023 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com
Bama S.p.a. ●●● 0583286353 Via Pertini, 2 fax 0583287754 55011 Altopascio (LU) www.bamagroup.com - info@bamagroup.com		Disegna Group ●●● 0424471424 Via Marsan, 28/30 fax 0424476392 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it		Gheda Mangimi S.r.l. ●●● 038632677 Via Comuna Santuario, 1 fax 038632664 46035 Ostiglia (MN) www.gheda.it - gheda@gheda.it
Bau Floc Madigest S.r.l. ●●● tel. e fax 075828217 Via dell'Industria tel. e fax 075827337 / 075828059 06065 Passignano Sul Trasimeno (PG) www.baufloc.com, www.madigestsrl.com info@madigestsrl.com		Diusa Pet S.r.l. ●●● 0382947500 S.P. per Lardirago, 8 fax 0382947488 27010 Marzano (PV) www.diusapet.it - info@diusapet.it		Gimborn Italia S.r.l. ●●●●● 05225452 Via Giorgio De Chirico, 3 fax 0522945365 42124 Reggio Emilia www.gimborn.it - www.butcherspetcare.com marketing@gimborn.it
Bayer S.p.a. ●●● 0239781 V.le Certosa, 130 fax 0239784660 20156 Milano www.vetclub.it - www.petclub.it		Dog Line S.n.c. ●●● 0444240653 Via Della Tecnica, 28 fax 0444532511 36043 Camisano Vicentino (VI) www.dogline.it - dogline@dogline.it		Giolo Giorgio ●●● 042659305 Via Marconi, 76/78 fax 042659306 30010 Pegolotte di Cona (VE) www.giologiolo.it - info@giologiolo.it
B.Braun Milano S.p.a. ●●● 02662181 Via V. da Seregno, 14 fax 0266218290 20161 Milano www.bbraun.com - servizio.clienti@braun.com		Dog Performance ●●● 0321923244 strada dei Boschi, sn fax 0321923211 28040 Marano Ticino (NO) www.dogperformance.it - info@dogperformance.com		GR-TECH S.r.l. ●●● 0423605478 Via Cal Trevisana, 6 fax 0423604511 31044 Montebelluna(TV) www.pratiko-pet.com - info@pratiko-pet.com
Bianco Line Natural Food ●●● 0171300592 Via Caduti Sul Don, 58 12020 Villar San Costanzo (CN) www.biancolinenaturalfood.it - info@biancolinenaturalfood.it		Dorado S.r.l. ●●● 042659140 Via Romea, 10 fax 0426308158 30010 Monsole di Cona (VE) www.baubon.it - infoservice@baubon.it		Hami Form Italia ●●● 3247966021 Le Closeau 56800 Ploermeil (Francia) www.hamiform.it - hamiformitalia@gmail.com
Boehringer Ingelheim Animal Health Italia S.p.a. ●●● Via Giovanni Lorenzini, 8 02535581 20139 Milano fax 025355822 www.merial.com - merial.italia@merial.com		DRN S.r.l. ●●● 0373938345 Via Bellisario, 23/25 fax 0373982427 26020 Palazzo Pignano (CR) www.drnpet.info - marketing@drnsrl.it		Happypet S.r.l. ●●● 0444436470 Via E. Majorana, 10 fax 0444436509 36045 Lonigo (VI) www.fop.it - info@happypetsrl.it
Bolton Alimentare S.p.a. ●●● 031779111 Via L. Einaudi, 18/22 fax 031779302 22072 Cermenate (CO) www.boltonalimentati.it		Due Erre & C. S.n.c. ●●● 0516466149 Via Pradazzo, 1/D fax 0516467654 40012 Calderara di Reno (BO) www.snackforpet.it - info@snackforpet.it		Heiniger AG ●●● +41/62/9569200 Industrieweg 8 fax +41/62/9569281 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland) www.heiniger.com - kontakt@heiniger.com
Camon S.p.a. ●●●●● 0456608511 Via Lucio Cosentino, 1 fax 0456608512 37041 Albaredo d'Adige (VR) www.camon.it - camon@camon.it		Eagle S.r.l. ●●●●● tel. e fax 050803275 Via Pavoncella, 8 56010 Migliarino Pisano (PI) www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it		Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l. ●●● Via A.G. Eiffel, 15 fax 0654549560 00148 Roma www.hillspet.it
Candioli S.p.a. ●●● 0113490232 Via Manzoni, 2 fax 0113490526 10092 Beinasco (TO) www.candioli.it - info@candioli.it		Enac S.p.a. ●●● 0382483059 Strada Paola, 16 fax 0382483056 27010 Cura Carpignano (PV) www.enac.it - info@enac.it		Hunter International GmbH ●●● +49/5202/91060 Grester Strasse, 4 fax +49/5202/15333 33818 Leopoldshoehe www.hunter.de - info@hunter.de
Canicom S.r.l. ●●● 0583462363 Via di Sottopoggio, 32 fax 0583462411 55060 Guamo (LU) www.canicomitalia.com - info@canicomitalia.com		Euroitalia Pet S.r.l. ●●● 069032657 Via Italia, 2 00060 Capena (RM) www.euroitaliapet.it - info@euroitaliapet.it		I.G.C. S.r.l. ●●● 05731942826 Via Giacomo Matteotti, 879 fax 05731942827 51036 Larciano (PT) www.leopet.it - info@leopet.it
Carbone Pet Products S.r.l. ●●● 0573837868 Via Antonio Gramsci, 1537 fax 0573859163 51036 Larciano (PT) www.petproductscarbone.it - info@petproductscarbone.it		Fanconfood S.r.l.s. ●●● Via Duprè, 1 35239 Padova www.fanconfood.com - www.imdifferent.eu fanconfood@gmail.com - info@imdifferent.eu		Imac S.r.l. ●●● 0444482301 Via Ghisa, 24 fax 0444482500 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it
Cargill S.r.l. ●●● 02890441 Via Ripamonti, 89 fax 0289044820 20141 Milano www.cargill.com		Farm Company S.r.l. ●●●●● 015511310 Via Amendola, 532 - Regione Spolina fax 0158129259 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it		Innovet Italia ●●● 0498015583 Via Einaudi, 13 fax 0498015737 35030 Saccolongo (PD) www.innovet.it - innovet@innovet.it
Cerberus S.r.l. a.s.u. ●●● Via Sant'Alessandro, 8 21040 Castronno (VA) www.cerberus-pet.com - info@cerberus-pet.com		Farmina Pet Foods Italia ●●● 0818236000 Via Nazionale delle Puglie fax 0815122135 80035 Nola (NA) www.farmina.com - info@farmina.it		Interpet S.r.l. ●●●●● 058394480 Via San Pieretto, 42 fax 0583403381 55060 Badia Contignano (LU) www.interpetmarket.com - interpet@libero.it
Cerere S.p.a. ●●● 017367271 Via del Molino, 42 fax 017367180 12057 Neive (CN) www.cerere.com - cerere@cerere.com		Fashion Dog S.r.l. ●●● 0596232450 Via Lago di Carezza, 11 fax 059687984 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it		Italsystem S.a.s. ●●● 0541731428 Via Corciano, 14 fax 0541731328 47924 Rimini www.1allsystems.com - info@1allsystems.com
Cesarano S.a.s. ●●● 0818507330 Via Nolana fax 0818507467 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - loredana@cesarano.it		Fashionglobetrotter ●●● 3383528728 / 3483474521 Via di Barbiano, 2/4 40136 Bologna www.doganddolls.com - info@doganddolls.com		It.Design S.r.l. ●●● 0119378016 Via Caduti del Lavoro, 6 10094 Gavieno (TO) www.cucciolotta.com - info@cucciolotta.com
Ceva Salute Animale S.p.a. ●●● 03965591 Via Colleoni, 15 fax 0396559244 20041 Agrate Brianza (MI) www.ceva.com - marketing.italy@ceva.com		Faza S.r.l. ●●● 069476129 Via Casilina Km 22.600 fax 069476033 00040 Lughetto Di Montecompatri (RM) www.areapet.it - info@areapet.it		Iv San Bernard S.r.l. ●●●●● 0571509106 Via Limitese, 112 fax 0571509618 50053 Spicchio Vinci (FI) www.ivsbernard.it - info@ivsbernard.it
Chemi-Vit S.r.l. ●●●●● 0522887959 Via Don Milani, 5/C fax 0522888200 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com		Ferplast S.p.a. ●●● 0445429111 Via 1° Maggio, 5 - Z.I. fax 0445429115 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com		Kronos S.r.l. ●●● 0515947498 Via Traversetolo, 186 fax 199707040517 43123 Parma www.kronossrl.it - info@kronossrl.it
Ciam S.r.l. ●●●●● 0736250484 Via Piemonte, 4 fax 0736257854 63100 Ascoli Piceno (AP) www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it		Ferriella S.p.a. ●●● 0152558103 Strada Trossi, 33 fax 0152558083 13871 Verrone (BI) www.ferriella.it - info@ferriella.it		Landini Giuntini S.p.a. ●●● 075851781 Via Rosa Luxemburg, 30 fax 0758517804 06012 Città di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it
Cinotecnica S.r.l. ●●● 0583469673 Via Nottolini, 440 fax 0583466778 55100 Lucca www.pacdogitalia.com - info@pacdogitalia.com		Fides Petfood N.V. ●●● +32/059242790 Industriezone Plessendale 2 fax +32/059242799 Solvaylaan 12 B8400 Oostende (Belgio) www.arionhealthcare.com/en, www.arionpetfood.com info@arionpetfood.be		Laviosa Chimica Mineraria S.p.a. ●●● 0586434000 Via L. Da Vinci, 21 fax 0586434210 57123 Livorno www.laviosa.it - lcm@laviosa.it
Coltelleria Polla ●●● tel. e fax 0131264774 Via Vochieri, 69 15100 Alessandria www.polladino.com - lipolla@libero.it		Contatti per l'Italia 3287932535 - 3287934875 commercialearion@gmail.com		Lazzari Luigi S.r.l. ●●● 035640118 Via Borgo Antico, 9 fax 035644927 24031 Almenno San Salvatore (BG) www.lazzarigabbie.it - info@lazzarigabbie.it
Coltellerie Milanesi S.a.s. ●●● tel. e fax 024224695 via Solari, 56 20144 Milano www.coltelleriemilanesi.it - info@coltelleriemilanesi.it		F.I.E.M. S.n.c. ●●● 031976672 Via G. Galliei, 3 fax 031899163 22070 Guanzate (CO) www.fiem.it - info@fiem.it		

Life Petcare S.r.l. ● tel. e fax 0575411013
Via di Basserone, 57
52041 Badia al Pino (AR)
www.lifepecare.it - info@lifepecare.it

Lory Progetti Veterinari S.r.l. ● 3929091598
Via Buozzi, 3/A
42025 Cavriago (RE)
www.loryprogettiveterinari.it

Ma-Fra S.p.a. ● 023569981
Via Aquileia, 44/46 I
20021 Baranzate (MI)
www.mafrapet.com - www.mafr.it
fax 0235699800

Mantovani Pet Diffusion S.r.l. ● ● 051969413
Via Giulio Pastore, 31
40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com
mantovani@mantovanipetdiffusion.com
fax 051969348

Marchioro S.p.a. ● 0444901700
Via Croce, 60
36030 Castelnuovo (VI)
www.marchioro.it - info@marchioro.it
fax 0444901710

Marpet S.r.l. ● 0456600134
Via Don Sasselli d'Erà, 13
37041 Albaredo d'Adige (PD)
www.marpet.it - info@marpet.it
fax 0457000124

Mars Italia S.p.a. ● 025776111
V.le Milano Fiori Str. 2 Pal C3
20090 Assago (MI)
www.pedigree.it
fax 0257510890

Mennuti Group S.r.l. ● 0571581661
Via Ponte Cerretano, 10-12-14
50050 Carreto Guidi (FI)
www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it
fax 0571580016

Merini Maurizio ● tel. e fax 0661560728
Via Baveno, 7/A
00166 Roma
www.merinionline.it - maurizio.merini@libero.it

Mister Pet S.p.a. ● 0521340323
Via Pedemontana, 35
43029 Mamiano di Traversetolo (PR)
www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com
fax 0521340319

Monge & C. S.p.a. ● ● 0172747111
Via Savigliano, 31
12030 Monasterolo di Savigliano (CN)
www.monge.it - info@monge.it
fax 0172747198

Morando S.p.a. ● 0119433311
Via Chieri, 61
10020 Andezeno (TO)
www.morando.it - morando@morando.it
fax 0119434289

Mp Bergamo S.r.l. ● 0358361301
Via Passerera, 2/C
24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
fax 0354496738

MPS 2 S.r.l. ● 0444572190
Via Zambon, 17
36051 Creazzo (VI)
www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it
fax 0444370902

MSD Animal Health Italia ● 02516861
Via Fratelli Cervi, snc
Centro direzionale MilanoDue - Palazzo Borromini
20090 Segrate (MI)
www.exspot.it - www.scalibor.it
fax 0251686685

MSM Pet Food S.r.l. ● 0309361245
Via dell'Agricoltura, 5
25028 Verolanuova (BS)
www.msmpetfood.com
amministrazione@msmpetfood.com
fax 0309921858

My Factory S.r.l. ● 0119401249
Via Olivetti, 7/9
10020 Riva Presso Chieri (TO)
www.my-factory.it - info@my-factory.it

My Family S.r.l. ● 0131950063
Strada Solero, 1/A
15048 Valenza (AL)
www.myfamily.it - info@myfamily.it
fax 0131952944

Natural Line S.r.l. ● 0187413799
Via Repubblica, 82
54011 Frazione Albiano Magra Aulla (MS)
www.natural-line.eu - info@natural-line.eu
fax 0187415142

Naturina S.a.s. ● 0109415459
Via Bobbio, 1/3 rosso
16137 Genova
www.naturina.it - info@naturina.it
fax 0108392921

Nestlé Purina Petcare S.p.a. ● ● 0281811
Via del Mulino, 6
20090 Assago (MI)
www.purina.it
fax 800-525505
fax 0281817133

Nova Foods S.r.l. ● 0445941494
Via Pecori Giraldi, 59/A
36070 Castelgomberto (VI)
www.novafoods.com - info@novafoods.it
fax 0445941522

N.P. Industries S.r.l. ● ● 0432699322
Via Valcellina, 37
33097 Spilimbergo (PN)
www.professionalpets.it - info@professionalpets.it
fax 0427488000

Nuova Cuoiò ● 0817744833
Via Luffrano, 69
80040 Volva (NA)
www.eurocuoiò.it - info@eurocuoiò.it
fax 0817735989

Nuova Fattoria S.r.l. ● 0309032308
Via Industriale, 70
25016 Ghedi (BS)
www.nuovafattoria.com - info@nuovafattoria.com
fax 0309031460

Nutrigene S.r.l. ● ● 3498403900
via Pozzuolo, 337
33100 Udine
www.nutrigenefood.com - info@nutrigenefood.com

Nutrix Più S.r.l. ● 0737641171
Via Potenza, 92
62022 Castelraimondo (MC)
www.nutrixpiu.com - nutrix1@nutrixpiu.com
fax 0737643011

Olistika S.r.l. ● 0549906690
Via XXV Marzo, 19/B
47895 Domagnano (RSM)
www.olistikavetline.eu - info@vet-line.sm
fax 0549987049

On Site S.r.l.u. ● 0342200070
Via Nazionale, 5
23012 Castione Andevenno (SO)
www.onsite.pet - info@onsite.pet
fax 0342211815

Original Legno Italia S.a.s. ● 0924514511
di Maltese & C. ● fax 0924515292
ZI C.da Fegotto
91013 Calatafimi Segesta (TP)
www.original-legno.it - info@original-legno.it

Pappadrin S.r.l. ● 0444371521
Via Verona, 66/B
36077 Altavilla - Tavernelle (VI)
www.pappadrin.it - pappadrin@pappadrin.it
fax 0444335285

Pet360 S.r.l. ● tel. e fax 022043764
P.le Bacone, 2
20129 Milano
www.pet360.it - info@pet360.it

Petinitaly ● 0245712959
Via Palermo, 9
20090 Assago (MI)
www.petinitaly.it - info@petinitaly.it
fax 0245714694

Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r.l. ● 3334168155
Via San Maurizio 184/15 ● 0119222641
10073 Ciriè (TO) ● fax 0119224084
www.petitamis.it - info@petitamis.it

Petness S.a.s. di Circuri G. & C. ● 0666182041
Via Tullio Ascarelli, 181
00166 Roma
www.smartbones.com/it/italia@smartbones.com - info@petness.it

Pet's Creation di Valentino Sante ● 0804735719
Via F.lli Rosselli, 36 ● tel. e fax 0804735719
70042 Mola di Bari (BA)
www.pets-creation.com - info@pets-creation.com

Pets Fitness ● ● tel. e fax 0712868013
Via Soderini, 8
60027 Osimo (AN)
www.petsfitness.com - info@petsfitness.com

Pet Village S.r.l. ● ● ● 054464418 - 0544471768
Via Stradello, 35 ● fax 0544479252
48124 Madonna dell'Albero (RA)
www.petvillagesrl.it - info@petvillage.it

Pet & Hug International S.p.a. ● 0424383101
Corso Magenta, 85 ● fax 0424390792
20123 Milano
www.flairpet.com - info@flairpet.com

Pineta Zootecnici ● ● tel. e fax 0522553616
Via A. Cugini, 30
42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

Porrini Pet S.r.l. ● ● 0302791814
Via Einaudi, 1 ● fax 0302793319
25086 Rezzato (BS)
www.porrinipet.it - info@porrinipet.it

Q.Vet S.r.l. ● 0110160050
C.so Nizza, 54 ● fax 0110160049
12100 Cuneo
www.qvet.it - info@qvet.it

Rebo S.r.l. ● 0331502700
Via Mestre, 31 ● fax 0331502703
21050 Cairate (VA)
www.happydog.it - www.happydog.it - info@happydog.it

Rinaldo Franco S.p.a. ● ● ● 0248376157
Via Fratelli Cervi, 2 ● fax 0241291840
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com

Royal Canin Italia S.r.l. ● 023347611
Via Anton Checov, 50/2 ● fax 0233490091
20151 Milano
www.royalcanin.it - info@royal-canin.it

Sepiol S.a. ● 0233610725
Ufficio Italia ● fax 023319855
Via General Govone, 56
20155 Milano
www.sepiolsa.com - info@sepiolsa.com

Slow Global ● 0161219438
Cascina Malcotta ● fax 0161220542
13010 Stroppiana (VC)
www.slowglobal.com - slowglobal@gmail.com

Stefanplast S.p.a. ● ● 0444639011
Via Piazza, 47 ● fax 0444638315
36020 Castegnaro (VI)
www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it
comm.estero@stefanplast.it

Ticinese Petfood S.r.l. ● ● 0382573789
Via Vigentina, 102 ● fax 0382575576
27100 Pavia
www.laticinese.it - info@laticinese.it

Trixie Italia S.p.a. ● ● ● 0444835329
Via E. Fermi, 6 ● fax 0444833352
36045 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it

Unipro S.r.l. ● 0758085198
Via Barrocciai, 19 ● fax 0758044167
06081 Santa Maria degli Angeli (PG)
www.unipronline.it - info@unipronline.it

United Pets S.r.l. ● 023927041
V.le Certosa, 46 ● fax 0239219774
20155 Milano
www.unitedpets.it - info@unitedpets.it

Valpet S.r.l. ● ● ● 051760349
Via Marconi, 4/2 ● fax 0516056448
40057 Granarolo E. (BO)
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

V.B.B. S.r.l. ● tel. e fax 075985151
Via della Fattoria, 39
06084 Bettona (PG)
www.vbbpetfood.eu - info@vbbpetfood.eu

Velma Group S.r.l. ● ● 0423715319
Via Munaron, 26/A
31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

Vema Petfood&Care S.r.l. ● 0249474139
Via Lura, 236
21042 Caronno Pusterla (VA)
www.vemapetfood.it, info@vemapetfood.it

Venturi Giuseppe ● 0543945316
Via Partisani, 10/12 ● fax 0543945184
47016 S. Savino di Predappio (FC)
www.venturionline.it - info@venturionline.it

Virbac S.r.l. ● 024092471
Via Ettore Bugatti, 15 ● fax 0240924777
20142 Milano
www.virbac.it - virbac@virbac.it

Visan Italia ● 0694800700
Via Sistina, 149
00187 Roma
www.visanpet.it - info@visanpet.it

Vitakraft Italia S.p.a. ● ● ● 075965601
Via Piana, 4 ● fax 0759656020
06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

Wahl Italia S.r.l. ● 051374253
Via Piero Gobetti, 52
40129 Bologna
www.wahl-animal.com - info@wahlitalia.com

WINNER Pet Food Solution S.r.l. ● 0690375587
Via Italia, 4
00060 Capena (RM)
www.winnerplus.eu - info@winnerplus.eu

Wonderfood S.p.a. ● ● ● 0549943311
Strada dei Censiti, 2 ● fax 0549943312
47891 Repubblica di San Marino
www.wonderfood.com - info@wonderfood.com

Zolux Italia ● ● ● 051754816 - 051759896
Via Caduti di Amola, 17
40132 Bologna
www.zolux.com - info@zolux.it

Zoodiaco ● ● ● 0425474645
V.le della Cooperazione, 16 ● fax 0425474647
45100 Borsea (RO)
www.zoodiaco.com - www.prolife-pet.it
zoodiaco@zoodiaco.com

Zoo Planet S.r.l. ● ● ● 0499350400
Via Malcantone, 6 ● fax 0499350388
35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

uccelli birds

All Pet S.r.l. ● 0296450470
Via Trieste, 603
21042 Caronno Pertusella (VA)
www.allpet.it - info@allpet.it
fax 0296450464

Also S.r.l. ● ● ● 090632636
SS 114 km - 4,260 Contesse
98125 Messina
www.alsaitalia.it - also@alsaitalia.it
fax 0906258082

Boccacci S.r.l. ● ● ● 0620433565
Via Casilina, 1670
00133 Roma
www.boccaccisrl.com - info@boccaccisrl.it
fax 0620433512

Borgovit S.r.l. ● 031650344
Via Roma, 48
22046 Merone (CO)
www.borgovit.it - info@borgovit.it
fax 031651419

Calcio Mare S.n.c. di Corrizzato P. & C. ● ● ● 0423724073
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48
31033 Castelfranco V.to (TV)
www.calciomare.com - www.aqualine.it
info@calciomare.com
fax 0423742252

Chemi-Vit S.r.l. ● ● ● 0522887959
Via Don Milani, 5/C
42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com
fax 0522888200

Croci S.p.a. ● ● ● ● 0332870860
Via S. Alessandro, 8
21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net
fax 0332462439

Fioretta Rag. Gianni S.n.c. ● ● ● 0341530138
Via Provinciale, 89
23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com
fax 0341530392

Formevet S.r.l. ● ● ● 024345891
Via Savona, 97
20144 Milano
www.formevet.com - info@formevet.it
fax 0243458922

Gimborn Italia S.r.l. ● ● ● ● 05225452
Via De Chirico, 3
42124 Reggio Emilia
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it

Hami Form Italia ● 3247966021
Le Closeau
56800 Ploermel (Francia)
www.hamiform.it - hamiformitalia@gmail.com

Happypet S.r.l. ● ● ● 0444436470
Via E. Majorana, 10
36045 Lonigo (VI)
www.fop.it - info@happypetsrl.it
fax 0444436509

Imac S.r.l. ● ● ● 0444482301
Via Ghisa, 24
37071 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it
fax 0444482500

Manitoba S.r.l. ● ● ● ● tel. e fax 0375310418
Via Delmoncello, 9
26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com

Mantovani Pet Diffusion S.r.l. ● ● ● ● 051969413
Via Giulio Pastore, 31
40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com
mantovani@mantovanipetdiffusion.com
fax 051969348

Max Ornithology S.r.l. ● ● ● ● tel. e fax 0423485691
Via Monte Santo, 1
31037 Loria (TV)
www.pappagalli.com - info@pappagalli.com

Mp Bergamo S.r.l. ● ● ● ● 0358361301
Via Passerera, 2/C
24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
fax 0354496738

Nestlé Purina Petcare S.p.a. ● ● ● ● 0281811
Via del Mulino, 6
20090 Assago (MI)
www.purina.it
fax 800 525505
tel. 0281817133

Pineta Zootecnici ● ● ● ● tel. e fax 0522553616
Via A. Cugini, 30
42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

Rinaldo Franco S.p.a. ● ● ● ● 0248376157
Via Fratelli Cervi, 2
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
fax 0241291840

Sementi Dotto S.p.a. ● ● ● ● 0432760442
Via Lavariano, 41
33050 Mortegliano (UD)
www.sementidotto.it - info@sementidotto.it
fax 0432761665

Tombolan S.r.l. ● ● ● ● 0495969090
Via Vittorio Veneto, 78
35019 Tombolo (PD)
www.tombolan.eu - commerciale@tombolan.eu
fax 0495968283

Trixie Italia S.r.l. ● ● ● ● 0444835329
Via E. Fermi, 14/16
36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
fax 0444833352

Tropical World ● ● ● ● 0331964758
Via Torretta, 68
21029 Vergiate (VA)
www.tropicalworld.it - info@tropicalworld.it
fax 0331949929

Valman S.r.l. ● ● ● ● 0444975663
Via Brenta, 3
36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it

Valpet S.r.l. ● ● ● ● 051760349
Via Marconi, 4/2
40057 Granarolo E. (BO)
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it
fax 0516056448

Velma Group S.r.l. ● ● ● ● 0423715319
Via Munaron, 26/A
31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

Vergerio Mangimi S.r.l. ● ● ● ● 049700622
Via Roma, 56
35010 Cadoneghe (PD)
www.canary.it - info@canary.it
fax 049703440

Vitakraft Italia S.p.a. ● ● ● ● 075965601
Via Piana, 4
06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
fax 0759656020

Viten S.r.l. ● ● ● ● 0432664401
Via Faedis, 21
33040 Povoletto (UD)
www.viten.it - info@viten.it
fax 0432679043

Zodiaco ● ● ● ● 0425474645
V.le della Cooperazione, 16
45100 Rovigo
www.zodiaco.com - zodiaco@zodiaco.com
fax 0425474647

Zoomania ● ● ● ● tel. e fax 0818610459
Via Vittorio Veneto, 414
80058 Torre Annunziata (NA)
www.zoomaniarettili.com - info@zoomaniarettili.com

Zoo Planet S.r.l. ● ● ● ● 0499350400
Via Malcanton, 6
35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it
fax 0499350388

Zoo Varese ● ● ● ● 0332310280
Via Giovanni Macchi, 55
21100 Varese
www.zoovarese.com - info@zoovarese.com
fax 0332313111

piccoli mammiferi small mammals

Also S.r.l. ● ● ● ● 090632636
SS 114 km - 4,260 Contesse
98125 Messina
www.alsaitalia.it - also@alsaitalia.it
fax 0906258082

Boccacci S.r.l. ● ● ● ● 0620433565
Via Casilina, 1670
00133 Roma
www.boccaccisrl.com - info@boccaccisrl.it
fax 0620433512

Calcio Mare S.n.c. di Corrizzato P. & C. ● ● ● ● 0423724073
Via per Salvatronda Z.I. Esp. 48
31033 Castelfranco V.to (TV)
www.calciomare.com - www.aqualine.it
info@calciomare.com
fax 0423742252

Chemi-Vit S.r.l. ● ● ● ● 0522887959
Via Don Milani, 5/C
42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com
fax 0522888200

Croci S.p.a. ● ● ● ● 0332870860
Via S. Alessandro, 8
21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net
fax 0332462439

Fioretta Rag. Gianni S.n.c. ● ● ● ● 0341530138
Via Provinciale, 89
23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com
fax 0341530392

Formevet S.r.l. ● ● ● ● 024345891
Via Savona, 97
20144 Milano
www.formevet.com - info@formevet.it
fax 0243458922

Gimborn Italia S.r.l. ● ● ● ● 05225452
Via De Chirico, 3
42124 Reggio Emilia
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it
fax 0522945365

Hami Form Italia ● ● ● ● 3247966021
Le Closeau
56800 Ploermel (Francia)
www.hamiform.it - hamiformitalia@gmail.com

Happypet S.r.l. ● ● ● ● 0444436470
Via E. Majorana, 10
36045 Lonigo (VI)
www.fop.it - info@happypetsrl.it
fax 0444436509

Imac S.r.l. ● ● ● ● 0444482301
Via Ghisa, 24
36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it
fax 0444482500

Laviosa Chimica Mineraria S.p.a. ● ● ● ● 0586434000
Via L. Da Vinci, 21
57123 Livorno
www.laviosa.it - laviosaminerals@laviosa.com
fax 0586434210

Manitoba S.r.l. ● ● ● ● tel. e fax 0375310418
Via Delmoncello, 9
26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com

Mantovani Pet Diffusion S.r.l. ● ● ● ● 051969413
Via Giulio Pastore, 31
40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com
mantovani@mantovanipetdiffusion.com
fax 051969348

Mp Bergamo S.r.l. ● ● ● ● 0358361301
Via Passerera, 2/C
24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
fax 0354496738

Nestlé Purina Petcare S.p.a. ● ● ● ● 0281811
Via del Mulino, 6
20090 Assago (MI)
www.purina.it
fax 800 525505
tel. 0281817133

Pineta Zootecnici ● ● ● ● tel. e fax 0522553616
Via A. Cugini, 30
42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

Rinaldo Franco S.p.a. ● ● ● ● 0248376157
Via Fratelli Cervi, 2
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
fax 0241291840

Trixie Italia S.r.l. ● ● ● ● 0444835329
Via E. Fermi, 14/16
36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
fax 0444833352

Valman S.r.l. ● ● ● ● 0444975663
Via Brenta, 3
36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it

Valpet S.r.l. ● ● ● ● 051760349
Via Marconi, 4/2
40057 Granarolo E. (BO)
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it
fax 0516056448

Velma Group S.r.l. ● ● ● ● 0423715319
Via Munaron, 26/A
31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

Vitakraft Italia S.p.a. ● ● ● ● 075965601
Via Piana, 4
06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
fax 0759656020

Viten S.r.l. ● ● ● ● 0432664401
Via Faedis, 21
33040 Povoletto (UD)
www.viten.it - info@viten.it
fax 0432679043

Zodiaco ● ● ● ● 0425474645
V.le della Cooperazione, 16
45100 Rovigo
www.zodiaco.com - zodiaco@zodiaco.com
fax 0425474647

Zoomania ● ● ● ● tel. e fax 0818610459
Via Vittorio Veneto, 414
80058 Torre Annunziata (NA)
www.zoomaniarettili.com - info@zoomaniarettili.com

rettili & anfibi reptiles & amphibians

Also S.r.l. ● ● ● ● 090632636
SS 114 km - 4,260 Contesse
98125 Messina
www.alsaitalia.it - also@alsaitalia.it
fax 0906258082

Croci S.p.a. ● ● ● ● 0332870860
Via S. Alessandro, 8
21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net
fax 0332462439

Fioretta Rag. Gianni S.n.c. ● ● ● ● 0341530138
Via Provinciale, 89
23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com
fax 0341530392

Gimborn Italia S.r.l. ● ● ● ● 05225452
Via De Chirico, 3
42124 Reggio Emilia
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it
fax 0522945365

Happypet S.r.l. ● ● ● ● 0444436470
Via E. Majorana, 10
36045 Lonigo (VI)
www.fop.it - info@happypetsrl.it
fax 0444436509

Imac S.r.l. ● ● ● ● 0444482301
Via Ghisa, 24
36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it
fax 0444482500

giugno 2019

Direttore editoriale
Cristina Mandaglio

Direttore responsabile
Cristina Mandaglio
cristina.mandaglio@zampotta.it

Coordinatore editoriale
Valeria Longhi
valeria.longhi@zampotta.it

Revisore scientifico settore veterinario
Cristiano Papeschi

Hanno collaborato a questo numero:

Marina Moretti, Sahara Sebastiani, Daniela Graziadio, Oscar Giacometto, Giuseppe Di Domenico, Paolo Grisendi, Matteo Novati, Laura Burani, Filippo Giunti, Lorena Quarata, Cristiano Papeschi, Linda Sartini, Alberto Tonelli, Luciano Di Tizio, Alessandro Mancini, Valerio Zupo

Direzione e redazione

Vimax srl
via Rezzonico 23 - 22100 Como
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

 3289226601

 valeria zampotta

 ZampottaMagazine

 ZampottaMag

 zampottamagazine

Segreteria di redazione
valeria.longhi@zampotta.it

Produzione grafica
Mariagiulia Peduzzi



Ufficio pubblicità

Vimax srl - info@zampotta.it
tel. 031301059 - fax 031301418 - cell. 3289226601

Representative for the U.S. and Canada

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

Servizio abbonamenti

abbonamenti@zampotta.it - fax 031301418

Stampa

PAPERGRAF srl - Piazzola sul Brenta (PD)

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI COMO N. 15/11
ISCRIZIONE NEL REGISTRO OPERATORI
COMUNICAZIONE DELL'AGCOM N. ROC 21368

Tutti i diritti riservati. Ogni produzione è vietata se non autorizzata espressamente per iscritto dall'Editore. Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito, anche se non pubblicato.

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

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

La presente pubblicazione viene inviata da Vimax srl in Italia a tutti i petshop, agritore, 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 suddetta legge. In conformità a quanto disposto dal Codice di deontologia relativo al Trattamento di dati personali art. 2, comma 2, si comunica che presso la nostra sede di Como, via Rezzonico 23, esiste una banca dati a uso redazionale. Chi interessati potranno esercitare i diritti previsti dal D.Lgs 196/2003 (consultare, modificare o cancellare i dati) contattando presso la nostra sede di Como, tel. 031301059, fax 031301418, il responsabile Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)

Although the magazine is delivered under free subscription, the personal data we are using are processed respecting Law Decree 196/2003. You can exercise the rights specified in the above mentioned law. In compliance with the rules specified in the Code of conduct about privacy treatment art. 2, comma 2, we inform you that the database is used for editorial purposes and resides in our headquarter located in Como, via Rezzonico 23. If you wish to exercise the rights specified in Law Decree 196/2003 (to look through, modify or cancel your personal data), please contact our office in Como, phone no. +39/031/301059, fax +39/031/301418. Responsible for the treatment of personal data is Ms. Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)

Mantovani Pet Diffusion S.r.l. ● ● ● ● ●
Via Giulio Pastore, 31
40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com
mantovani@mantovanipetdiffusion.com

051969413
fax 051969348

Pineta Zootecnici ● ● ● ● ● tel. e fax 0522553616
Via A. Cugini, 30
42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

Piranha Tropical Life ● ● ● ● ● 0881638838
III Traversa Corso del Mezzogiorno fax 0881339154
71100 Foggia
www.piranhatropicalife.it - info@piranhatropicalife.it

Rinaldo Franco S.p.a. ● ● ● ● ● 0248376157
Via Fratelli Cervi, 2 fax 0241291840
20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com

Spectrum Brands Italia ● ● ● ● ● 0290448310
Via Ludovico il Moro, 6 fax 0290756096
20060 Basiglio (MI)
www.spectrumbrands.com
info@spectrumbrands.com

Trixie Italia S.r.l. ● ● ● ● ● 0444835329
Via E. Fermi, 14/16 fax 0444833352
36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it

Valpet S.r.l. ● ● ● ● ● 051760349
Via Marconi, 4/2 fax 0516056448
40057 Granarolo E. (BO)
www.valpet.it - servizio.clienti@valpet.it

Velma Group S.r.l. ● ● ● ● ● 0423715319
Via Munaron, 26/A
31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

Vitakraft Italia S.p.a. ● ● ● ● ● 075965601
Via Piana, 4 fax 0759656020
06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

Zoomania ● ● ● ● ● tel. e fax 0818610459
Via Vittorio Veneto, 414
80058 Torre Annunziata (NA)
www.zoomaniarettili.com - info@zoomaniarettili.com

Zoo Varese ● ● ● ● ● 0332310280
Via Giovanni Macchi, 55 fax 0332313111
21100 Varese
www.zoovarese.com - info@zoovarese.com

marketing & servizi marketing & services

GBS Marketing (+49)6074/861009
Moselstrasse, 2 fax (+49)6074/861089
63322 Rodemark (Germany)
www.petaward.it - info@petaward.it

IPV Pack S.r.l. Unipersonale 0499431318
Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E
35010 Carmignano di Brenta (PD)
www.ipvpack.com - info@ipvpack.com

Marketing Consulting 3491326697
Viale Monte Nero, 70
20135 Milano
www.petaward.it - info@petaward.it

Masidef S.r.l. - Storedesign 029651011
Via Oberdan, 125
21042 Caronno Pertusella (VA)
www.masidef.com - info@masidef.com

PETPRO S.r.l. numero verde 800-984706
Via Piermarini 10
20145 Milano
www.petpro.it - info@petpro.it

Polypro S.p.a. 0510958560
Via Roma, 118
40012 Calderara di Reno (BO)
www.polypro.it - info@polypro.it

Vimax S.r.l. 031301059
Via Rezzonico, 23 fax 031301418
22100 Como
www.zampotta.it - info@zampotta.it

Zoo Planet S.r.l. 0499350400
Via Malcantone, 6 fax 0499350388
35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

AVVERTIAMO I LETTORI CHE GLI INDIRIZZI DI QUESTA RUBRICA VENGONO PUBBLICATI A PAGAMENTO E CHE LO SPAZIO È RISERVATO ESCLUSIVAMENTE A PRODUTTORI, IMPORTATORI, ESPORTATORI E ORGANIZZAZIONI COMMERCIALI CHE OPERANO IN QUALITÀ DI GROSSISTI

inserzionisti advertisers

cover 1 MISTER PET

MISTER PET p. 11

cover 2 CAMON

MYFAMILY p. 2-3

cover 3 MONGE

OLISTIKA p. 23

cover 4 AGRAS DELIC

PET VILLAGE p. 21

ADRAGNA PETFOOD p. 19

PINETA p. 97

AFFINITY PETCARE p. 53

PORRINI p. 37

BOEHRINGER INGELHEIM

REBO p. 1

ANIMAL HEALTH ITALIA p.73, 77

RINALDO FRANCO p. 45, 63

CHEMI-VIT p. 87

SALVAGENTE p. 58-59

COLLAR p. 81

TROVA NEGOZIO p. 42-43

CULTURA FELINA p.91

VALPET p. 9

DISEGNA GROUP p. 47

VELMA p. 27

ENPA p. 103

VITAKRAFT ITALIA p. 65

FIORETTA p. 99

WONDERFOOD p. 4

GHEDA MANGIMI p. 29

ZAMPOTTA p. 104, 114

ZOODIACO p. 7

Non abbiamo segreti!

La qualità
prima di tutto.



Monge®

Il pet food che parla chiaro

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

SOLO NEI MIGLIORI PET SHOP E NEGOZI SPECIALIZZATI.



MADE IN ITALY NO CRUELTY TEST NO OGM

MONGE
La famiglia italiana del pet food

Schesir®

NATURE  FOR CAT&DOG

20th
anniversary
1999 - 2019



*Buon Compleanno
Schesir!*



Da **20 anni** ingredienti **naturali**, **qualità** e **innovazione** per i nostri pet.

www.schesir.it