#### TECNICHE DI VENDITA /

Crea la scatola dei desideri p. 14

#### **COMUNICAZIONE & MARKETING**

Che cos'è la welcome email p. 18

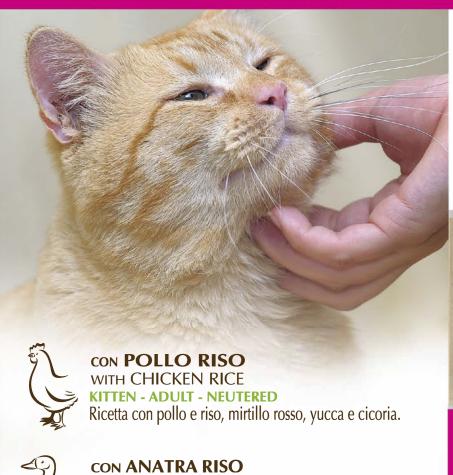
CANI & GATTI / Gestire il nuovo arrivato p. 98



GIUGNO 2021 - N° 5

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop













#### WITH DUCK RICE SENIOR

Ricetta con anatra e riso, mirtillo rosso, yucca e cicoria.



**ADULT** 

Ricetta con agnello e riso, mirtillo rosso, yucca e cicoria.

- 1° Ingredient Animal Origin
- Holistic Philosophy
- Ricette con carne fresca
- Alimento 100% naturale
- Bilanciato contenuto di minerali
- Ω3 e Ω6 per pelle e manto
- Senza coloranti né aromi artificiali

# DEKEX MADE IN ITALY OUTUNOUS







CARNE FRESCA GUSTO IRRESISTIBILE



RISO FACILE DIGESTIONE



FIBRE E PREBIOTICI EQUILIBRIO INTESTINALE



MIRTILLO ROSSO E YUCCA INGREDIENTI OLISTICI

#### DAL RISPETTO E DALL'OSSERVAZIONE DELLA NATURA:





Formula approvata dal punto di vista nutrizionale da



LA LINEA CON SPECIFICI INGREDIENTI FUNZIONALI NATURALI UTILI PER IL MANTENIMENTO DEL BENESSERE DEI CANI E GATTI. LA NATURALE ED INNOVATIVA RISPOSTA ALLE RICHIESTE DEL MERCATO, IN UN PACKAGING 100% RICICLABILE CHE PENSA ALL'AMBIENTE



# SALVARE UN CUCCIOLO NON HA PREZZO

E CON Pet-Ag È FACILE FARLO

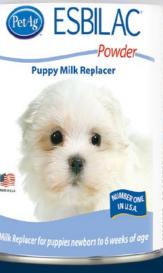


Pet-Ag è leader di mercato a livello mondiale, per i Neonatal Milk Replacers, latti artificiali per cuccioli, gattini e molti altri mammiferi. Le formulazioni dell'ESBILAC e del KMR, hanno le stesse caratteristiche del latte materno ed un'alta digeribilità per l'assenza di farine di cereali e per il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



Every Animal. Every Day.









# COLLARI, PETTORINE e GUINZAGLI

### memopet?

utili e divertenti da usar in famiglia



Non perdere l'occasione di essere tra i primi ad

offrire la rivoluzione memopet
CHIAMA SUBITO 0131.950063



Prodotto in Italia da

MyFamily S.r.l. Valenza (AL) - Italy
T. 0131 950063 | info@myfamily.it

MyFamily USA Inc. Orlando (FL) - USA

# SOMMARIO



COPERTINA

"in evidenza'

Il laboratorio della Food Valley

(Mister Pet)

6



GIUGNO 2021 - N° 5

**EDITORIALE** 

di Cristina Mandaglio

Tornare in fiera



62 II pet food che parla chiaro

64 L'innovazione nel mondo animale (Mps 2)

Opportunità di benessere con Cliffi (Chemi-Vit)

Arriva la busta bio (Rebo)

**Granuli a base di mais per lettiera** (Mp Group)

**Zenzero, carbone e menta: si gioca!** (Camon)

#### **MARKETING**

**70** La parola ai vincitori (Quality Award)

#### **UCCELLI**

La tortora dal collare (G. Ravazzi)

#### **CANI & GATTI**

74 Schesir Natural Selection ancora protagonista
(Agras Pet Foods)

3 giochi ideali per scatenarsi in acqua
(BamaPet)

**78** Benessere globale per taglie mini (Winner Plus Pet Food)

79 Cinque bottiglie in un Morso° (Morso°)

**80** Golosità pure o spremibili? (Vitakraft Italia)

#### **PICCOLI MAMMIFERI**

**Page 1 E sicuro tenere il coniglio all'aperto?** (C. Papeschi)

Largo agli anticorpi in crocchetta (Affinity Petcare)

Argento e miele contro le ferite cutanee (Absorbine)

84 Il batterio per l'intestino felino (Bacterfield)

85 Il passeggino per i grandi (Piccolocane)

**92** Come gestire il nuovo arrivato (L. Sartini)

Perché ingoia tutto quello che trova? (L. Quarta)

#### **ACQUARI & CO.**

La rivoluzione dei mini gamberetti
(A. Mancini)

TDS: a cosa serve davvero?
(V. Zupo)

107 Contorna il laghetto di primavera (L. Di Tizio)

#### **RUBRICHE**

61 Notizie Brevi

86 Pet app

87 Dalle Associazioni

88 La voce di...

90 Negozio del mese

114 Bacheca

116 Contatti

120 Inserzionisti

#### **BUSINESS**

14 Tecniche di Vendita

18 Comunicazione & Marketing

22 Strategia Aziendale

30 Emozioni & Business

34 Pet shop On line

42 Social Media Marketing

48 Gestione Finanziaria

58 Business Semplice







# l'editoriale di **CRISTINA MANDAGLIO**



# **TORNARE IN FIERA**

arigi, Telford, Bologna... in Europa la situazione sanitaria sta migliorando un po' ovunque e inizia a delinearsi una ripresa del calendario fieristico in presenza.

Expozoo Paris Animal Show, PATS, Zoomark International, sono le prime fiere ad aver programmato una ripresa.

La pandemia ha costretto tutti a trovare nuove vie per reinventarsi e dato un'accelerata all'innovazione digitale cambiando il modo di fare business e coinvolgendo tutti i settori, compreso il nostro. Giocoforza gli appuntamenti fieristici si sono trasferiti sempre più spesso su canali digitali.

Una soluzione temporanea? O piuttosto un'opportunità che dobbiamo essere pronti a sfruttare anche in futuro? Quanto questa nuova tipologia di eventi riesce a sostituire i classici appuntamenti fieristici? Fra eventi digitali e fisici, qual è quello più adatto a venire incontro alle necessità di un pet market che si evolve continuamente?

Mi pare significativo che il principale Salone europeo, Interzoo, abbia scelto per il 2021 di continuare su questa strada con Interzoo Digital alla sua prima edizione dall'1 al 4 giugno.

L'uso dei canali digitali permette di raggiungere una platea molto più ampia rispetto ai tradizionali e quindi implica una serie di vantaggi e di opportunità di business. Il potenziale di visibilità per gli espositori è maggiore perché consente di intercettare un numero di buyer decisamente più elevato rispetto alle edizioni fisiche, sia nel mercato interno che in quello estero. I costi per le aziende e per i visitatori sono indubbiamente più contenuti rispetto alla partecipazione classica a una fiera, non è necessario spostarsi, si può partecipare direttamente da casa o dall'ufficio, un bel vantaggio soprattutto per le aziende dotate di risorse limitate. Spesso vengono anche abbattuti i limiti temporali, caratteristica del digitale è la flessibilità, un'esposizione online diventa così una sorta di "fiera potenziata" che dura tutto l'anno, 24 ore su 24.

Quindi è il momento di dire addio alle fiere tradizionali?

La decisione di Zoomark International, così come di PATS o di Expozoo Paris Animal Show, sembra andare in tutt'altra direzione. È segno che tutti sentiamo il bisogno di tornare alla normalità, anche lavorativa, che implica il contatto e il riavvicinamento fra le persone. Lo leggiamo nelle cronache di questi giorni, con la ripartenza delle attività di intrattenimento e svago, la ripresa degli acquisti, anche con il desiderio di vacanza.

Chi aveva profetizzato la fine delle fiere con l'avvento del digitale, si è dovuto ricredere.

Le fiere digitali potranno avere tanti vantaggi, ma non sono in grado di replicare quell'insieme di caratteristiche tipiche delle manifestazioni tradizionali, che mettono al centro le persone, gli incontri imperniati sul face-to-face, le presentazioni capaci di attirare l'attenzione dei buyer che vogliono "toccare con mano". In una parola, il valore del contatto umano e delle relazioni interpersonali.

Sembra piuttosto delinearsi una forma ibrida, in cui la digitalizzazione non viene vista come un'alternativa, ma come opportunità aggiuntiva per facilitare le relazioni interpersonali e le opportunità di business. Molti organizzatori stanno creando nuove fiere a metà tra fisico e digitale.

La strada dovrebbe essere proprio questa: sviluppare nuovi format in un'ottica di integrazione tra componente tradizionale e strumenti online, per fornire alle imprese espositrici e ai buyer l'esperienza più completa possibile.



# Il laboratorio della Food Valley

Mister Pet, nata e cresciuta nel cuore dell'Emilia, apre un nuovo stabilimento: appetibilità e digeribilità del pet food garantite

La qualità e la filosofia nutrizionale nella storia della famiglia Gambarelli si intrecciano in un percorso che ha fortemente caratterizzato ciò che oggi Mister Pet rappresenta nel mercato, non solo italiano ma internazionale: un'eccellenza nello scenario

λ<sub>n</sub>, MisterPet MISTER PET SPA tel. 0521340323 fax 0521340321 www.misterpetsrl.com info@misterpetsrl.com

mondiale del pet food, presente oggi in più di 50 Paesi nel mondo. Nel corso della sua lunga storia, Mister Pet ha saputo coniugare la profonda tradizione legata al territorio italiano, ed in particolare alla Food Valley, orgoglio del made in Italy, con un importante sviluppo internazionale, che ha avuto una decisa crescita nell'ultimo decennio grazie alla continua innovazione tecnologica e alla ricerca di nuovi alimenti di qualità elevata per cani e gatti. Durante gli ultimi anni, sono stati raggiunti accordi di rilievo per collaborazioni con Paesi e mercati di alto profilo come la Russia e, recentemente, anche un'importante intesa di partnership e distribuzione con un'azienda punto di riferimento per il mercato in Cina.

## Nuovo stabilimento: un forte slancio in più

Contemporaneamente, l'azienda sta lavorando a una nuova struttura all'avanguardia che permetterà di triplicare i volumi. Il nuovo stabilimento produttivo, in fase di ultimazione, sarà inaugurato entro la fine del 2021. Ubicato a pochi metri da quello attuale, si estenderà su una superficie di oltre 12.000 metri quadrati. Macchinari di ultima generazione permetteranno a Mister Pet di includere quantitativi maggiori di carne fresca nel proprio processo produttivo, fino all'80%, e di proporre sul mercato altre



ricette di altissima qualità. Oltre a un nuovo laboratorio di analisi molto avanzato, verrà inaugurato nei prossimi mesi anche un altro magazzino totalmente automatizzato, con 7.000 posti pallet.

#### Due linee di alimenti premiate nel 2021

A dimostrazione e testimonianza di un lungo percorso di innovazione e qualità nel pet food, Mister Pet nel 2020 ha raggiunto il più alto riconoscimento di qualità, vincendo i Quality Award 2021 con due tra i suoi marchi più importanti di tutta la gamma prodotti.

I prestigiosi Quality Award 2021 sono stati assegnati ai due brand con un punteggio eccezionale sui test di laboratorio, e soprattutto con il gradimento del 100% di un ampio campione di consumatori selezionato da Consumer Test. *Primordial Grain Free* e *Vivere Low Grain* hanno sbaragliato gli altri concorrenti con un gradimento globale pari a 8,4/10 e un'intention to buy in blind (cioè una valutazione in "cieco", senza conoscere la marca del prodotto) molto alta, pari al 97% del campione. Particolarmente significativo il voto dei consumatori sul livello di appetibilità: "Il 100% del campione li ha dichiarati appetibili e la grande maggioranza si è dichiarata pienamente soddisfatta della risposta del proprio pet a fronte di questo nuovo cibo". *Primordial* è stato anche molto apprezzato dai Veterinari e per questo insignito del logo "Approvato dai Veterinari".

#### Visione e missione

"La storia e l'identità della famiglia Gambarelli" commenta Enzo Gambarelli, fondatore e titolare di Mister Pet "è fortemente imperniata sul territorio in cui è cresciuta e dove volutamente ha stabilito la propria filiera di produzione in linea con la sua visione: il benessere degli animali passa attraverso una profonda cultura e conoscenza delle materie prime, dalle fattorie, agli impianti di macellazione, per finire direttamente nei siti di produzione e offrire alimenti di alta qualità che soddisfano i proprietari degli animali domestici.



Questo territorio, la cosiddetta Food Valley italiana, è un luogo unico al mondo, poiché ospita un crocevia in cui memoria, storia, gusto e saper fare si incontrano e si combinano insieme: i suoi prodotti sono simbolo del migliore made in Italy".

L'eccellenza delle materie prime è determinata dalla particolare fertilità del suolo, che si combina con microclima, antiche tradizioni e intraprendenza dell'uomo. La provincia di Parma, dove Mister Pet è ubicata, caratterizza il cuore pulsante della Food Valley: qui si tramandano da secoli i segreti della produzione di eccellenze eno-gastronomiche (come il Parmigiano Reggiano e il Prosciutto di Parma) conosciute e apprezzate in tutto il mondo. La Food Valley è la zona più ricca al mondo per numero di prodotti Dop e Igp e le materie prime di questo territorio hanno raggiunto certificazioni che ne permettono l'esportazione in Paesi molto rigidi dal punto di vista legislativo, come la Cina e la Russia. La città di Parma, nel 2003, è stata scelta quale sede dell'EFSA, l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare e sono stati istituiti dei Musei del Cibo per approfondire la conoscenza dei tesori del gusto della Food Valley.

"La nostra famiglia" prosegue Enzo Gambarelli "rappresenta una delle pietre miliari di questo meraviglioso luogo di cui siamo fortemente orgogliosi; con ancora più spinta e determinazione, ci impegniamo a portare avanti la nostra missione: ottenere appetibilità e digeribilità elevate e una migliore biodisponibilità dei nutrienti negli alimenti per cani e gatti".

#### Qualità: cosa significa per Mister Pet?

Oggigiorno, parlare di Qualità può sembrare scontato, a volte senza sapere bene cosa realmente significhi e soprattutto quali processi di lavorazione richieda.

Per Mister Pet, Qualità e filosofia nutrizionale hanno radici profonde e derivano entrambe dall'am-

pia conoscenza degli ingredienti e delle loro caratteristiche nutrizionali. Da tre generazioni, la famiglia Gambarelli si dedica alla ricerca di alimenti genuini e bilanciati per cani e gatti, che possano soddisfare il loro fabbisogno nutrizionale rispettandone la natura stessa.

Questo percorso è stato costruito nel tempo attraverso una continua conoscenza delle materie prime del territorio della Food Valley italiana e una costante ricerca del modo migliore di trattare e cucinare questi ingredienti, con l'obiettivo di ottenere appetibilità e digeribilità elevate e una migliore biodisponibilità dei nutrienti.

La Qualità è una peculiarità imprescindibile che caratterizza tutte le fasi produttive e i reparti aziendali, a partire dalla selezione accurata delle materie prime fino ad arrivare al trasporto, che avviene seguendo alti standard qualitativi per preservare la freschezza degli ingredienti fino al consumatore finale. Qualità significa anche completa trasparenza in ogni processo produttivo, fino all'etichettatura del packaging, dove sono chiaramente visibili sulle confezioni gli ingredienti che vengono utilizzati.



## Una filosofia nutrizionale esemplare

Gli alimenti Mister Pet sono naturali: carne cotta a vapore, arricchita con erbe officinali, frutta, verdura e prebiotici per garantire il giusto apporto di vitamine, fibre, antiossidanti che aiutano a rafforzare e mantenere un giusto equilibrio della flora intestinale, come la natura degli animali richiede.

Alla base di tutto ciò, ci sono continui studi

#### THE LABORATORY OF FOOD VALLEY

Mister Pet, born in the heart of Emilia, opens a new plant: palatability and digestibility of pet food are guaranteed

In the story of Gambarelli family, quality and nutritional philosophy are connected on a path that led Mister Pet to the its current position on the market, Italian and foreign: an excellence in the pet food scenario, present in over 50 countries in the world. During its long story, Mister Pet succeeded in combining the deep Italian tradition – related to Food Valley in particular, a jewel of made in Italy manufacture – with a relevant international growth. Thanks to the constant technologic innovation and to the research of new high-quality food for cats and dogs, the company experienced a strong international growth in the past ten years. Relevant agreements have been signed with countries such as Russia; recently, the company started an important partnership and distribution collaboration with a company among the leaders of the Chinese market.

#### NEW PLANT: EXTRA BOOST

At the same time, the company is working on a new and modern plant, which will triple volumes. The new plant will be inaugurated by the end of 2021. It is located near the current plant and it covers a surface of over 12,000 m2. State-of-the-art technology will help Mister Pet use higher quantities of fresh meat in their production (up to 80%) in order to ensure high-quality recipes. Besides a new and modern laboratory, a completely automated storehouse will be inaugurated soon, with over 7,000 pallet places

#### TWO FOOD LINES AWARDED IN 2021

As proof of the long path of innovation and quality in pet food, Mister Pet received the highest quality acknowledgement in 2020: the company received Quality Award 2021 for two of the most important brands.

Quality Award 2021 were assigned to two brands with an exceptional score on laboratory test, especially with 100% appreciation from a broad sample of customers selected by Consumer Test. *Primordial Grain Free* and *Vivere Low Grain* defeated the other competitors with a global approval of 8.4/10 and an elevated intention to buy in blind (97% of the sample). Customers' opinion on palatability was significant: "according to 100% of sample customers the products were palatable and most of them were fully satisfied with their pets' reaction to the new food". *Primordial* was also appreciated by Veterinarians and therefore received the "Vet Approved" logo.

#### VISION AND MISSION

"The story and identity of Gambarelli family" says Enzo Gambarelli, founder and owner at Mister Pet, "focuses on the territory the family was born in, where the manufacturing chain was established, in line with its vision. The well-being of pets also comes from culture and deep knowledge of raw ingredients, farms, slaughter houses and production plants, to offer high-quality food to meet the needs of pets. The territory, the Italian Food Valley, is a unique place: it is a place where memory, history, taste and savoir-faire meet and combine. Its products are the symbol of made in Italy". The excellence of raw ingredient is ensured by the soil's fecundity, combined with microclimate, ancient traditions and man enterprise. Parma province, where Mister Pet is located, is the heart of Food Valley: here lie the secrets of enogastronomic excellences (such as Parmigiano Reggiano and Parma Ham), renowned and



accurati sulle esigenze di cani e gatti, che permettono a Mister Pet di implementare la ricerca di nuovi alimenti secondo un approccio scientifico, con il supporto di esperti veterinari, nutrizionisti e Università. Le coltivazioni, da cui provengono verdura, frutta e cereali, sono rigorosamente non OGM, aspetto che viene verificato da analisi di laboratorio. E, allo stesso modo, le carni e il pesce sono selezionati in base all'origine e al tipo di allevamento. Mister Pet può vantare il primato di utilizzare esclusivamente pesce certificato: la trota è certificata IGP e FOS, il salmone è certificato ASC, Global Gap e MSC, mentre il tonno è certificato MSC.

"Per il nostro impianto produttivo" spiega Fabio Gambarelli, Responsabile della Produzione Mister Pet "abbiamo scelto i migliori macchinari e le tecnologie più avanzate, cucinando a bassa temperatura e adottando la tecnica della precottura a vapore, in modo da garantire che i principi nutritivi degli ingredienti rimangano inalterati durante le varie lavorazioni. Abbiamo adattato i migliori macchinari Wenger alla nostra lunga esperienza nella lavorazione delle carni, ottenendo un modo impareggiabile di cucinare gli ingredienti. Inoltre, stiamo ultimando il nuovo sito produttivo che rappresenterà una delle "Produzioni" di pet food più innovative e avanzate a livello internazionale: una "Cucina" all'avanguardia, con le ultime avanzate tecnologie di estrusione e cottura del cibo e un magazzino completamente automatizzato di 7.000 posti pallet".

### Controllo e sicurezza nel laboratorio di analisi

Mister Pet garantisce la qualità attraverso i molteplici controlli che il laboratorio di analisi interno effettua in tempo reale, esaminando scrupolosamente ogni fase di lavorazione: dalla conformità delle materie prime nella fase di ricezione fino al prodotto finito. Inoltre, si avvale del supporto di laboratori esterni certificati a livello internazionale e dispone di efficienti sistemi di tracciabilità per le materie prime e rintracciabilità per il prodotto finito.

Ogni ricetta è studiata dall'equipe di ricercatori in collaborazione con veterinari, nutrizionisti e Università per soddisfare al meglio le esigenze nutrizionali di cani e gatti, nel rispetto della loro alimentazione naturale.

Mister Pet non effettua alcun tipo di sperimentazione sugli animali e si preoccupa in toto del loro benessere, già a partire dalla appreciated all over the world. The Food Valley is the richest area in the world in terms of DOP and IGP products; raw ingredients from the territory gained certifications allowing export to countries with very strict rules, such as China and Russia. In 2003 Parma was chosen as EFSA (European Food Safety Authority) and Food Museums were opened, in order to learn more about the taste treasures in the Food Valley.

"Our family" says Enzo Gambarelli "represents one of the milestones of this amazing place we are extremely proud of. With even more dedication and strength, we pursue our Mission: ensure elevated palatability and digestibility, as well as better bio-availability of nourishing substances, in cat and dog food".

#### QUALITY ACCORDING TO MISTER PET

Talking about Quality might seem predictable, and sometimes people do not really understand its meaning as well as the processing techniques involved.

According to Mister Pet, Quality and nutritional philosophy are deeply rooted and come from extensive knowledge of ingredients and their nutritional features. For three generations, Gambarelli family has been developing genuine and balanced food for cats and dogs, which meets their nutritional intake and respects pets' nature.

This path was built through constant knowledge of the raw ingredient of the Italian Food Valley, and through constant research on how to treat and cook such ingredients at best. The goal was to ensure elevated palatability and digestibility, as well as high bioavailability of nourishing substances.

Quality is a necessary feature in all production stages and company departments: from careful selection of raw ingredients to logistics, which must ensure elevated quality standard to preserve ingredients' freshness, to final customers. Quality also means complete processing transparency, until packaging label: ingredients used are clearly visible on packages.

#### A FAULTLESS NUTRITIONAL PHILOSOPHY

Mister Pet products are natural: steam-cooked meat with herbs, fruit, vegetables and prebiotics to ensure the right intake of vitamins, fibre, antioxidants. They all strengthen and preserve the balance of intestinal flora, as required by the nature of pets.

They are the result of constant in-depth studies on the needs of cats and dogs, which help Mister Pet develop new products with a scientific approach and the support of expert veterinarians, nutritionists and Universities. Farms, which provide fruit, vegetables and cereals, are certified GMO-free. Meat and fish are selected according to origin and type of the breeding farm. Mister Pet only uses certified fish: trout is certified IGP and FOS, salmon is certified ASC, Global Gap and MSC, while tuna is certified MSC.

"For our plant" explains Fabio Gambarelli, Production Manager at Mister pet "we chose the best machines and the most modern technologies. We cook at low temperatures and rely on steam pre-cooking to preserve ingredients' nutritional principles unaltered during processing. We adapted the best Wenger equipment to our long-term experience in meat processing, reaching an unrivalled cooking technique. Moreover, the new plant will be completed soon and it will be one of the international most innovative and modern pet food productions: in the vanguard of cuisine, with the latest technologies on food extrusion and cooking as well as an automated storehouse with 7,000 pallet places".

#### CONTROL AND SAFETY IN THE LABORATORY

Mister Pet ensures quality through several controls carried out



scelta dei partner fornitori. Gli ingredienti di primissima qualità sono selezionati all'interno della struttura, in base alla loro origine e al metodo di lavorazione, applicando lo stesso criterio anche alle carni fresche provenienti da macelli certificati. L'azienda si avvale inoltre delle competenze delle associazioni di categoria, come ASSALCO (Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia), applicando il codice di buone pratiche di etichettatura, per dare al consumatore la sicurezza di ricevere sempre informazioni corrette nel rispetto della legge e del benessere dell'animale.

Il packaging viene sottoposto a test continui per accertarne l'integrità, in modo da preservare sia le sostanze nutritive che l'aroma degli alimenti.

#### **Green Philosophy**

La famiglia Gambarelli porta avanti da tre generazioni la filosofia fondata sul rispetto per le persone e l'ambiente, oltre che sull'amore per gli animali.

"Ridurre l'impatto ambientale è uno dei nostri principali obiettivi" commenta Daniele Gambarelli, Responsabile Marketing Mister Pet "per questo sottoponiamo a rigorosi controlli i nostri impianti e tutta la filiera produttiva. Abbiamo concretizzato questo impegno ricorrendo all'utilizzo di energie rinnovabili: l'attuale stabilimento garantisce una copertura quasi totale del fabbisogno energetico, attraverso il nostro impianto di pannelli fotovoltaici. Inoltre, depuriamo l'aria e l'acqua impiegate nei processi produttivi, per restituirle alla natura senza alterazioni, assicurando così un ciclo in equilibrio con l'ambiente.

real-time in the internal laboratory, which analyses each step: from the conformity of raw ingredients to finished products. Moreover, Mister Pets also relies on internationally-certified external laboratories as well as an effective traceability system for raw ingredients and finished product.

Each recipe has been developed by the team of researchers, in collaboration with veterinarians, nutritionists and Universities, to satisfy the nutritional needs of cats and dogs, fully respecting their natural nutrition.

Mister Pet does not carry out any type of test on pets and takes care of their well-being, starting from the selection of suppliers. First quality ingredients are selected within the structure, according to origin and processing method. The same criteria are applied to fresh meat from certified slaughter houses. The company also relies on the skill of specialized associations such as ASSALCO (Italian Association of Pet-Food and Pet-Care Industries), following the good practices on labelling: this makes sure customers will always receive correct information, in compliance with the law and the well-being of pets.

Packaging undergoes constant tests to assess the integrity, in order to preserve both nutritional substances and aroma of food.

#### GREEN PHILOSOPHY

Gambarelli family has been following the philosophy based on respect for people and the environment, besides pets, for three generations.

"Reducing the environmental impact is one of our main goals" says Daniele Gambarelli, Marketing Manager at Mister Pet "that is why our machineries and all the productive chain undergo strict controls. We use renewable energy sources: the current plant nearly ensures the global energetic supply through photovoltaic panels. Moreover, we purify air and water involved in production, in order to preserve them unaltered and ensured an environmentally-balanced cycle. We also select suppliers according to our mission: they must respect animals, the environment and their life cycle. We use vegetables, fruit, cereals from non-GMO farms, which we assess through laboratory tests. We also select meat according to the type and origin of the breeding farm. We also pay attention to energy waste, with investments focusing on technological innovation and reaching the utmost production efficiency".



Ma è proprio a partire dalla scelta stessa dei nostri partner fornitori, che facciamo fede a questo impegno: anche loro devono attenersi al principio etico del rispetto per gli animali, l'ambiente e il loro ciclo di vita. Nei nostri alimenti utilizziamo verdure, frutta e cereali che provengono da coltivazioni rigorosamente non OGM, caratteristica che verifichiamo in modo scrupoloso attraverso analisi di laboratorio; allo stesso modo, selezioniamo le carni in base all'origine e alla tipologia di allevamento. Poniamo sempre molta attenzione agli sprechi energetici, attuando investimenti che hanno come principale obiettivo l'innovazione tecnologica e il raggiungimento della massima efficacia produttiva". (A.C.)



#### LA LINEA OLISTICA VIVERE

Gli alimenti della linea *Vivere* sono formulati sui principi della filosofia olistica e utilizzano l'antico metodo del nutrirsi con ingredienti funzionali, etici, 100% naturali, come contributo al benessere generale del cane, ed erbe officinali che intervengono aiutando gli organi specifici nel loro funzionamento. *Vivere* rispetta la naturale alimentazione del cane, poiché contiene tanta carne fresca (pollo, agnello, bufalo, anatra, salmone) e una quantità totale del 60% di ingredienti animali. A basso contenuto di cereali, utilizza solo riso integrale e piselli per mantenere l'indice glicemico più basso; ogni ricetta contiene il 20% fra verdura, frutta ed erbe officinali, selezionate per le loro caratteristiche benefiche, ed esclude ingredienti a rischio OGM. La gamma è suddivisa in Mini, Medium e Maxi ed è indicata sia per cani cuccioli che adulti.



#### **VIVERE HOLISTIC LINE**

Vivere products are inspired to holistic philosophy and focus on functional, ethical, 100% natural ingredients to support dogs' global well-being. They also contain herbs with specific effects on body organs. Vivere respects dogs' natural nutrition because it contains plenty of fresh meat (chicken, lamb, buffalo, duck, salmon) and 60% animal ingredients. With low percentage of cereals, it only uses brown rice and peas to preserve a low glycaemic index. Each recipe contains over 20% among vegetables, fruit and herbs selected after their beneficial effect. Recipes do not include potential GMO ingredients. The range is divided into Mini, Medium and Maxi and it is suited for both puppies and adult dogs.

#### 70% CARNE, 30% FRUTTA, VERDURA ED ERBE

Riscoprire il più antico e primordiale istinto nutrizionale dei carnivori che prediligono un'alimentazione ricca di carni e povera di cereali: con Primordial, gatti e cani d'appartamento di tutte le taglie (disponibile anche la nuova gamma Primordial cane MINI), possono vivere così! Gli alimenti *Primordial* 



sono tutti grain free, per riprodurre l'equilibrio e la varietà presenti in natura. Il 70% è composto da carni selezionate di pollo, tacchino, agnello, cervo, bufalo, salmone, tonno, sgombro, trota e aringa, cotte a vapore per garantire un'elevata appetibilità e digeribilità e per apportare energia in modo naturale. Verdure, frutta ed erbe ricche di principi attivi e oli essenziali costituiscono il restante 30%. Erbe e piante officinali offrono proprietà benefiche: le verdure favoriscono un indice glicemico basso, la frutta è ricca di vitamine, minerali biodisponibili, polifenoli, e antiossidanti.

#### **70% MEAT, 30% FRUIT, VEGETABLES AND HERBS**

Discover the most ancient and primordial nutritional instinct of carnivores that prefer a diet rich in meat and low on cereals. With Primordial, cats and dogs of all sizes living in flats (MINI version also available) can also live on their ancient nutritional instinct! *Primordial* products are all grain free to reflect the balance and variety available in nature. 70% selected meat from chicken, turkey, lamb, venison, buffalo, salmon, tuna, mackerel, trout and herring: they are oven baked to ensured elevated palatability and digestibility, as well as to provide energy naturally. Vegetable, fruit and herbs are rich in essential active principles and essential oils and reach 30% of the product. Herbs offer beneficial effects; vegetables guarantee a low glycaemic index while fruit is rich in vitamins, bioavailable minerals, polyphenols and antioxidants.

#### PROTEINE ANIMALI PARI AL 75% DELLE PROTEINE TOTALI, CON RISO E FRUTTA

Crockex Wellness si distingue per l'ampia gamma di carni selezionate: pollo, anatra, coniglio, agnello, cavallo e pesce, scelte in base al valore biologico e in linea coi principi dell'alimentazione naturale. Per i cani, sia cuccioli che adulti (linea Mini e Medio-Maxi), Crockex Wellness propone alimenti completi, bilanciati e mirati al benessere generale. Il riso, come fonte primaria di carboidrati, è presente in proporzione equilibrata, nel rispetto dell'ali-



mentazione naturale. L'abbinamento di frutta, come mela, ananas, melograno, fragola e frutti di bosco è studiato per favorire l'armoniosa funzionalità di tutto l'organismo. Le piante officinali, quali cardo mariano, hibiscus, tarassaco, rosa canina, sono impiegate per i loro principi attivi. In supporto ai batteri buoni della flora intestinale sono inclusi i prebiotici FOS (frutto-oligosaccaridi) e MOS (mannano-oligosaccaridi). E c'è una grande novità: *Crockex Wellness* si arricchisce di una nuova linea gatto, in cinque prelibati gusti e nei formati da 1,5 kg e 300 g.

#### **ANIMAL PROTEINS REACH 75% OF TOTAL PROTEINS, WITH RICE AND FRUIT**

Crockex Wellness stands out for its broad range of selected meat: chicken, duck, rabbit, lamb, horse and fish, selected according to the biological value and in line with natural nutrition. For dogs, both puppies and adult (Mini and Medium-Maxi lines) Crockex Wellness offers complete and balanced products focusing on the general well-being. Rice as main source of carbohydrates is present in balanced quantities, respectful of natural nutrition. The mix of fruit (apple, pineapple, pomegranate, strawberries and wild fruits) helps support the organism's functionality. Herbs (milk thistle, hibiscus, dandelion, dog rose) feature effective active principles. Prebiotic FOS (fructo-oligosaccharides) and MOS (mannan-oligosaccharides) support the intestinal flora. Crockex Wellness now includes NEW CAT LINE in five delicious flavours and 300g and 1.5kg bags!













# Segno particolare: Buone per Tutti.





# Crockex by Mister Pet Malurals

- 1° Ingredient Animal Origin
- \* Holistic Philosophy
- Ricette con carne fresca
- Alimento 100% naturale







che invoglia i tuoi clienti e ne attira di nuovi

**NICOLA BENINCASA** 

A misura di cliente o in abbonamento, la box è ottima per aumentare le entrate e rinnovare il modo di intera-gire con il tuo target

otremmo chiamarla la box economy: un trend in costante crescita, grazie al quale in molti hanno lanciato offerte in abbonamento oppure servizi à la carte. Possono essere ritirate in negozio oppure consegnate a casa, hanno aiutato i proprietari di pet store a introdurre in negozio nuovi prodotti e hanno il pregio di far aumentare le tue entrate ricorrenti e i margini grazie a prezzi speciali oppure ai campioni gratuiti.

Insomma non ci sono scuse, il modo migliore per aumentare le tue vendite è iniziare a costruire la tua box oggi stesso.



#### **COME SI COSTRUISCE UNA "BOX VENDITA"?**

#### • Primo passo: costruire la scatola

Possiamo iniziare con una semplice scatola che puoi trovare in un qualsiasi negozio di cartoleria o articoli per la casa. Per personalizzarla per i tuoi clienti: bastano qualche adesivo, fiocco o quello che preferisci.

Se invece vuoi partire alla grande puoi prendere delle scatole e ordinarle già con la stampa del tuo negozio.

Se non sai da dove iniziare ti consiglio questo sito: www.stampaindigitale.it/packaging-personalizzato Qua puoi trovare un po' di idee a prezzi davvero convenienti e prodotti finiti ben realizzati.



Fatta la scatola è il momento di pensare al contenuto.

#### • Che cosa inserire?

Qui il lavoro sta a te. Alcuni consigli: pensa a prodotti in offerta oppure a prodotti adatti per la stagione.

Siamo a primavera? Che ne pensi di antiparassitari? Non dimenticare la parte ludica. La box deve essere divertente!

Inserisci giocattoli, biscotti e gadget vari. Infine un po' di sano marketing: inserisci almeno una lettera di presentazione, catalogo se ce l'hai o volantino e offerte del mese.

Ora è arrivato il momento di venderla.



#### **COME SI VENDE LA BOX?**

Ecco la parte divertente: puoi vendere la scatola come servizio in abbonamento o servizio à la carte. Se in abbonamento ogni mese spedirai o farai trovare al cliente la sua box già pronta, ovviamente dovrai cambiare i prodotti ogni mese.

Se invece scegli di venderla à la carte, ti basterà spingere la box come servizio in più del negozio con consegna a domi-cilio o ritiro il punto vendita.

La tua box deve contenere: prodotto, gadget divertente e un po' di sano marketing: catalogo o depliant

e f in

ZOOMARK.IT | BOLOGNAFIERE.IT | INFO@ZOOMARK.IT





19° SALONE
INTERNAZIONALE
DEI PRODOTTI E
DELLE ATTREZZATURE
PER GLI ANIMALI
DA COMPAGNIA

Segreteria Commerciale e Operativa:

**BOLOGNAFIERE-ITALY** 



An event by:



Enti di Accreditamento e Certificazione:



#### Tecniche di Vendita

Questo tipo di box può essere venduta sia a clienti già acquisiti (qui avrai più successo) che a nuovi clienti (potrebbe es-sere benissimo la tua offerta di front end). Puoi sponsorizzarla sui social e sicuramente via sms, WhatsApp ed email dal tuo database. Perché come oramai avrai sicuramente capito, ti serve sempre un database aggiornato con i dati dei tuoi clienti. Il gioco è quindi presto fatto.

Ti faccio vedere un paio di esempi pratici: Questa è la box che usano in Lucky Dog, un pet store americano (il fatto che sia americano non significa niente, funzio-na benissimo **NICOLA BENINCASA** 

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

anche in Italia). La box è stata introdotta ad agosto del 2020 e quella che vedi è stata promossa a gennaio subito dopo il Capodanno e come puoi notare, è perfettamente a tema. Costa 35 €, la si può ritirare in negozio o riceve-re con consegna gratuita direttamente al proprio domicilio.

Ogni mese si vendono circa 50 box. Un'entrata praticamente fissa di 1.750 €. Soldi che potresti tranquillamente reinve-stire nelle tue campagne marketing per aumentarne il numero.

I clienti possono personalizzare il contenuto in base al peso dell'animale, alle sue preferenze o allergie o alle richieste del proprietario. Non manca neanche il biscotto, come vedi!

Insomma funziona, ti suggerisco di iniziare a provare.

#### CONCLUSIONI.

La box è effettivamente un ottimo strumento di vendita e che può aiutarti davvero in un periodo come questo.

Se non sai da dove iniziare? Scrivi nicola@turbobusiness. it studieremo insieme come la tua scatola di vendita.

Alle tue vendite.







#### PICCOLE IMPRESE GRANDI FATTURATI

Non è il solito libro sulla vendita e sul marketing, ma piuttosto una guida che ti accompagnerà passo dopo passo nella crescita del tuo fatturato, attraverso strategie e esempi concreti anziché inutile teoria. Ti aiuterà ad aumentare il tuo volume d'affari anche con un budget pubblicitario minimo.

Pubblicato nel 2018 è già alla seconda ristampa. Puoi trovarlo su: www.turbobusiness.it/vendita-libro





Lettiera naturale a base di mais, al Naturale o al Sapone di Marsiglia. biodegradabile, compostabile e WC compatibile.









CUBETTO® Gold è una lettiera ecologica per gatti, a base di mais, realizzata con ingredienti naturali di origine vegetale.

CUBETTO® Gold è l'ideale per chi cerca un prodotto 100% biodegradabile e compostabile, funzionale per l'igiene del gatto e nel pieno rispetto dell'ambiente. Prodotta a ridotto impatto ambientale, senza l'utilizzo di additivi chimici e coloranti artificiali, solo da parti riciclate e utilizzando energia pulita.



che accoglie i tuoi clienti

**CRISTINA MANDAGLIO** 

# Ecco i consigli per scrivere un'email di benvenuto e sfruttare al massimo questa opportunità

i dice spesso che la prima impressione è quella che conta. Sembra esserci qualcosa di vero in questa affermazione: ciò che avvertiamo al primo impatto può avere molta più importanza di quel che pensiamo e questo principio vale anche per la nostra attività. Oggi voglio parlarti dell'email di benvenuto. Insieme vediamo di cosa si tratta, cercando di capire perché è importante e quali sono i punti essenziali perché una welcome email raggiunga il suo scopo: iniziare con il piede giusto la relazione con ciascun destinatario, porre il primo mattone di una relazione duratura di email marketing con l'obiettivo finale di rafforzare il tuo brand e la tua immagine.

La welcome email è un messaggio che tu spedisci ai clienti che si sono iscritti ad esempio alla tua carta fedeltà o al tuo sito per dargli il benvenuto e fornirgli contenuti interessanti o informazioni utili. E visto che è l'impatto iniziale quello che conta, se la tua welcome email non è efficace, attrattiva, interessante, potresti dare una brutta impressione sin dal primo momento, come

purtroppo fanno ancora molti con una banale email di conferma di avvenuta registrazione alla newsletter o al sito o al servizio senza sfruttare un'opportunità così interessante di comunicazione.

L'email di benvenuto deve stabilire una prima relazione con un nuovo contatto, comunicare qualcosa realmente di valore per lui, raccontare della tua attività in una luce talmente intrigante da far venire voglia di continuare la La welcome email è il messaggio ai clienti che si sono iscritti ad esempio alla tua carta fedeltà o al tuo sito

conversazione e la conoscenza e invogliare ad aprire anche tutti i messaggi che riceverà successivamente. Avrai già capito che alla welcome email ne dovranno seguire altre... ma per oggi ci fermiamo al primo passo.



Quando mandi un'email di benvenuto a un nuovo iscritto o a un nuovo cliente, è il tuo brand o il tuo negozio a presentarsi e per riuscire bene al primo colpo ci sono alcune regole da rispettare.

- Grafica: un approccio gentile, un design accattivante e disteso e una comunicazione amichevole e semplice, fa sentire veramente il benyenuto.
- <u>Pensa a chi ti legge</u>: scrivi sempre avendo in mente il destinatario finale, così potrà sentirsi interessato e sorpreso e la tua mail sarà davvero efficace.
- <u>Utilizza un mittente riconoscibile</u>: lo sapevi che circa la metà delle persone decide se aprire un'email o meno proprio basandosi sul mittente della mail stessa? Allora fai in modo che il tuo destinatario capisca a colpo d'occhio che sei proprio tu a inviargli quella mail.
- Scegli l'oggetto: è il tuo biglietto da visita, quello che dovrà convincere il destinatario ad aprire l'email. Il segreto sta nell'essere originali, il semplice 'Benvenuto sul portale XX' rischia di essere deludente. Meglio ad esempio, personalizzare la riga dell'oggetto... magari in chiave canina o felina!
- Grazie: la prima cosa da fare è ringraziare il tuo nuovo contatto per aver aderito. Grazie è una delle parole più efficaci, aggiunge qualità umana alla comunicazione, crea sentimenti positivi nei tuoi confronti.
- Personalizza la comunicazione: se ti rivolgi al tuo contatto chiamandolo per nome (oppure utilizzando il nome del suo amico a quattro zampe), riuscirai ad aumentare il coinvolgimento. Qui entra in gioco un concetto







# 0% PROBLEMI 101% BENESSERE

Linea 101 è l'azienda italiana specializzata in cosmetica professionale per animali che garantisce al tuo negozio un prodotto per cani e gatti senza parabeni, senza sls, con profumazioni ipoallergeniche certificate IFRA, in vendita diretta a Negozi Specializzati

Le linee **Benessere, Igiene e Protezione** si prendono cura dei nostri amici a quattro zampe senza mettere a rischio la loro salute: utilizziamo esclusivamente materie prime di qualità per garantirti un prodotto artigianale **101% Made in Italy.** 

Scarica subito il nostro catalogo dal sito:

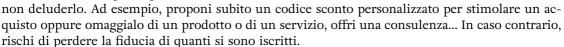
WWW.LINEA101.IT

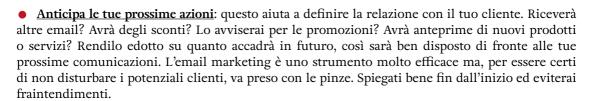
0522 08 64 89

#### **Comunicazione & Marketing**

importante, perché la personalizzazione non riguarda solo l'uso dei nomi, ma la capacità di inviare le email giuste al momento giusto per far in modo che l'utente si senta parte di una community. E quale miglior community di quella dei proprietari pet?

- Racconta qualcosa di te: serve a stabilire una connessione rapida e emotiva. È il momento di presentarti e condividere la tua mission legata al mondo dei nostri fantastici animali, presentando i punti di forza del tuo negozio, magari raccontando una storia interessante, l'utente se ne ricorderà e ti distinguerà da altre attività simili. Ricorda che i pet suscitano sempre simpatia e emozione.
- Offri un incentivo: il destinatario ti dà attenzione... e si aspetta qualcosa in cambio,





- Ricorda i benefici: sfrutta l'email di benvenuto per spiegare al tuo contatto perché ha fatto una buona scelta nell'iscriversi. Devi dare più di un motivo a chi ti legge per continuare a farlo. Quindi ricordagli i vantaggi che avrà dalle tue comunicazioni e dai prodotti e servizi del tuo pet shop.
- <u>Call to action</u>: ogni messaggio inviato ai clienti dovrebbe avere un determinato scopo e per raggiungerlo una caratteristica chiave dell'email di benvenuto è un invito all'azione semplice

e diretta, (CTA, o call to action), solitamente un pulsante all'interno del corpo del testo. Inserisci quindi una call to action specifica, ad esempio invita l'utente a completare il suo profilo, leggere la tua mission, scoprire le novità o le istruzioni di un prodotto...

• Non dimenticare info di contatto e collegamenti ai canali social: così i proprietari pet sapranno facilmente contattarti e potranno approfondire la relazione seguendo i tuoi profili social come Facebook, Twitter, Instagram.

Insomma, se il messaggio è cucito a misura sul destinatario, se la grafica è accattivante, se l'oggetto è coinvolgente, se si fa tutto a regola d'arte, il risultato arriverà.

Buon lavoro.



CRISTINA MANDAGLIO

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

cristina.mandaglio@zampotta.it



# PARS Siteral RITORNO ALLE ORIGINI



Gli animali che vivono in compagnia dell'uomo, sin dalle origini, hanno bisogni nutrizionali definiti da Madre Natura attraverso il lungo cammino dell'evoluzione.

PARS Preda Intera ricostruisce quello che potrebbero normalmente procurarsi in natura.



cucito sui bisogni dei tuoi clienti

**ASSUNTA INCARNATO** 

La soddisfazione del bisogno spinge all'acquisto: fai crescere il tuo fatturato offrendo ai tuoi clienti proprio quel che cercano

ei precedenti articoli apparsi su questa rivista abbiamo parlato a lungo della necessità di conoscere il modello di business della propria impresa per renderla profittevole nel tempo: fatturato, utili e liquidità dipendono da questo.

Oggi approfondiamo ciò che influenza direttamente (nel bene e nel male) i suoi risultati economici e finanziari: il suo sistema di offerta.

Che cos'è un sistema di offerta?

Il sistema di offerta è l'insieme dei prodotti e/o servizi che un'azienda propone al mercato target: detto in parole semplici, cosa si vende e a che prezzo.

L'insieme quindi dei prodotti e servizi che offri al tuo cliente target è ciò che determina immediatamente, come dicevamo poco sopra, il fatturato, gli utili e la liquidità del tuo negozio.

A questo punto però, devi prestare attenzione a un aspetto fondamentale.

Un sistema di offerta efficace non deve essere pensato a partire dai prodotti e/o dai servizi, ma dai bisogni dei clienti: le persone infatti acquistano per soddisfare prima di tutto una necessità. Il come è secondario.

Questo è il motivo per il quale, nello scorso articolo, abbiamo parlato innanzitutto e approfonditamente di quanto sia importante conoscere i tuoi clienti e saperne interpretarne i bisogni.

La maggior parte degli imprenditori sbaglia: struttura tutto il sistema di offerta in base al prezzo unico





#### **VUOI ENTRARE A FAR PARTE** DI UNA NUOVA ERA DEL PET FOOD E COGLIERE **UNA NUOVA OPPORTUNITÀ DI BUSINESS?**

Sceqli la rivoluzionaria Crocchetta 3+ di MSM PET FOOD che garantisce un'esplosione di energia, nutrimento e gusto grazie all'innovativo processo produttivo che permette la trasformazione degli ingredienti senza alterarne le caratteristiche nutrizionali.

È così che le proprietà organolettiche e nutritive vengono preservate. Il risultato? Alimenti realmente sani, studiati su misura per taglia, età ed esigenze specifiche dell'animale.

Contattaci subito per mettere a scaffale i nostri prodotti e garantirti una novità da proporre ai tuoi clienti più affezionati.













#### Strategia Aziendale

Quindi, per strutturare il sistema di offerta adeguato, devi prima di tutto analizzare le necessità del tuo target:

- Ci sono delle problematiche che riscontrano prima di altre?
- Quali sono gli impedimenti che rendono la fruizione dei tuoi prodotti e servizi complessa?
- Cosa li spinge all'acquisto? L'assistenza clienti, la notorietà del marchio, il prezzo conveniete o altro?

Premesso che ogni impresa ha il suo sistema di offerta ottimale e che questo cambia nel tempo, nelle prossime righe voglio illustrarti una panoramica generale delle componenti di un sistema di offerta che puoi strutturare per massimizzare i prezzi, le quantità vendute, e quindi il fatturato del tuo pet shop.

#### L'ERRORE PIÙ COMUNE

La maggior parte degli imprenditori, che ignora come si struttura un sistema di offerta efficace, compie un errore grossolano: strutturare tutto il sistema di offerta esclusivamente in base al prezzo unico.

Per prezzo unico, intendo semplicemente: lista dei prodotti e servizi, moltiplicato per il prezzo praticato.

Usare questa metodologia è spesso un errore.

Praticando prezzi uguali per tutti sempre non si massimizza la propensione all'acquisto del singolo



cliente (che magari sarebbe stato disposto a spendere di più) o non si offre un'alternativa più economica a chi non è disposto a spendere la cifra richiesta.

Per questo si chiama "sistema di offerta": ossia, un sistema mediamente complesso composto da prodotti e servizi correlati tra loro in grado di massimizzare la soddisfazione del cliente, e quindi il fatturato.

Vediamo quindi quali sono le componenti di un sistema di offerta.

#### **SISTEMA DI PREZZO UNICO**

Questa è la tipologia che ho citato prima, e che il 99% dei titolari d'azienda utilizza come unico sistema di vendita.

Non voglio essere integralista.

Certamente per tanti modelli di business il sistema a prezzo unico può essere anche la scelta migliore.

Generalmente, è una strategia efficace quando l'impresa ha una certa notorietà sul mercato, una solida reputazione, i benefici del prodotto e dei servizi sono chiari e il mercato specifico è molto fidelizzato.

Un esempio in questo senso è Apple: generalmente i suoi prodotti hanno un prezzo fisso (e più alto all'interno del settore di riferimento), difficilmente vengono proposti sconti, offerte o incentivi all'acquisto.

Ma se il tuo negozio non è ancora posizionato come Apple, può essere efficace utilizzare altre strategie di pricing. Vediamole.





NUOVA CUCCIA BARAKA

PLASTIC
IL FUTURO È LA PLASTICA RICICLATA

Con Baraka, MPS trova il giusto connubio tra design, sostenibilità e praticità d'uso. Realizzata interamente in plastica da post-consumo e dalle linee completamente attuali, è facile nell'assemblaggio. Inoltre la confezione, compatta e "salva-spazio", ottimizza il suo inserimento in ogni ambiente.









#### Strategia Aziendale

#### FRONT-END E BACK-END

Un sistema di offerta interessante, generalmente poco conosciuto e utilizzato in Italia, è quello che si basa sulla vendita di un front-end e successivamente di un back-end.

In sostanza il front-end è una versione "più piccola" del tuo prodotto o servizio principale, e costituisce una sorta di "offerta di prova" al fine di abbattere la diffidenza del potenziale cliente, fargli provare con mano i benefici del tuo prodotto o servizio, incentivandolo poi a concludere un acquisto più sostanzioso.

Questa tecnica è molto efficace soprattutto per acquisire i clienti che ancora non ti conoscono, hanno un alto livello di diffidenza, e non sono ancora sicuri di diventare tuoi clienti.

#### Qualche esempio di front-end?

Un servizio di consulenza gratuito, un campione omaggio di un prodotto (o una versione ridotta), un periodo di prova durante il quale il tuo potenziale cliente può testare i tuoi servizi, costituiscono alcuni esempi.

Come potrai intuire, lo scopo non è realizzare un margine positivo sulla vendita, ma dare la possibilità al potenziale cliente di "metterti alla prova".

Solo a quel punto, quando sarai certo che il prodotto avrà soddisfatto le aspettative del cliente, potrai proporgli il tuo back-end, ovvero il prodotto/servizio in versione completa, sul quale conseguirai un profitto.

Un esempio noto è Amazon Prime.

Amazon dà la possibilità ai suoi futuri clienti di provare il suo servizio regalando 30 giorni di prova. Una volta provato il servizio, questo si rinnova automaticamente a pagamento ma naturalmente è possibile disiscriversi entro il mese di prova non subendo nessun addebito.

Lo scopo del periodo di prova è chiaro: far provare il servizio gratuitamente per 30 giorni (frontend), per poi vendere il servizio a pagamento, con un sistema di abbonamento (back-end), a periodo concluso.

Non deve spaventarti il fatto che sia una tecnica adoperata da Amazon, puoi farlo naturalmente anche tu.

#### **UP-SELL E CROSS-SELL**

Oltre al front-end e back-end, ci sono altre due varianti che possono essere applicate con efficacia nella strutturazione del tuo sistema di offerta: l'up-sell e il cross-sell.

Per up-sell si intende una tecnica che consiste nell'incentivare il cliente ad aumentare la sua spesa offrendogli un prodotto o un servizio più completo (e quindi più costoso) o aggiuntivo rispetto alle sue intenzioni di acquisto iniziali.

Tipicamente questa tecnica viene applicata alla cassa: il cliente sta per pagare, ma ha l'opportunità di aggiungere dei prodotti o di acquistare una versione più completa di ciò stava già acquistando.

Un'altra tecnica è costituta dal cross-sell, che è una variante dell'up-sell: in questo caso, vengono offerti prodotti di categorie merceologiche simili o attigue, che però possono rendere più appagante la sua esperienza d'acquisto.

Quindi, in questo caso, un cliente entra in negozio per comprare il cibo per il suo animale, e tu puoi proporgli di aggiungere un servizio di toelettatura, oppure dei giochi per far divertire il suo amico a quattro zampe.

#### **BUNDLE/OFFERTE COMBINATE**

I bundle o le offerte combinate sono costituiti da un mix di prodotti e servizi che generalmente





natural · nutrition · system



# **NUOVA LINEA HOLISTIC**



Disponibile nei sacchi da 2 kg e nel...
NUOVO FORMATO DA 300 g!

FACEBOOK/INSTAGRAM @winnerpluspetfood SITO INTERNET www.winnerplus.eu BLOG/MAGAZINE www.winnerplus.it/blog YOUTUBE WINNER PLUS Pet Food INDIRIZZO Via Italia 2, 00060 Capena (Roma) WHATSAPP +39 371 4680217

#### Strategia Aziendale

hanno un beneficio unico, a un prezzo inferiore rispetto al valore dei singoli componenti.

In questa categoria si possono considerare i cosiddetti starter pack, ossia tutto quello che serve a una persona che non è abituata a avere un animale in casa, e quindi non sa di cosa ha bisogno. Oppure bundle legati alle stagioni, a particolari eventi, ecc...

Dal punto di vista della strategia di pricing chiaramente si realizza un margine unitario per prodotto venduto minore, ma aumentando la quantità venduta i margini saranno in valore assoluto più alti.



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

#### **SISTEMA IN ABBONAMENTO**

Un altro componente di un sistema di offerta è l'abbonamento, che piano piano si sta diffondendo anche in Italia.

Questa formula è particolarmente utile quando il tuo cliente ha necessità di prodotti e servizi in maniera ricorsiva, e vuoi semplificare il suo processo decisionale e di acquisto. In questo modo il cliente non si dovrà ricordare di volta in volta di verificare le scorte a casa, di raggiungerti in negozio, effettuare l'acquisto, ecc.: semplicemente l'acquisto, sempre lo stesso, avviene in automatico a scadenze temporali fisse.

L'obiettivo di questa leva è quella di fidelizzare il tuo cliente, che si trasformerà in un cliente abituale, e non dovrà porsi ogni volta il problema della soddisfazione del suo bisogno: lo farai tu in automatico.

#### **NON SPENNARLI, RENDILI SODDISFATTI!**

Mi preme sottolineare un aspetto fondamentale: si ha successo negli affari non quando si spennano i clienti vedendoli come dei polli (perdonami l'espressione forte, ma certe cose vanno dette così...),

ma quando si fa di tutto per conoscere i loro bisogni, e ci si fa in quattro per soddisfarli.

Quindi, quando strutturi il sistema di offerta del tuo negozio, ricordati di non proporre al tuo cliente nulla di più e nulla di meno rispetto a quelle che sono le sue reali necessità. È senz'altro meglio fidelizzare un cliente nel lungo termine, che porsi in continuazione il problema dell'acquisizione di nuovi. Il fatturato, non temere... è una naturale conseguenza.

A presto.



#### **QUELLO CHE I COMMERCIALISTI NON DICONO**

Il modo di fare business è radicalmente cambiato negli ultimi anni e fare impresa oggi è molto più complesso e impegnativo rispetto a qualche anno fa. Essere imprenditori di successo è ancora possibile e questo libro vuole essere un vero e proprio manuale quotidiano da tenere sempre sulla scrivania, un aiuto concreto fatto di accorgimenti, suggerimenti e consigli pratici per gestire oggi la tua impresa in modo più efficace ed efficiente. Disponibile al seguente link https://incarnato.consulting/libro e sullo store Amazon.it



Poésie, bocconcini di carne naturale di alta qualità in salsa, gelatina o mousse. In 28 varianti!

Scopri di più!









Poésie?



perché è tanto difficile sentirsi riconosciuti - (I parte)

**EMILIO GERBONI** 

Esistono categorie che fanno molta più fatica di altre a strutturare una solida identità professionale, capiamo insieme il perché

n fattore fondamentale per portare avanti un'attività con soddisfazione e in perfetto agio, è sentire riconosciute la propria competenza e professionalità, altrimenti ogni azione compiuta per il negozio, anche la più piccola, diventa un macigno e la soddisfazione stenta ad arrivare. Purtroppo a volte avrai sentito sulla pelle come sia dura essere riconosciuti veri professionisti e non derubricati a "quello che lava i cani" o "quello che vende pesci rossi".

Quel che magari non sai è che esistono alcuni fattori che rendono più debole il processo di maturazione, fattori che affondano le loro radici in diversi aspetti del nostro vivere.

#### Vediamoli assieme:

- età della professione se ha meno di 150 anni è acerba. La psicologia scientifica ad esempio nasce a fine Ottocento, da sempre subordinata a filosofia e medicina e lotta tutt'oggi per affermarsi con risultati altalenanti. Il commercio al dettaglio di animali e relativi prodotti nasce e si sviluppa negli Stati Uniti a partire dalla seconda metà del 1800, contestualmente al nuovo scenario economico portato dalla seconda rivoluzione industriale. I primi negozi specializzati compaiono negli anni Sessanta ma solo nel 1987 apriranno in Arizona i primi grandi magazzini dedicati della catena PetFood Warehouse;
- cultura di appartenenza per ogni Nazione esistono categorie che hanno preminenza rispetto ad altre. Se pensi allo sport ad esempio, i bambini in Italia vogliono fare tutti i calciatori. In America basket e football battono il calcio di gran lunga, il calciatore non è una figura così importante. Tutto questo si riflette solitamente sul livello di eccellenza che raggiunge la nazione in quel campo. Non a caso il made in Italy artigianale è rispettato in tutto il mondo come sinonimo di qualità;
- cultura globale i valori dell'epoca fanno sì che esista un trend che mette in luce alcune categorie piuttosto che altre. L'esplosione dei pet shop avviene in concomitanza con l'esponenziale interesse e importanza che gli animali domestici hanno sempre più significato per la popolazio-



ne. Gli animali diventano sempre più i veri amici dell'uomo, molto più dell'uomo stesso, percepito come un antagonista. La categoria dei nerd, per fare un esempio, ha assunto nel tempo delle diverse attribuzioni. Se sul nascere era sinonimo di sfigato e imbranato, con l'avvento della tecnologia, lo status di nerd ha acquisito una luce diversa. Potremmo dire che Mark Zuckerberg, Steve Jobs o Bill Gates siano dei nerd e che abbiano



rilanciato l'immagine di successo della categoria. Anziché essere considerati imbranati, si adattano meglio al mondo, oramai diventato più tecnologico che analogico. Il disadattato è chi non sa utilizzare la tecnologia;

- percezione di accesso ovvero quanto le persone possono ingenuamente attribuire facilità nell'acquisire o nel possedere le competenze e le conoscenze della categoria. Il senso comune, per definizione ingenuo e non esperto, implica una lettura del reale distorta e quasi magica o primitiva. Ritenere di poter ottenere risultati simili a un professionista in certi ambiti è pratica comune. Sarà più difficile pensare di accedere all'attività di un chirurgo piuttosto che di uno psicologo. Lo psicologo fa colloqui, parla con le persone, chi non ne è capace? Almeno sulla carta, tutti parlano con le persone. È molto più difficile cogliere la differenza e solo questo aprirebbe un capitolo d'enciclopedia. Un farmacista, seppure spesso svolga le stesse mansioni di un qualsiasi commesso di negozio, viene percepito differentemente, per via del prestigio del titolo, che viene ascritto al ruolo di medico piuttosto che a quello di negoziante o commerciante;
- validazione a livello familiare e di cerchia sociale in sostanza se la tua stessa famiglia non dà credito al tuo mestiere e ha sempre desiderato tu facessi qualcos'altro anziché aprire un pet shop, sarà molto più difficile per te darti valore professionale e combattere con gli altri fattori elencati. La condivisione della famiglia per l'amore per gli animali, il riconoscimento della loro importanza e dei loro bisogni, potrebbe invece svolgere una funzione di sostegno e supporto al proprio progetto.

Questi fattori sociali interagiscono con il processo di maturazione dell'identità individuale. Dichiarare di essere psicologo non ha lo stesso effetto di dichiarare di essere medico. Inutile nascondere che lo psicologo, almeno a livello pubblico, non gode di un'immagine autorevole agli occhi della società in Italia.

In Argentina, dove si sono affermati gli psicanalisti, chiunque ha il proprio analista; o in America, dove esiste un coach anche per andare al bagno, riflesso della cultura del risultato personale (l'achievement), è già molto diverso.





#### **Emozioni & Business**

Un altro esempio sono gli attori e gli artisti più in generale. Dichiarare di essere un'artista in Italia non suscita solitamente stima nell'interlocutore a meno che non si tratti di un personaggio famoso. La domanda che sorge spontanea in questi casi è: "Ma riesci a campare facendo l'attore o fai un altro lavoro?"

In una certa maniera, questo tipo di delegittimazione della professionalità, colpisce anche te. In quanto "quello del negozio di animali" o "quello dove lavo il cane". Sappi invece che esiste il modo di spiccare, di diventare una star della propria nicchia. Devi lavorarci sopra duramente, ma esiste.

#### LA CRISI DI AUTORITÀ E AUTOREVOLEZZA

Lo status di personaggio famoso è ormai divenuta una categoria a sé stante nella nostra epoca

e in quanto tale stimata. Non importa a quale categoria di provenienza appartieni, se hai lo status di personaggio famoso, salti la fila e ottieni riconoscimento pubblico. Questo processo ha portato alla costruzione dell'identità dell'influencer termine che, se prima descriveva semplicemente una persona che riusciva ad avere impatto sugli altri con il suo carisma e il suo mestiere, come ben descritto da Malcolm Gladwell nel suo capolavoro *Il punto critico*, oggi sta cercando di assumere l'identità di una professione a sé stante.

Una nota a parte per un fattore di natura globale che appartiene alla nostra epoca. Potremmo dire che l'acquisizione di autorità e autorevolezza è in crisi di suo. Tutto questo è legato alla sfiducia che si è sviluppata nel tempo nei confronti di chi ha ricoperto posizioni di potere, per incapacità di mantenere le promesse fatte, per il dilagare di alternative infinite e le loro contraddizioni, che hanno finito con il diluire la credibilità di tutti.

Per non parlare della comunicazione confusiva o manipolativa, fake news, truffe che hanno reso le persone sempre più scettiche e diffidenti nei confronti di chi si propone di offrire i propri servizi e prodotti.

Quando si parla di grandi numeri, quello che emerge è il negativo che c'è in un ambito e che impatta sull'immagine della categoria. Come viene minata la credibilità di un'autorità? Per spiegarlo semplicemente, basti pensare a due genitori in disaccordo. Se il papà afferma davanti a un figlio





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

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

che la mamma dice fesserie, magari ridendo o sminuendo le regole che prova a condividere in famiglia, agli occhi del figlio la mamma perderà di efficacia e probabilmente perderanno autorità entrambi, anche perché il figlio si troverà nella confusione di non poter capire cosa è giusto e cosa è sbagliato. Lo scenario insomma, non è dei più felici e costruire un'immagine pubblica autorevole è molto più complesso, frammentato e lento come processo.

Nel prossimo numero vedremo quali passi potrai intraprendere per iniziare questa costruzione, per portare benefici non solo al tuo negozio, ma anche alla soddisfazione che trarrai dall'interazione con clienti che ti riconoscano il giusto valore come professionista.





IPV PACK, da sempre un punto di riferimento per le aziende del settore pet food con **prodotti** innovativi e servizi su misura, presenta i nuovissimi Packaging riciclabili che garantiscono sicurezza e qualità dei prodotti.

Una proposta che va incontro alle aziende che riconosco in scelte ecosostenibili un'opportunità per l'ambiente e per lo sviluppo di nuovi business.

Contattaci per informazioni sui nostri prodotti, ti garantiamo un **servizio di consulenza a 360°**, dalla progettazione alla **consegna in sole 6 settimane**.





e trova chiavi di ricerca da aggredire a costo zero

FRANCESCO CARUCCIO

Focus sul content marketing: cosa e come scrivere sul tuo sito eCommerce per vendere sempre di più

umentare le vendite, per far crescere il fatturato, è l'aspirazione di ogni commerciante. Per farlo, non basta rivolgere il proprio sforzo e la propria attenzione ai clienti acquisiti, quanto invece allargare il proprio bacino d'utenza e andare a conquistarne di nuovi. Quando pianifico un'azione eCommerce per un mio cliente, parto da qui: conduco una vera e propria analisi della situazione del negozio, per poi addentrarmi in una fase di studio della strategia migliore da applicare. Non è ovviamente un servizio gratuito: pensa che tu invece puoi considerarla un regalo di Zampotta Pet Business, un gran bel regalo che non può offrirti nessun altro magazine di settore e che certo non puoi trovare gratis in rete.

### PREPARA IL PERCORSO VERSO IL TUO SHOP ON LINE

Anzitutto: sono pochissime le persone che comprano direttamente un prodotto, la maggioranza prima si informa, viene a conoscenza del brand o del prodotto specifico, approfondisce i vari dettagli che più gli interessano, ne comprende le caratteristiche uniche e l'idea differenziante e poi, solo dopo che è stato convinto da quelle informazioni, decide di acquistare.

Di conseguenza la tua priorità in termini di contenuti da produrre è scrivere qualcosa che ti permetta di vendere alle persone che cercano informazioni prima di comprare il prodotto.

È opportuno in questo senso preparare una sezione "accoglienza" del tuo sito eCommerce che parli di questi prodotti non solo dal punto di vista commerciale, dicendo solo "compra qui" ma anche dal punto di vista informativo, spiegando tutto quello che c'è da sapere, che faccia quindi "informazione".

La tua priorità in termini di contenuti è dare info utili alle persone in cerca del prodotto da comprare





# Pet shop On line

Meglio se questa informazione è super partes, evidenziando sia pregi che difetti. Nessuno crede che esista il prodotto perfetto, mentre quasi tutti apprezzano la sincerità e tendono a fidarsi maggiormente di persone che raccontano in modo obiettivo e concreto le caratteristiche di un prodotto.

D'altronde, oramai sai benissimo che la fiducia per generare acquisti on line è tutto.

#### I FONDAMENTALI DA CAPIRE

Quindi in questo articolo andremo a vedere:

- come scegliere quali sono gli argomenti di cui devi parlare (perché se parli di argomenti che nessuno ricerca sui motori on line, il tuo contenuto non produrrà nessuna vendita);
- quali parole chiave usano le persone quando stanno cercando informazioni sul brand o sul prodotto;
- come fare in modo che queste persone, oltre a trovare le informazioni che cercano, vengano inserite all'interno della tua lista (argomento accennato più volte) in modo da rimanere in contatto con te e poterle poi raggiungere tramite comunicazioni email per poi vendere in un secondo momento;
- e soprattutto come convincere queste persone attraverso i tuoi contenuti (in gergo tecnico "Content marketing") per vendere più prodotti e aumentare il fatturato e le vendite.

Attraverso un esempio reale e concreto scopriremo come le persone scoprono le informazioni, come vengono a contatto con queste informazioni, quali pagine del sito servono affinché trovino noi e non i siti dei nostri concorrenti e in ultima analisi, come fare in modo che comprino da noi. L'esempio lo faremo su un grande classico, ovvero: **crocchette per cani**.

Non è semplice, poiché è un settore iper competitivo, ma ci provo e magari posso darti qualche spunto utile.

# **CHE STRUMENTI UTILIZZARE E PERCHÉ**

Se Facebook è apparentemente il mezzo ideale per promuoversi, anziché investire in costose campagne social, la prima cosa da fare è capire se i nostri concorrenti hanno davvero preso tutto il piatto della "domanda consapevole". Cosa intendo? Esistono delle nicchie non sfruttate su cui produrre contenuti per generare traffico a costo quasi zero

La domanda consapevole è rappresentata da quella fetta di persone che stanno cercando il tuo prodotto e che sono in procinto di acquistarlo. Manca poco alla fase di acquisto: se trovano quello che stanno cercando, lo acquistano immediatamente. Naturalmente in quasi tutti i settori la domanda consapevole è già presidiata dai nostri concorrenti. Si tratta di settori dove i prodotti "tirano", si vendono facilmente e quindi ci sono aziende che spendono soldi su Google per farsi pubblicità. Nulla di più semplice fino a qui: prodotto ricercato dal mercato, con la pubblicità ci si mostra prima dei concorrenti.

Il problema per un piccolo negoziante sono i colossi che on line spendono molti soldi e con cui diventa impossibile competere su determinate parole chiave, a volte potrebbe addirittura diventare una strategia in perdita. Cominciando a competere con questi avversari, inizierebbero a spendere di più in pubblicità, abbassando i prezzi di vendita, e mettendo in difficoltà le piccole aziende che non possono permetterselo.

Però esiste una soluzione: SEMrush. Si tratta di un software a pagamento, potremmo dire anche costosetto se non lo usi per mestiere, ma è davvero utile. Facendo questo tipo di analisi, possiamo scoprire i "punti deboli" dei concorrenti e tentare di approfittarne, entrando nel mercato talvolta anche a costo zero o quasi.

# **COMINCIAMO LA RICERCA**

Con SEMrush, puoi cercare di posizionarti in prima pagina su Google per i risultati di ricerca che riguardano una determinata parola chiave. Ad esempio, se una persona cerca: "Crocchette per cani" tu puoi decidere di spendere dei soldi per comparire nei risultati di quella pagina di ricerca. In questo modo, la speranza è che l'utente che ha digitato "Crocchette per cani" stia cercando ef-



fettivamente questo prodotto e desideri acquistarlo. Quindi tu "infilandoti nel mezzo", puoi comparirgli tra i risultati. Lui poi cliccherà sul tuo annuncio pubblicitario e arriverà sulla tua pagina di vendita. A questo punto se compra, abbiamo fatto bingo: abbiamo ottenuto una vendita magari di decine o centinaia di euro a fronte di qualche euro di spesa. Questa è però la teoria.

Quando un utente sta cercando informazioni, il passaggio non è così diretto, giusto? Se mi sto infatti ancora informando sul prodotto, vuol dire che ancora non sono sicuro che sia quello giusto per me, o che lo sto ancora paragonando con ciò che trovo disponibile on line per cercare di capire quale sia quello migliore per il mio problema specifico.

Ecco quindi che entra in gioco SEMrush: la prima cosa che devo fare infatti è quella di andare a controllare cosa stanno facendo i miei potenziali clienti. Vediamolo.

#### L'ANALISI CON SEMRUSH

Nel caso di "Crocchette per cani", tra questa sola chiave di ricerca esatta, le variazioni su questa keyword (cioè una keyword simile) e le domande che le persone pongono sulle crocchette per cani, abbiamo circa 187.120 ricerche al mese.

Non preoccuparti se questa schermata qui a fianco ti sembra complicata, la cosa che ti interessa per il momento è sapere che ci sono quasi 200.000 persone che stanno cercando quel prodotto o informazioni sullo stesso e che i tuoi concorrenti stanno già servendo al posto tuo!

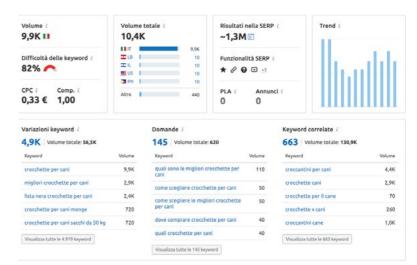
Un potenziale enorme, soprattutto se pensi quante persone si servono normalmente su un pet shop di medie dimensioni ogni mese. Questo ti fa già capire che ci sono moltissimi concorrenti e che non sarà facile trovare qualche chiave di ricerca in cui "infilarti", ma non disperare.

Analizziamo ora le domande che le persone si pongono e vediamo se c'è qualche nicchia che puoi "aggredire" e prendere a basso costo.

# LE DOMANDE DEGLI UTENTI PER INIZIARE A VENDERE

La schermata qui a destra ti mostra quali sono le chiavi di ricerca (parole) usate dalle persone per cercare informazioni sulle crocchette.

Ci sono molte domande. Ma ognuna di queste avrà già una risposta? Scoprilo e vedi se puoi fornire tu la risposta e intercettare questi clienti potenziali.



ш	Keyword =	Volume :
		11
	☼ come scegliere crocchette per cani ▼	5
	☼ come scegliere le migliori crocchette per cani ▼	5
	⑤ dove comprare crocchette per cani ▼	- 4
	③ quali crocchette per cani ▼	4
	☼ come fare crocchette per cani in casa ▼	3
	⑤ come fanno le crocchette per cani ▼	2
	☼ come fare per far mangiare le crocchette al cane ▼	2
	☼ cosa contengono le crocchette per cani ▼	Z
	② quali sono le crocchette per cani migliori ▼	2
0	③ quali sono le migliori marche di crocchette per cani ▼	2
	⑤ come ammorbidire le crocchette per cani ▼	1
	☼ come conservare crocchette per cani ▼	-1
	☼ come fare crocchette per cani ▼	1
	② come fare le crocchette per cani	1
	☼ come produrre crocchette per cani ▼	1
	☼ come scegliere le crocchette per cani ▼	1
	⊕ come scegliere le crocchette per il cane ▼	1

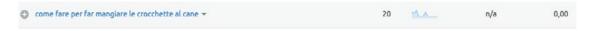
# Pet shop On line

## **PAROLE CHIAVE DIFFICILI O SEMPLICI?**

Per alcune parole chiave, mostrare in prima pagina nei primi risultati della ricerca la mia pubblicità sarà poco costoso, per altre invece lo molto, parlando in termini di pubblicità a pagamento. Discorso analogo per posizionarsi in modo organico su Google.

Come puoi vedere dalla prima schermata delle parole chiave, c'è una colonna chiamata "volume". Indica quante ricerche vengono fatte dagli utenti per quella parola chiave.

Scopriamo se ci sono parole chiave che i tuoi concorrenti non stanno presidiando e magari sono anche facili, quindi poco costose. Beh, qualcosa c'è già in questa prima ricerca, vediamo un po'.



Qui troviamo una keyword particolare, genera 20 visite al mese e non costa praticamente niente. Infatti, l'ultima colonna che ha il numero zero, si riferisce al CPC, ovvero "costo per click", quanto costa un click attualmente.

In questo momento quindi potresti scrivere un contenuto che riguarda "Come fare per far mangiare le crocchette al cane" e potresti nell'articolo stesso presentare delle alternative ai prodotti che già usano, magari più appetibili, più sane e più gustose. Sono sicuro che in negozio hai dei prodotti che corrispondono a queste caratteristiche.

Cominci a capire cosa intendevo quando dicevo "contenuti informativi per vendere"? Bene, allora vediamone ancora qualcuna.



Ah, questa è molto carina. Produce 70 ricerche al mese: persone che si stanno chiedendo "Come scegliere crocchette per cani". Eppure nessuno sta presidiando questa particolare parola chiave. Allora la domanda diventa: quale contenuto potrei scrivere per soddisfare e rispondere alle domande di chi sta cercando queste informazioni?

Potresti realizzare un articolo dove spieghi:

- quali sono le tipologie di crocchette in commercio;
- quali sono le differenze tra tipologie, vantaggi e svantaggi;
- quali sono le crocchette migliori in base a fattori come età, sensibilità a determinati alimenti, appetibilità, costo, dimensione.

Mentre presenti le varie tipologie, nel mezzo della spiegazione, potresti mettere dei link ai tuoi prodotti, quelli del tuo eCommerce. E indovina? È probabile che le persone, rassicurate dal fatto che stai loro spiegando delle cose utili, comincino a fidarsi di te, acquistando sul tuo sito.

La fiducia è tutto e gli articoli informativi servono a rispondere alle domande, ma anche a farti percepire come "persona fidata e che sa quel che dice". Vediamone un'altra.



Anche questa a CPC zero.

Questa ricerca può sembrare simile alla precedente, ma probabilmente il target è diverso, è alto spendente.

Riflettici: non sta cercando di capire come scegliere le crocchette (e magari andare a parare su un'offerta che sia conveniente anche a livello commerciale), questo utente sta cercando le *migliori* crocchette.





Formula PLUS

100% CARNE ITALIANA

I consumatori premiano l'innovazione! La linea Freskissimo Gatto è stata eletta Prodotto dell'Anno 2021.

È COMPLETO, È GIÀ COTTO, È FRESCO!

Nuova, più appetitosa linea Gatto





del negozio!



# Disponibile anche la linea Freskissimo Cane

- ALTISSIMA DIGERIBILITÀ
- ALTISSIMA PERCENTUALE DI CARNE
- FAVORISCE IL BENESSERE **DELLE VIE URINARIE**
- ALTA APPETIBILITÀ
- SENZA CONSERVANTI AGGIUNTI
- SENZA FARINE E DISIDRATATI DI CARNE



# Pet shop On line

Sono ben 50 le persone che ogni mese fanno questa ricerca e a quanto pare trovano poco e nulla sul circuito delle campagne a pagamento. E ancora.

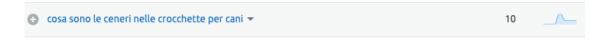


Queste ricerche producono 20 visite mensili e hanno un CPC pari a zero. La cosa interessante è che le persone stanno cercando di capire come sono fatte le crocchette e probabilmente sotto c'è una sorta di diffidenza sulla qualità del prodotto che trovano già altrove.

In un articolo utile a intercettare e convertire queste ricerche (e quindi questi utenti), sarebbe interessante provare a scrivere qualcosa sui retroscena più scottanti del settore, mettendo in guardia il potenziale cliente dall'acquistare crocchette sbagliate che potrebbero nuocere al cane.

Questo potrebbe essere un ottimo modo per generare fiducia, ispirare autorevolezza e convertirli in acquirenti paganti, indirizzandoli sui tuoi prodotti di qualità migliore.

Guarda: ce ne sono anche altre simili, che sottintendono sempre l'intento di capirne di più senza nuocere (involontariamente, acquistando prodotti sbagliati) al proprio cane.



Queste sono tutte ricerche a CPC zero e sono solo alcuni degli esempi di quello che è possibile trovare, scavando a fondo e facendo un'analisi precisa, approfondita e dettagliata.

10 visite di qua, 50 di là, potresti facilmente arrivare a centinaia di visite a costi bassissimi sul circuito pubblicitario di Google e probabilmente convertirne alcune, generando le prime vendite.

# **UN ESEMPIO CONCRETO CON CIFRE REALI**

Ma queste parole chiave sono davvero utili e possono convertire queste visite in vendite? Ti mostro una cosa, così capisci cosa intendo quando dico che i tuoi concorrenti non stant

Ti mostro una cosa, così capisci cosa intendo quando dico che i tuoi concorrenti non stanno lavorando di fino.

Prendi una delle keyword che ti ho suggerito prima come esempio: "Come scegliere le migliori crocchette per cani".

Se una chiave di questo tipo converte e produce vendite, in un settore competitivo, logica vuole che i tuoi concorrenti la stiano già presidiando, quindi puoi aspettarti che stiano facendo pubblicità a pagamento per quella parola.

Guarda cosa ho trovato, andando avanti nella ricerca:



Ti suona familiare? Ma certo!

La chiave di ricerca in questione dice "quali sono le migliori crocchette per cani". Ed è molto simile, quasi uguale a "come scegliere le migliori crocchette per cani".

Con la differenza che l'ultima schermata ti mostra che per fare pubblicità sulla chiave "Quali sono le migliori crocchette per cani" costa 41 centesimi a click. A CLICK! Non a vendita.

Quindi un click = 40 centesimi; 10 click 4 euro; 100 click 40 euro.



Considerando che il tasso di conversione medio nell'eCommerce è dell'1%, (1,5% circa), posizionarsi sulla parola chiave su cui già sono posizionati i tuoi concorrenti, costa 40 euro e genera UNA sola vendita. Trattandosi di crocchette, nel migliore dei casi spenderai 40-70 euro in base alla marca e alla qualità su ogni sacco grande da 12-15 kg. Quindi il margine è praticamente nullo.

Con la keyword che i tuoi concorrenti non hanno ancora "scoperto" (o per meglio dire, le loro web agency non hanno ancora scoperto), pagheresti quasi nulla e probabilmente produrresti lo stesso risultato di vendita.

Capisci? Ci sono numerose "nicchie" non presi-

diate, non controllate. Vuoi per distrazione, per mancanza di tempo, perché l'agenzia magari ha fatto un lavoro approssimativo. Ma di fatto ci sono sempre, in ogni settore, queste "nicchie" su cui produrre contenuti (e pagine) per generare traffico a costo quasi zero.

Quindi la domanda è: cosa stai aspettando?

Spero che questo articolo ti sia stato utile per capirne un po' di più. Adesso hai un metodo per cercare spazi ai quali i tuoi concorrenti stanno prestando poca attenzione e che potresti accaparrarti con davvero pochi euro di investimento pubblicitario.

Alla prossima!



# FRANCESCO CARUCCIO

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







per vendere con FB senza bisogno di un sito

**SILVIA MARINI** 

Genera interesse su un prodotto in arrivo nel tuo pet shop con una campagna teasing e porta clienti sul tuo eCommerce o in negozio

ello scorso articolo (Zampotta Pet Business maggio, pagina 46) ti ho parlato di come creare un lancio sui social per il tuo prodotto in uscita o il tuo negozio di animali. All'interno dell'articolo, ti ho accennato brevemente al cosiddetto "Pre-Lancio".

Ma che cosa è? A cosa serve? Come può essere utilizzato per un negozio di animali? Iniziamo con la definizione:

"Con il termine di Pre-Lancio, si identifica quella fase precedente il lancio di un prodotto (o un'attività) per creare interesse e/o testare il mercato".

Ma in pratica, come si realizza questo Pre-Lan-



# **CASO STUDIO: IL PRE-LANCIO DI UNA PETTORINA**

Naturalmente ti potrei parlare di mirabolanti Pre-Lanci da parte di multinazionali, ma non ti servirebbe assolutamente a nulla: diverso il budget a disposizione, diverse le persone che ci lavorano, diverso il target: tutto, insomma.

Io invece voglio farti un esempio molto più pratico e vicino a te, come quello di una pettorina. Potresti pensare di promuovere sui tuoi canali social un nuovo modello di pettorina e avviare così una campagna di Pre-lancio.

Che cosa dovresti fare?





# **Social Media Marketing**

# 1° STEP: CREAZIONE CAMPAGNE TEASING

La prima cosa da fare è creare interesse verso le pettorine, senza però svelare nulla sul prodotto che sarà in uscita mesi dopo. Potresti realizzare una serie di video in cui far vedere cani con indosso la pettorina, mostrare le differenze con il collare, parlare dei pregi di questo accessorio, e via dicendo.

Con questi video potrai creare delle campagne pubblicitarie su Facebook, impostando un budget di 10 € al giorno, con obiettivo "Visualizzazioni del video", selezionando come target tutte quelle persone che hanno come interessi:

- "cani"
- "animali domestici"
- "addestramento cinofilo"

Se risiedi invece in una piccola città il consiglio è quello di non selezionare il tuo pubblico in base a troppi interessi ma piuttosto impostare solo il raggio di azione in chilometri, rispondendo onestamente alla domanda: "Quanti chilometri le persone sarebbero disposte a fare per venire nel mio negozio?"

Questo primo step serve a selezionare solo le persone realmente interessate a quello che stai offrendo, catturando la loro attenzione. *To tease* in inglese significa appunto "stuzzicare" ecco il perché della denominazione campagne *Teasing*.

È possibile anche creare più di una campagna, con pubblici diversi. Una per interessi, come quella che ti ho mostrato per i video, e un'altra creando un "Pubblico Simile" tra i follower della tua Pagina Facebook (devi però avere come pubblico di partenza almeno 1000 "Mi Piace").

# 2° STEP: CREAZIONE PUBBLICI PERSONALIZZATI

Ma a quale scopo creare e promuovere questi video se non parli del tuo prodotto in maniera esplicita?

Semplice, per identificare le persone a cui in seguito venderai in maniera più diretta la pettorina. Il secondo step è infatti creare dei pubblici personalizzati.

Te ne ho già parlato in un precedente articolo: il pubblico personalizzato è composto da coloro che hanno già letto un articolo del tuo blog, commentato un post sulla tua Pagina o, come in questo caso, visualizzato un tuo video.

Tra l'altro, potrai creare più pubblici personalizzati, in base al tempo di visualizzazione: dai 3 secondi in poi.

Personalmente, ti consiglio di creare pubblici composti da quelle persone che hanno visto il video per più di 15 secondi. Infatti, sul cellulare i video partono in automatico e creare pubblici personalizzati inferiori ai 15 secondi falserebbe i dati.

# 3° STEP: RETARGETING SUI PUBBLICI PERSONALIZZATI

A che punto sei? Ricapitoliamo.

- Hai creato i video per suscitare interesse e curiosità sulle pettorine senza mai parlare direttamente di *quelle* nuove pettorine che arriveranno in negozio;
- li hai promossi attraverso Facebook Ads, creando delle campagne con interessi generali per individuare bene chi tra loro fosse interessato al tema;
- hai quindi creato una serie di pubblici personalizzati, composti da tutte quelle persone che avevano visualizzato i tuoi video per 15 secondi o più.



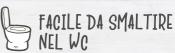




















# **Social Media Marketing**

La fase di Pre-Lancio che deve iniziare duetre mesi prima del lancio del prodotto vero e proprio, si è quindi conclusa. Ma a cosa ti è servita? A cosa ti servono ora i pubblici personalizzati?

Ti sei fatto conoscere da pubblici interessati, hai creato interesse intorno al tema delle pettorine.

Ora che ti sono arrivate in negozio, è il momento di venderle.

A questo punto crea delle nuove campagne pubblicitarie con Facebook Ads. Questa volta però, non andrai a intercettare persone interessate in maniera generica al tema dei cani, ma solo le persone che hanno visto i tuoi video per 15 secondi o più.

Qui devi fare attenzione. Infatti pubblici personalizzati molto piccoli, mille persone o poco più, non porteranno grandissimi risultati. Così facendo, l'inserzione girerà sempre Facebook Ads

Il Pre-Lancio è la fase prima del lancio di un prodotto o servizio per creare interesse e/o testare il mercato

verso le stesse persone, che si stuferanno e potrebbero avere un'opinione negativa sul negozio che le sta promuovendo. Solitamente, questo tipo di inserzioni vengono realizzate con un link al sito web da cui le persone possono acquistare il prodotto direttamente on line. Ma se il negozio non ha un sito o, comunque, non vende i propri prodotti on line?

Vi sono diverse soluzioni. Io ti consiglio di creare campagne con obiettivo "Messaggi" (di cui abbiamo già parlato approfonditamente su queste pagine nei numeri scorsi), oppure di inserire direttamente nell'inserzione il numero di telefono del negozio, l'indirizzo e gli orari di apertura e chiusura.

Nel primo caso infatti, potrai comunicare direttamente con il potenziale cliente per concludere la vendita. Nel secondo, invece, rivolto alle persone più propense ad acquistare il prodotto, avrai la possibilità invitarle direttamente in negozio.

### **CONCLUSIONI**

Ho terminato questo percorso, mostrandoti il caso reale di un negozio che per vendere un prodotto specifico ha utilizzato la tecnica del Pre-Lancio sui social. Il motivo del perché sia più efficace della semplice vendita diretta è evidente: chi preferirebbe acquistare un prodotto (ma anche un servizio) di cui magari non ha mai sentito parlare prima, magari da qualcuno che non conosce?

Ti consiglio di applicare questa strategia immediatamente, per i nuovi prodotti del tuo negozio, valutare i risultati, e testare diversi contenuti per il Pre-Lancio (video, articoli, post).



SILVIA Marini

Social Media Manager di professione, è cresciuta leggendo libri di marketing e comunicazione e per questa forte passione ha deciso di laurearsi proprio in questo ma con una particolarità: realizzando una tesi di laurea sul Pet Marketing e i social Media. Nel corso degli anni ha aiutato piccole imprese, piccoli negozi, pet shop e liberi e medi professionisti a usare i social media come vera risorsa di business. Applica le mie competenze e strategie anche per il mio blog personale, dove potrete trovare dei riferimenti qui. Inoltre per tutto il corso della sua vita ha amato sempre i cani e tutto il mondo che li circonda. È autrice del libro "Il cane che mi insegnò a volare" acquistabile su Amazon al seguente link

www.lezampedifido.it webmarketing.miofunnel.com/presentazione



# Frontline Tri-Act 3 in 1 soluzione Spot-on

- 1 Elimina pulci e zecche di nuova infestazione entro 6 ore
- 2 Repellente verso zecche, zanzare, mosche cavalline e pappataci, riduce il rischio di trasmissione della Leishmaniosi
- 3 Protezione per 4 settimane

La sua protezione ti segue ovunque

















dove vanno a finire i soldi della cassa?

**GIUSEPPE DI DOMENICO** 

Nonostante la dedizione totale dell'imprenditore spesso il cash flow è inspiegabilmente distante dai risultati sperati: che fare?

e storie degli imprenditori che assistiamo hanno tutte una trama comune: l'azienda vive la sua vita ma qualcosa non funziona come dovrebbe. Non ci sono abbastanza margini di profitto, i costi sono fuori controllo, la liquidità inizia a scarseggiare e l'imprenditore è costretto a fare ricorso alle banche sempre in maniera più "disinvolta".

Fino a quando qualcosa si inceppa e inizia il declino.

# **IL CASO DI ANDREA**

Prendiamo Andrea, che si è rivolto a noi proprio con questi dubbi. La sua impresa è una falegnameria industriale attiva in Piemonte da quasi ottant'anni, che ha clienti in tutta Europa e processi di lavorazione d'avanguardia che privilegiano la qualità dei materiali e l'attenzione per le rifiniture al costo.

Negli anni si sono specializzati nella realizzazione di arredi per camere da letto, salotti e complementi d'arredo, con l'utilizzo di materiali naturali e a basso impatto ambientale.

Una vocazione tecnologica rara nel settore che, unita alla qualità della lavorazione tradizionale del legno, Andrea ha sposato pienamente negli ultimi vent'anni, da quando ha preso in mano le redini dell'azienda.

Ha compiuto molti sforzi e investito ingenti risorse per ridurre l'impatto ambientale dei processi produttivi e delle vernici utilizzate, senza perdere di vista l'attenzione verso le ergonomie degli arredi e il benessere degli utilizzatori finali, i suoi veri clienti.

Purtroppo però, non si è mai dedicato allo sviluppo del brand e alla commercializzazione diretta dei suoi prodotti.

Come la maggior parte delle aziende di produzione, non vendeva direttamente ai clienti finali, ma ad alcune catene di mobilifici e a diversi negozi di arredamento sparsi sul territorio nazionale,









# **Gestione Finanziaria**

in Francia, in Germania e in Svizzera. Lavorava attraverso i distributori e i grossisti, in maniera tradizionale.

Quella della sua famiglia era una grande azienda artigianale, insomma, con una grande storia alle spalle, una realtà conosciuta e apprezzata per l'etica e il livello qualitativamente elevato dei prodotti realizzati.

Negli ottant'anni che hanno caratterizzato la sua storia ha dovuto misurarsi con diverse ondate di crisi economica, uscendone sempre a testa alta.

Certamente l'ingresso delle grandi catene di mobilifici del nord Europa non ha reso la vita facile a suo padre prima, e ad Andrea successivamente, togliendogli tutta la fascia medio-bassa del mercato, che si accontenta dei mobili fai-da-te e ha perso interesse per il mobilio di qualità.

Ma il loro buon nome, la fedeltà dei clienti più importanti, la capacità di reinventarsi sviluppando nuove linee al passo con i tempi e le esigenze del mercato, gli hanno comunque consentito di tener botta e mantenere salde le redini della sua azienda.

Il lavoro, in realtà, non mancava neanche quando Andrea ha richiesto la mia consulenza. Gli ordini non avevano subito particolari flessioni, come anche il fatturato.

# **DOVE FINISCONO I SOLDI CHE ENTRANO IN CASSA?**

"Da quello che vedo nei bilanci, l'azienda è sempre in utile, non registriamo perdite, i soldi entrano, i clienti mi pagano, non capisco perché ogni mese io faccia così fatica a pagare tutti? Sono 11 mesi ormai che non riesco a pagarmi lo stipendio".

Mentre mi raccontava la sua storia, non riusciva a mascherare il senso di fallimento e delusione, per quanto, tutto sommato, non si trattasse certo di una situazione irreparabile. L'azienda non era in crisi, non rischiava il fallimento, semplicemente si manteneva a galla. Quello che però Andrea non riusciva proprio a mandare giù era il peggioramento della sua condizione economica personale.

Con un'impresa che sembrava navigare a gonfie vele, nonostante le bufere incontrate lungo il percorso, non gli era mai mancato nulla.

Sin da quando viveva con i suoi genitori, aveva sempre condotto uno stile di vita improntato sul duro lavoro, il senso della famiglia, i sani piaceri della vita e la grande passione per le auto d'epoca, ereditata da suo padre.

Le giornate passate tra i corridoi della falegnameria, l'odore del legno, le domeniche nella villa in campagna con i nonni o a scorrazzare per le colline a bordo delle auto che suo padre aveva collezionato negli anni e gli aveva lasciato in eredità.

"Non posso accettare di doverle vendere, perché ormai non riesco più a mantenerle e mi servono i soldi per mandare avanti la mia famiglia. Sento che sto tradendo tutte le sue aspettative. Ha investito su di me come sulla falegnameria. Gli ho promesso di prendermene cura e adesso sono sul punto di vendere i suoi gioielli e affondare l'azienda che ha fatto crescere con tanti sacrifici. In tutto ciò, dottor Di Domenico, io vorrei capire che fine fanno i soldi che incassa l'azienda?".

# LA FUNZIONE DEL RENDICONTO FINANZIARIO

Quello di Andrea non è certo un caso isolato.

Molto di frequente mi capita di parlare con imprenditori che non riescono a capacitarsi di questo strano "fenomeno paranormale": lavorano, fatturano ma i soldi in cassa sembrano non esserci. In alcuni casi progettano investimenti che rimangono incompiuti, in altri semplicemente sono costretti a rimandare i pagamenti, lasciare i dipendenti senza stipendio o rinunciare al loro di stipendio, pur di non far mancare nulla a nessuno.

In molti altri casi, si rivolgono alle banche per coprire questa falla, peggiorando di fatto il loro indebitamento

La cosa più strana è che guardando sommariamente i bilanci i soldi dovrebbero esserci. C'è un utile e ci devo anche pagare le tasse. Eppure, la liquidità diminuisce, come se ci fosse un piccolo





Offrire divertimento e benessere al cane in un solo prodotto?

Da oggi è possibile grazie ai nostri giochi masticabili, naturali e funzionali, che stimolano l'attività ludica dell'animale favorendo la sua igiene dentale e rilasciando sostanze naturali con azioni benefiche.

Disponibili in 3 referenze: **zenzero** per il benessere in viaggio, **menta** per un alito più fresco, **carbone vegetale** per denti più bianchi.

Testati e validati dai Fisiologi Veterinari dell'Università di Teramo











# **Gestione Finanziaria**

roditore nei conti correnti che rosicchia tutte le risorse e alla fine lascia solo gli spiccioli.

Beh, chiaramente le cose non stanno così.

I soldi non spariscono nel nulla, nessuno ti deruba, non ci sono maghi che fanno giochi di prestigio o piccoli roditori fantasma sul tuo conto corrente. Quello che manca alla maggior parte degli imprenditori è una visione chiara dello stato finanziario dell'azienda. Una finestra in grado di restituire loro un prospetto realistico sulla liquidità concretamente disponibile nel presente e nel prossimo futuro.



Si tratta della misurazione del cash flow, dei flussi di cassa aziendali, che ti permettono di tenere sempre sotto controllo le entrate e le uscite di denaro dal conto corrente.

Il bilancio in formato civilistico, che il commercialista predispone puntualmente ogni anno, non rivela la mancanza di denaro perché non misura i flussi di cassa aziendali. La ragione di questa "discrepanza" risiede nel fatto che il legislatore non ha alcun interesse a sapere dove siano i soldi che la tua azienda incassa, quanto piuttosto a evidenziare determinate grandezze utili, ad esempio a calcolare le tasse da farti pagare.

Non è un caso che anche aziende come quella di Andrea, che faticano a pagare le spese correnti, si ritrovino a versare tasse molto elevate.

Queste sono calcolate sugli utili e non sull'effettiva disponibilità di denaro di un imprenditore. Allo stesso modo, molti imprenditori sono portati a confondere gli utili con i flussi di cassa, proprio perché nessuno ha mai dato loro una dritta in tal senso, fornendogli gli strumenti necessari a distinguere i due dati.

Il calcolo del cash flow è di cruciale importanza per conoscere perfettamente la quantità di denaro che esce e che entra dalle casse aziendali, sapere quanti soldi sono disponibili nell'immediato e nel prossimo futuro, quanti sono bloccati negli investimenti effettuati, quanti ne servono per le spese correnti e quanti alla fine rimangono per te e i tuoi soci.

L'analisi dei flussi di cassa è uno strumento imprescindibile per il benessere dell'azienda, la sua capacità di crescere e finanziarsi, l'unico in grado di fornirti la risposta alla domanda "Dove finiscono i soldi che entrano nelle casse della mia azienda".

## **COME MISURARE IL CASH FLOW A PARTIRE DAL BILANCIO**

Esistono due modalità operativa per calcolare il cash flow aziendale: uno diretto e uno indiretto. Seguendo il metodo più laborioso per chi si occupa dell'amministrazione, ogni entrata o uscita di cassa deve essere registrata e categorizzata in modo da far emergere gli aggregati relativi.

# **IL METODO DIRETTO**

- all'attività operativa (legata a quello che fai e ai rapporti di credito e debito che ne derivano);
- agli investimenti;
- al debito finanziario;
- alle operazioni straordinarie;
- al debito fiscale o al credito d'imposta;
- e alle operazioni sul capitale.



Si può fare? Sì.

È complicato? Assolutamente sì e il rischio di commettere errori di calcolo è alto.

Il vantaggio di questa modalità di calcolo è che hai indicazioni estremamente precise sulle aree che generano liquidità e su quelle che la assorbono.

Un altro vantaggio importante è legato al fatto che non hai bisogno di un bilancio completo per ottenere il controllo dei tuoi flussi di cassa, perché ti bastano le registrazioni contabili e la movimentazione dei conti correnti.

Quindi attraverso questo metodo puoi avere un livello di controllo paragonabile a quello di un'azienda nella quale l'imprenditore ha a disposizione bilanci completi di conto economico e stato patrimoniale ogni mese e non una volta l'anno, sei mesi dopo la chiusura dell'esercizio.

# **METODO INDIRETTO**

Consiste nel ricavare queste grandezze direttamente dal bilancio aziendale. Ma per ricavare i dati devi:

- chiedere bilanci aggiornati (nel conto economico e nello stato patrimoniale) ogni fine mese;
- farti riclassificare i bilanci;
- chiedere il rendiconto finanziario.

Il rendiconto finanziario è un prospetto opzionale nella maggior parte dei bilanci che permette di raccordare i risultati economici con la manifestazione finanziaria dei ricavi e delle spese, determinando i flussi di cassa di ciascuna area della gestione aziendale.

Analizzandolo puoi conoscere il saldo tra denaro che entra e denaro che esce dalle casse della tua azienda, suddiviso per area.

# I PARAMETRI DEDUCIBILI DAL RENDICONTO FINANZIARIO

### #1 Il Cash Flow Operativo

I flussi di cassa operativi riguardano la gestione aziendale, in altre parole quanto denaro viene generato e bruciato dall'attività caratteristica del tuo negozio, da quello che produci e vendi, insomma.

Averlo sotto controllo, ti aiuta a capire se ci sono problemi nel modello di business e se il modo in cui gestisci incassi e pagamenti va bene o ti porta a bruciare denaro. In quest'ultimo caso si rende necessario riprogettare l'azienda.



### #2 Il Cash Flow da Investimenti

Raccogliere informazioni sui flussi di cassa generati dagli investimenti ti permette di capire se hai comprato beni o attrezzature realmente utili alla tua attività o se sono rimasti inutilizzati.

Allo stesso modo ti consentono di sapere a quanto ammonta la liquidità investita o incassata, nel caso tu abbia rivenduto qualcuno di questi beni, che non utilizzavi da tempo.

Il cash flow degli investimenti misura esattamente la liquidità impiegata negli investimenti che hanno utilità pluriennale (ad es. capannone, attrezzature, macchinari), nel preciso istante in cui è entrata o uscita dal tuo conto corrente.

# **Gestione Finanziaria**

# #3 Il Cash Flow Finanziario

Quest'ultimo invece, misura la quantità di denaro che hai ricevuto o restituito alle banche o alle società finanziarie.

Nello specifico ti aiuta a determinare quanti soldi hai speso per pagare i debiti bancari e quanto invece hai ricevuto dai finanziamenti o da altre forme di anticipo liquidità. Si tratta di informazioni non rilevabili nel conto economico, da cui emergono solo gli interessi e gli oneri finanziari dei mutui attivati e non quanto capitale hai ricevuto o stai restituendo.

Queste informazioni sono cruciali per conoscere esattamente la quantità di denaro che viene drenata dalla tua attività operativa, per ripagare il debito. Spesso, si nasconde proprio qui il vero problema, senza che alcun imprenditore possa rendersene conto perché sprovvisto di questo strumento di monitoraggio finanziario.

# #4 Il Cash Flow Straordinario

Riguarda principalmente la misurazione della liquidità generata dalle operazioni straordinarie effettuate in azienda.

Pensa ad esempio, a un risarcimento assicurativo o a eventuali spese legali per una causa in corso. Si tratta di eventi straordinari, che si verificano raramente nel corso della storia aziendale, ma che in un modo o nell'altro, implicano l'entrata o l'uscita di denaro dalle casse aziendali e per questo vanno prese in considerazione.

# #5 Il Cash Flow Fiscale

I flussi di cassa che riguardano il pagamento delle tasse ti aiutano a tenere il polso dell'impatto reale che il fisco ha sulle casse della tua impresa. Da questa analisi riesci a comprendere facilmente quanta liquidità viene assorbita dal carico fiscale e quanta si rende nuovamente disponibile a seguito di eventuali crediti d'imposta.

# #6 Il Cash Flow da Capitale

Infine, non certo per importanza, è necessario passare al setaccio anche i flussi di cassa che riguardano il capitale aziendale.

La sua misurazione restituisce un'idea chiara dell'impatto che hanno sul patrimonio la distribuzione di utili e l'aumento di capitale da parte di soci nuovi o già esistenti.

Per riuscire a mantenere un quadro sempre chiaro e aggiornato della situazione finanziaria, l'ideale è eseguire analisi piuttosto frequenti, anche se con tempi differenti per le diverse tipologie di cash flow.

Generalmente, per i miei assistiti, seguiamo tempistiche che spaziano dai 3 mesi per il monitoraggio del cash flow operativo, ai 6 mesi per il cash flow da investimenti e finanziario, fino a un anno per il cash flow straordinario, fiscale e da capitale.

# LA MISURAZIONE DEL CASH FLOW AZIENDALE SPIEGA DOVE FINISCONO I SOLDI

L'aspetto più interessante della misurazione dei flussi di cassa risiede proprio nel monitoraggio delle sue dinamiche e dell'impatto che ha la strategia di gestione che stai seguendo sulla liquidità aziendale.



Se ad esempio, hai investito denaro nell'acquisto di nuovi macchinari o per sviluppare nuovi progetti per la tua impresa, il monitoraggio del cash flow ti consente di tenere d'occhio quanti dei soldi spesi derivano dai flussi di cassa operativi e quanto invece è stato recuperato incrementando l'indebitamento nei confronti delle banche, piuttosto che del fisco o dei fornitori.

Passando al setaccio i flussi di cassa dell'azienda di Andrea, ci siamo resi



# salviette igienizzanti



# IL PROFUMO DELL'IGIENE



senza ingredienti di origine animale Senza

senza oli minerali senza coloranti Senza siliconi

Scopri la gamma completa, in tanti formati e profumazioni.



# **Gestione Finanziaria**

subito conto della ragione che aveva condotto la sua impresa a ristagnare piuttosto che a crescere finanziariamente.

I costanti investimenti effettuati per ampliare le linee produttive e renderle a basso impatto ambientale avevano assorbito parecchia della liquidità accantonata, inducendolo a incrementare le richieste di finanziamenti bancarie ed erodere così il denaro utilizzato per le spese correnti, i flussi di cassa operativi.

Nel corso del tempo, gli incassi che la sua falegnameria ha generato venivano assorbiti da queste spese ulteriori, senza che la cosa potesse mai balzare agli occhi di Andrea e del suo amministrativo, semplicemente perché quest'ultimo non aveva mai analizzato la situazione aziendale partendo dai numeri.

Con questi presupporti molte delle decisioni prese negli ultimi anni avevano seguito più il suo fiuto imprenditoriale che la consapevolezza della reale capacità finanziaria dell'azienda.

#### CONCLUSIONI

Le informazioni che derivano, invece, dal monitoraggio dei flussi di cassa aziendali consentono a ogni imprenditore di formulare scelte consapevoli, basate sui numeri, più che sull'urgenza o la normale intraprendenza, come spesso mi capita di assistere.

Ma l'analisi del cash flow non è utile solo in una prospettiva a ritroso, ma anche rivolta al futuro, specie se legata alla realizzazione del budget aziendale. Questo raffronto ti permette di verificare in anticipo se la tua attività è in grado di sostenere gli investimenti che hai progettato.

Puoi rivedere la tua strategia ed apportare eventuali correttivi operativi per raggiungere gli obiettivi aziendali senza ritrovarti in affanno di liquidità, come successo ad Andrea.

Come ti dicevo prima, dal punto di vista operativo, calcolare i flussi di cassa aziendale per i non addetti ai lavori, non è semplicissimo.

È necessario passare in rassegna tutti i suoi componenti, partendo dai dati di bilancio e riclassificarli.

Questi ultimi infatti vanno depurati dagli effetti delle politiche contabili adottate e riclassificati, appunto, per realizzare un documento molto importante, di cui qualunque imprenditore dovrebbe disporre, a prescindere dall'obbligo legale o meno: il **Rendiconto Finanziario.** 

In questo modo potrai comprendere quale area della tua azienda sta generando risorse finanziarie e quale ne sta assorbendo, se l'azienda è sana o si rende necessario porre rimedio.

Mi rendo perfettamente conto di averti appena travolto con una valanga di nuove informazioni, che nessun consulente ti aveva mai rivelato prima.

Sono anche consapevole del fatto che il lavoro necessario per stare dietro alla gestione finanziaria di una PMI non è così semplice per chi finora, si è occupato di tutt'altro, come gestire la propria attività e assicurarsi che i prodotti fossero venduti, il denaro incassato e le spese onorate.

Ma hai imparato a conoscermi e il mio impegno quotidiano è quindi quello di rendere accessibile anche ai non addetti ai lavori gli aspetti più rilevanti di una sana gestione finanziaria della propria impresa.



GIUSEPPE DI DOMENICO

Nato e cresciuto in una piccola realtà della periferia napoletana, a 18 anni Giuseppe Di Domenico si è trasferito a Milano per laurearsi qualche anno dopo presso la 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.

www.didomenicoeassociati.com giuseppe@didomenicoeassociati.com



# Da oggi ancora più biologico

- Carne proveniente da fattorie biologiche.
- Alimenti naturali per gatti adulti adatti alla specie.
- Senza coloranti, aromi o conservanti chimici.
   Senza zuccheri aggiunti, senza soia.





Made Love Germany



per migliorare l'imprenditore che sei

**CRISTINA MANDAGLIO** 

Da proprietario di pet shop, come ogni imprenditore, fai scelte azzardate o peggio ancora non ne fai: ecco 5 consigli utili per te

n questo ultimo periodo, caro negoziante, ti ho pensato spesso.

Ho pensato ai dubbi che ti hanno attanagliato nel periodo pandemico, ai blocchi dei licenziamenti, alle preoccupazioni per dover allestire un eCommerce in tutta fretta o assumere qualcuno per le consegne a domicilio... ci sono tanti aspetti del tuo lavoro che mi hanno fatta sentire partecipe della situazione, con cui non ho faticato granché a immedesimarmi.

Ho pensato che allora forse per questo primo numero estivo, nel quale al momento in cui ti scrivo ancora si parla di green passport senza che in Europa si sia trovato un reale accordo, avremmo potuto concentrarci, io e te, su quel che si può fare perché tu riesca a ricavare il massimo dal tuo negozio, senza nessuna spesa, semplicemente lavorando su alcuni atteggiamenti che forse puoi cambiare o a cui almeno puoi provare a smussare gli angoli.

Se farai come hai sempre fatto, otterrai quel che hai sempre ottenuto

Dopotutto, se ci pensi, uno dei limiti più grandi di tutti noi essere umani, è la nostra natura coerente. Cerchiamo sempre di mantenerci in linea con quello che pensiamo, a prescindere dall'obiettivo che stiamo cercando di realizzare. Non sei d'accordo? Se ci pensi bene, anche i maggiori fallimenti spesso si sono avverati perché chi stava al timone, ha scientemente deciso di continuare a navigare diritto verso l'iceberg comparso centinaia di metri prima, a prua. Dopotutto, chi stava al comando era chi ci era sempre stato e ha continuato a fare come aveva sempre fatto.

Se farai come hai sempre fatto, otterrai quel che hai sempre ottenuto. O ancora meno. Perché?

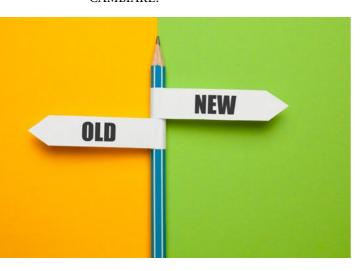


Banalmente perché il mondo attorno a te è in continua evoluzione e se non cambi con lui, ti travolgerà o ti lascerà indietro.

Partiamo dalle basi.

#### 1. SII UMILE

Essere sufficientemente umile da riconoscere di dover cambiare è forse una delle cose più difficili da fare per qualsiasi persona in qualsiasi situazione. Figuriamoci come imprenditori, categoria con una naturale predisposizione a fidarsi eccessivamente di se stessi, a imprendere, appunto: come partire con la lancia in resta contro tutto e tutti, senza paura di fallire. È dura aspettarsi da quelli come te anche la capacità di dire: ORA DEVO CAMBIARE.

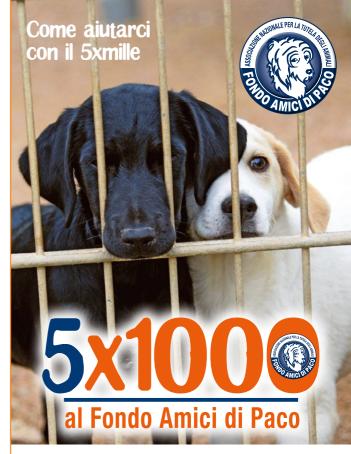


Per contro, se cercherai di stare al passo coi tempi e con i cambiamenti, sempre pronto a cercare nuovi guadagni e crescita per il tuo negozio, anziché limitarti a vivacchiare sempre in bilico tra uscite e entrate, finirai certamente col cambiare il modo in cui hai gestito le cose in passato.

Per arrivare a questo cruciale cambio di passo, quel livello di umiltà è semplicemente indispensabile.

# 2. AMMETTI DI NON ESSERE INSOSTITUIBILE

Corollario delle caratteristiche che già ti ho esposto al primo punto, è la naturale predisposizione dell'imprenditore a credere di essere necessario quando non insostituibile in ogni fase del proprio lavoro. Mi spiego: i clienti possono benissimo rivolgersi al tuo staff, quando entrano in negozio; per allestire la nuova vetrina del mese basta dare disposizioni precise; per il controllo di riscontro tra documento di trasporto del fornitore e la



# BASTA LA TUA FIRMA PER DARCI UN GRANDISSIMO AIUTO

Donandoci il 5xmille hai la possibilità di aiutare tanti cani e gatti senza famiglia e tanti animali maltrattati: destina il 5 per mille al Fondo Amici di Paco. Lo utilizzeremo come sempre per le nostre più importanti iniziative di solidarietà come la Campagna Antiparassiti e l'acquisto di cibo e medicinali per i rifugi.

# AIUTACI AD AIUTARLI: SUGGERISCI A PARENTI E AMICI DI SOSTENERCI. CONTIAMO SU DI TE!

Ecco come devi fare:

1. Firma la dichiarazione dei redditi (CUD, 730 e Modello Unico) nell'apposito spazio ("Sostegno delle Organizzazioni Non Lucrative di Utilità Sociale")

2. Scrivi nello riga sottostante il codice fiscale del Fondo Amici di Paco: 01941540989

# FONDO AMICI DI PACO

Associazione nazionale per la tutela degli animali - O.D.V.
Tel. 030 9900732 www.amicidipaco.it paco@amicidipaco.it

# **Business Semplice**

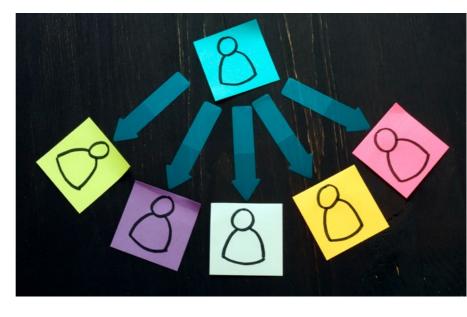
merce arrivata, non importa essere il proprietario del negozio. Per essere un buon proprietario di negozio non importa tu sia onnipresente. Conta che tu sappia delegare con cognizione di causa, come ci indica il punto 3.

#### 3. IMPARA A DELEGARE

Liberati di ogni tipo di compito nel negozio che non riguardi il marketing e come aumentare il tuo volume di affari. Questo è la tuo compito principale. Non stare in cassa, parlare coi fornitori, servire i clienti.

Cerca di avere il minimo indispensabile di ore nella giornata occupate da qualcosa di diverso

dalle tue funzioni di imprenditore. Poi concordo con te che fare i cartelli delle promo al computer possa sembrarti un'attività quasi ricreativa anziché studiare promozioni o metodi per aumentare engagement sui canali social o migliorare la newsletter... però le cose essenziali devono restare queste: marketing e vision.



Il mondo attorno a te è in continua evoluzione: se non cambi con lui, ti travolgerà o ti lascerà indietro

# 4. RICORDA CHE CIASCUNO FA IL PROPRIO INTERESSE

Suona un po' brutto, lo so, eppure è esattamente così. Intendiamoci vale anche per clienti e impiegati ma è sui collaboratori esterni, sui consulenti che vorrei ti concentrassi. Ti sarà certamente già capitato di rivolgerti a un esperto di social media marketing, o di pubblicità, o simili. Sicuramente ti sei sentito rispondere: devi investire energie e sforzi in social media, in pubblicità ecc. Fin qui direi tutto normale. Il punto però resta che queste persone tendono a fare il loro proprio interesse, come è naturale. La tua bravura di imprenditore deve stare nello scegliere consulenti che portino al tuo tavolo argomenti e spunti validi e magari nel contempo verificare che i tuoi interessi e i loro siano sempre sufficientemente ben allineati!

# **5. CREDI IN TE STESSO**

Come ti ho già detto al punto 1, questa dovrebbe essere una naturale prerogativa del tuo essere imprenditore. Ti ho però anche parlato della mia empatia verso il periodo non facile che hai passato e devo mettere in conto che tutte queste avversità possano averti quantomeno scombussolato. Ritrova il tuo centro. Pensa che puoi davvero farcela. Non pensare mai "provo" o "tento", sono verbi del fallimento, devi solo direi "faccio" e "riesco". Pensa sempre di essere il capitano della tua nave. Tu sei il proprietario del negozio, il tuo stesso direttore marketing e il responsabile del destino della tua attività.

Non dimenticarlo mai.



CRISTINA Mandaglio

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

cristina.mandaglio@zampotta.it



# **NOTIZIE BREVI**

# COM'È CAMBIATA LA COMUNICAZIONE NEL PET NELL'ULTIMO ANNO?

In vista dell'appuntamento di Zoomark International in programma a Bologna-Fiere, il 10, 11 e 12 novembre 2021, gli organizzatori hanno promosso un calendario di webinar gratuiti rivolti ai professionisti del settore. Dopo avere trattato i temi della digitalizzazione (20 aprile) e delle sorti del canale specializzato dopo la pandemia (18 maggio) il prossimo appuntamento sarà giovedì 8 luglio dalle ore 10.30 alle 12.00 con un argomento che ci vedrà protagonisti: "Com'è cambiata la comunicazione nel pet nell'ultimo anno". L'evento è infatti organiz-



zato da Zoomark International in collaborazione con la nostra rivista Zampotta Pet Business. Sarà una sorta di tavola rotonda per capire come si sono modificati i linguaggi della comunicazione grazie alla presenza di due esperti del settore che collaborano con il nostro magazine, Filippo Giunti (stratega pubblicitario) e Nicola Benincasa (specialista in tecniche di vendita), a cui si aggiungeranno tre protagonisti del pet market italiano, Fabio Bernini (Befood srl), Mirco Aringhieri (Iv San Bernard srl), Federico Carraro (Sicce Italia srl). Il webinar sarà moderato da Cristina Mandaglio, direttore di Zampotta Pet Business. Ricordiamo che per partecipare sarà necessario registrarsi.

Info: www.zoomark.it



# EXPOZOO PARIS ANIMAL SHOW, PRIMA FIERA IN PRESENZA

La situazione sta migliorando un po' ovunque in Europa e inizia a delinearsi una ripresa del calendario fieristico. L'Expozoo Paris Animal Show si terrà il 25, 26 e 27 giugno 2021 a Paris Porte de Versailles. Nel rispetto delle norme sanitarie, saranno presenti circa 200 espositori e sono previsti 35.000 visitatori, un'occasione per tornare a vedere nuovi prodotti dal vivo e incontrare fisicamente fornitori, clienti e potenziali clienti. Expozoo Paris Animal Show si terrà nel padiglione

5.2, il salone più frequentato del quartiere fieristico: ottima vicinanza all'ingresso principale, molto luminoso, facile accesso logistico. Il primo giorno sarà riservato ai professionisti pet, il 26 e il 27 anche al pubblico degli appassionati. Sono in mostra prodotti legati al mondo di gatti, cani, uccelli, insetti, rettili, piccoli mammiferi, acquari, e tutti i servizi che ruotano attorno all'industria del pet.

Info: www.expozoo.fr



#### VITAKRAFT È TORNATA SU CANALE 5

La rete dedicata al grande pubblico delle famiglie mette in onda fino al prossimo mese di dicembre il nuovo spot di Vitakraft. In questo modo si rinnova la partnership con il Gruppo Mediaset e in particolare con Canale5 puntando sulla trasmissione L'arca di Noè in onda tutte le domeniche dopo il TG5 delle 13.30. La comunicazione promuoverà in particolare la linea di alimenti per gatti Poesie in grande espansione e i top snack per cani e gatti, di cui Vitakraft è tra i principali produttori. "La nostra campagna pubblicitaria" dichiara l'Amministratore Delegato di . Vitakraft Claudio Sciurpa "sarà come sempre multicanale coinvolgendo anche stampa e social". Forte di un grande sviluppo commerciale e di un fatturato in costante crescita, Vitakraft incrementa così gli investimenti in advertising televisivo, da sempre in Italia sinonimo di notorietà e autorevolezza. "Ma non ci fermiamo qui "conclude Sciurpa "stiamo già lavorando a nuove forme di pubblicità televisiva legate al mondo degli animali che usciranno a fine anno".

Info: www.vitakraft.it

#### INTERZOO HA UNA NUOVA PR MANAGER

Anja Wagner stata nominata PR Manager per l'Interzoo, la principale fiera del settore degli animali domestici, per l'organizzatore WZF GmbH con il suo sponsor onorario Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe e.V. (ZZF). Già dall'edizione in formato digitale in programma dall'1 al 4 giugno 2021, Anja

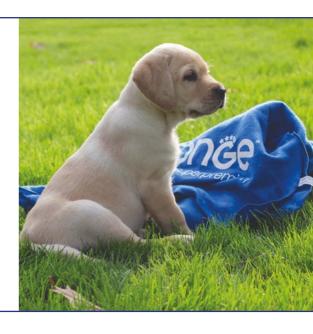


Wagner si occuperà della stampa e del lavoro di pubbliche relazioni che circondano il salone di Norimberga supportando il team di comunicazione di WZF e ZZF. "Una vita senza animali domestici è possibile ma inutile", commenta citando liberamente l'umorista tedesco Loriot. "Non vedo l'ora di impegnarmi in questo vivace settore. Interzoo, sia nel formato fisico che come Interzoo.digital, è la piattaforma internazionale per eccellenza per presentare ed esplorare il mondo degli animali domestici di oggi e di domani. Questo rende il mio compito di comunicare la ricca diversità del settore al grande pubblico sui diversi canali, davvero molto intrigante e stimolante".

Info: www.interzoo.com

# Il pet food che parla chiaro

Per quel cliente che ricerca un'alimentazione a formulazione semplice, bilanciata e adatta al pet in salute



Quando il cane sta bene, non è a dieta e non ha specifiche esigenze di salute, una delle richieste prevalenti da parte del cliente è quella di avere formulazioni semplici, complete e bilanciate a seconda della taglia e dello stile di vita. Per questa fetta di clientela, *Monge Natural Superpremium* rappresenta un ottimo strumento da proporre, poiché è il frutto di una consolidata esperienza nell'alimentazione completa e bilanciata degli amici a quattro zampe a seconda della taglia, dell'età e dell'attività che svolgono.

# Nel segno della tradizione

Monge Natural Superpremium costituisce una delle gamme principali del brand, la cui vendita è riservata unicamente al canale specialist – pet shop, catene pet e garden center – in linea con l'attenzione che Monge ha sempre avuto per i professionisti del pet.



Nel nostro settore, tutti conoscono bene un marchio come *Monge*, azienda internazionale che però si distingue per una caratteristica ben precisa, il richiamo alla tradizione. Tutta la produzione è garantita dalla particolare cura che, da sempre, contraddistingue la famiglia Monge e che si lega a un radicamento sul territorio italiano e quindi alla volontà di offrire ai consumatori prodotti 100% made in Italy: non a caso i fornitori vengono scelti prioritariamente in Italia proprio per mantenere intatto questo posizionamento. Inoltre, le crocchette Monge Natural Superpremium sono senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti e No Cruelty test.



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







# Elementi specifici per ogni esigenza

Il punto di forza di *Monge Natural Superpre-*mium è la fonte proteica animale come primo
ingrediente associata a fonti di carboidrati
resi altamente digeribili mediante il processo di estrusione. Con l'inclusione di carne
fresca, insieme a grassi, vitamine e minerali
sono i nutrienti base per ogni ricetta.

Un secondo punto di forza sono le inclusioni di specifici elementi:

• xos - gli xilo-oligosaccaridi sono prebiotici di ultima generazione, cioè carboidrati non digeribili in grado di raggiungere il co-

lon, dove possono favorire la crescita e l'attività della flora microbica intestinale benefica:

- ORIGANO mediante le sue proprietà antiossidanti favorisce il contrasto dei radicali liberi a supporto del metabolismo epatico;
- CARCIOFO supporta i processi digestivi e metabolici del fegato, oltre a essere una fonte naturale di fibre vegetali:
- CASTAGNA con effetto simil-astringente e nutritivo delle mucose gastro-intestinali;













- ECHINACEA con componenti antiossidanti per poter neutralizzare i radicali liberi rilasciati con lo stress;
- SPIRULINA a supporto del sistema immunitario;
- CONSERVANTI NATURALI antiossidanti estratti di tocoferoli da oli vegetali.

# Tre linee per ogni richiesta del proprietario pet

Monge Natural Superpremium si suddivide in:

• Dog Daily Line - alimenti completi ricchi in pollo per il mantenimento quotidiano dell'animale di ogni taglia, con ricette per cani di taglia extra small, mini, medium e maxi che si adattano alle diverse fasi della vita: Puppy, Adult, Starter (per le femmine gestanti e allattanti e per il cucciolo appena nato) e Senior;



• Dog Monoprotein Line - ricette monoproteina, formulate con una singola fonte proteica animale, per cani con esigenze alimentari specifiche. È una gamma unica per vastità di monoproteine, come Manzo, Maiale, Anatra, Coniglio, Salmone, Agnello e come ultima novità il gusto Trota;



- specialità rivolte a tutti i cani con esigenze fisiologiche

Dog Speciality Line

genze fisiologiche specifiche di nutrizione, come i cani sportivi o che vogliono mantenere un peso corporeo ideale. (F.C.)



### PET FOOD SPEAKS STRAIGHT OUT

Dedicated to customers looking for plain, balanced formulas suited for healthy pets

When dogs are healthy, no need of diet or specific health requirements, customers ask for plain, complete and balanced formulas according to breed and life style. Monge Natural Superpremium is the perfect tool in this case: it is the result of long-term experience in complete and balanced pet nutrition, according to age, size and activity.

#### **FOLLOWING TRADITION**

Monge Natural Superpremium is one of the main lines of the brand, specifically dedicated to the specialist channel (pet shops, pet chains and garden centres), in line with Monge's special attention to pet business people.

Everyone in our sector knows Monge brand, an international company with a specific feature: inspiration to tradition. All products feature Monge's special care, 100% made in Italy: suppliers are chosen mainly in Italy to preserve the positioning.

Moreover, Monge Natural Superpremium kibbles are free from artificial added colouring and preserving agents and No Cruelty test.

#### SPECIFIC FOOD FOR ANY NEED

Monge Natural Superpremium point of strength is animal protein source as first ingredient, combined with digestible extruded carbohydrate sources. Together with fresh meat, fats, vitamins and minerals they are the main nourishing ingredients of every recipe.

Supplement ingredients are the second point of strength:

- xos xylo-oligosaccharides are modern prebiotics. They are non-digestible carbohydrates capable to reach the colon, where they support the growth and activity of beneficial bacterial microbial flora;
- OREGANO thanks to its antioxidating effect, oregano fights free radicals and supports liver metabolism;
- ARTICHOKE it supports the digestive and metabolic process of liver, besides being a natural source of vegetable fibres;
- CHESTNUT with nourishing and astringent effect of gastro-intestinal mucosa;
- ECHINACEA antioxidating effect against stress-released free radicals;
- SPIRULINA immune system support;
- NATURAL PRESERVATIVES antioxidants tocopherol extracts from vegetable

  oil

## THREE LINES FOR EACH NEED

Monge Natural Superpremium is divided into:

- Dog Daily Line complete food rich in chicken, for the daily maintenance of dogs of all breeds, with recipes for extra small, mini, medium and maxi breeds. They suit all life stages: Puppy, Adult, Starter (pregnant dogs, lactation or newborn puppies) and Senior;
- Dog Monoprotein Line single-protein recipes for dogs with special needs.
   They offer a unique range of single-protein variety: Beef, Pork, Duck, Rabbit, Salmon, Lamb and brand-new Trout;
- Dog Speciality Line dedicated to dogs with specific physiological nutritional needs, such as sporty dogs or dogs that need to preserve the ideal weight.

# L'innovazione nel mondo animale

Arrivano grandi novità che trasformano il bisogno in divertimento



MPS, presente nel mercato del pet da più di vent'anni, da sempre cerca nuove soluzioni e aggiorna quelle già trovate, per soddisfare i proprietari alla ricerca di articoli diversi, funzionali e di design.



MPS 2 SRL tel. 0444 572280 www.mpsitalia.it info@mpsitalia.it

Studio dei prodotti, progettazione, realizzazione degli stampi, stampaggio e commercializzazione: sono tutti processi interni all'azienda, tutte attività che fanno dire con orgoglio che MPS è *Italian Pet Products*. In casa MPS non ci si ferma mai! Le novità sono sempre dietro l'angolo e questo 2021 è un anno ricco di interessanti progetti. Tra tutti, abbiamo scelto di presentarvi l'innovativa toilet-

te *Buxo*, un prodotto pratico e funzionale che rivoluzionerà la vita dei nostri piccoli amici, la lettiera *Nella* con il suo tappetino *Teppy* e la nuova casetta *Baraka*.

# **Open o close?**

Dal design accattivante, *Buxo* è la prima toilette in cui il gatto deve accedervi saltando dall'alto, grazie ad un'apertura sul coperchio: in questo modo gli viene garantita la privacy necessaria.

Disponibile in due versioni, *Open* o *Close*, si adatta ad ogni esigenza.

La prima, molto semplice, composta da un fondo molto spazioso ed un coperchio con una chiusura meccanica e agganci sulla parte anteriore e posteriore.

La seconda, invece si differenzia in quanto presenta una cupola agganciata al coperchio, dotata di filtro a carboni attivi per neutralizzare gli odori e una porticina

d'accesso.

Da sempre MPS è attenta alla praticità nello studio dei suoi prodotti e anche in questo caso in due

soli movimenti si ottiene una pulizia ottimale: basta sganciare e sollevare il coperchio.

# Mai più zampette sporche

Nella è una lettiera moderna: le sue linee danno forma e dinamismo all'intero design. Studiata per garantire una perfetta pulizia delle zampette del gatto, Nella si presenta più alta nella parte posteriore ed è dotata di cornice traforata sul davanti per una prima pulizia. Teppy, il tappetino agganciato al contenitore aiuterà a completarne l'operazione.

# Da oggi, una nuova casa

Con Baraka, MPS fa le cose in grande! La nuova casetta per cani, fatta interamente in plastica riciclata, è stata studiata





per garantire benessere e comfort anche a chi si trova a dormire in ambienti esterni.

Tre le principali caratteristiche: una griglia laterale per favorire il perfetto ricircolo dell'aria interna, una portina apri-chiudi per garantire ancora più riparo e un foro sul fondo per poter collegare tramite una presa elettrica un cuscino riscaldabile.

L'assemblaggio, inoltre, è facile e pratico. Venduta in una comoda confezione salva-spazio, grazie a semplici e veloci passaggi è possibile combinare le singole parti in modo autonomo e immediato.

Baraka: una casetta formato-deluxe in perfetto stile green.

# Brand sempre più green

Altro grande protagonista targato MPS è il progetto *Recycled*, un team di risorse dedicate alla realizzazione di prodotti in plastica riciclata e riciclabile al 100%.

Per l'azienda, dare nuova vita alla plastica è diventata realtà e ha iniziato a trasformare ulteriormente i suoi processi di progettazione e produzione impegnandosi concretamente verso l'utilizzo di materiali di seconda vita o provenienti da fonti sostenibili, rinnovando quindi in chiave *green* alcuni suoi prodotti di punta.

Recycled offre anche validi argomenti di vendita per il cliente, soprattutto se particolarmente sensibile al problema della tutela dell'ambiente e dell'utilizzo di materiali petrol-based.

Prodotti nuovi e progetti eco-friendly: MPS riesce sempre a soddisfare le richieste dei proprietari pet e i bisogni di comfort dei loro piccoli amici. (S.D.)



#### INNOVATION IN THE PET SECTOR

Breaking news: toilet becomes fun

MPS has been working in the pet sector for over 20 years: the company constantly looks for new solutions and improves existing products, for those owners looking for different, functional and design products.

Study, planning, mould development, production and sale: all processes are carried out within the company. MPS can proudly say that the company is *Italian Pet Products*.

MPS is constantly at work. Innovation is always behind the corner, and 2021 is rich in interesting new projects. We introduce you to the innovative *Buxo* litter box: the handy and functional product will change the life of our pets. Moreover, we will also present *Nella* litter box with *Teppy* mat and *Baraka* house.

#### OPEN OR CLOSE?

*Buxo* features a captivating design. It is different from other litter boxes: cats enter from the top, thanks to the opening on the lid: this allows cats enough privacy.

Two versions are available, Open or Close, to suit every need.
The open version is very easy: white bottom and lid with mechanic door and hooks on the back and on the front.

The close version features a small dome hooked on the back, with active carbon filters to remove foul odours, besides an entrance door.

#### DIRTY PAWS? NEVER AGAIN!

Nella is a modern and original litter box: it features a dynamic design. The box is designed to ensure the perfect cleaning of paws once the pets comes out of the box. Nella is higher on the back and features a pierced frame on the front to help clean paws. Teppy is a cat-shaped mat and can be hooked to the litter box, to help clean paws.

#### FROM NOW ON, A NEW HOME

With *Baraka*, MPS goes big! The new dog house is completely made of recycled plastic. It has been developed to ensure wellbeing and comfort to dogs sleeping outside.

Among the main news: side grid to support the perfect air circulation inside; open-close door to ensure even more shelter. A hole on the bottom allows to plug in a heating pillow to the electrical sncket.

The set up is easy. The house is sold in a handy space-saving package: through quick and easy steps it is possible to combine all parts immediately.

Baraka: deluxe green house.

#### **INCREASINGLY GREEN BRAND**

Another star of MPS is new *Recycled* project: a team dedicated to developing products made of 100% recycled and recyclable plastics.

Giving new life to plastics has become real for the company: MPS changed its design and production processes by including second-life materials or materials from renewable sources. Some of the company's main products have gone *green*.

*Recycled* not only offers products, but also strong selling points for customers, especially if they are attentive to environmental protection and to *petrol-based* materials.

New products and eco-friendly projects: MPS always manages to meet the demand of pet owners and the needs of pets.

# Opportunità di benessere con Cliffi

13 morbide e appetitose varianti di snack, in risposta ad ogni esigenza



Il proprietario pet sa che per il cane non esiste migliore ricompensa di un boccone particolarmente appetitoso, dato al momento opportuno, ma sa anche che è meglio evitare alimenti non adatti al suo benessere. Per premiarlo o gratificarlo è opportuno ricorrere a snack appositamente studiati per le sue esigenze e soprattutto formulati nell'ottica del suo benessere. Cliffi Pro è la risposta giusta.



CHEMI-VIT SRL tel. 0522887959 fax 0522888200 www.cliffi.com info@chemivit.com







# Problemi di intolleranze alimentari?

*Pro Dietetic Line* offre 3 diversi snack morbidi e gustosi per la riduzione di intolleranze a ingredienti e sostanze nutritive.

Tutti i prodotti sono formulati senza l'aggiunta di cereali, coloranti, conservanti, aromi artificiali. I *Pro Hypoallergenic* nelle varianti *Agnello*, *Vegetal* e *Salmone* riducono il rischio di intolleranze alimentari essendo formulati con una sola fonte di proteine animali (agnello o pesce) o vegetali (soia).

# Senza cereali e con un utile prebiotico

I cani sono carnivori ed è opportuno ridurre al massimo l'apporto di cereali nella loro alimentazione. Cliffi Pro No Grain Added con Pollo e Cliffi Pro No Grain Added con Salmone sono formulati senza cereali aggiunti e contengono inulina (fonte di frutto-oligosaccaridi), prebiotico utile per favorire il benessere intestinale.

# Formulazione specifica caso per caso

I *Cliffi Pro Functional* sono 5 snack ricchi di sapore e apportatori di benessere che insieme al gusto, offrono una componente funzionale con benefiche proprietà



su specifiche funzioni fisiologiche. Cliffi Pro Oral Care con prezzemolo, tè verde e tripolifosfato di sodio è utile per un alito fresco e non contiene zuccheri, coloranti e aromi artificiali aggiunti. Cliffi Pro Training è uno snack di piccole dimensioni (meno di 3.5 Kcal per uno snack) perfetto nell'addestramento e come ricompensa, contiene formaggio naturalmente privo di lattosio ed è privo di coloranti, aromi artificiali e zuccheri aggiunti. Cliffi Pro Serenity appetitoso e morbido, favorisce il relax dei cani iperattivi, ansiosi, irritabili, contiene camomilla e passiflora, rilassanti naturali, e triptofano, amminoacido essenziale che favorisce il benessere e la tranquillità. Cliffi Pro Light mor-



bido e saporito, ricco in fibra e povero di grassi, contiene L-carnitina e dà senso di sazietà senza appesantire. *Cliffi Pro Puppy* particolarmente indicato per i cuccioli, ha ottima appetibilità, grazie al formaggio stagionato, privo di lattosio, contiene calcio e fosforo, inulina e lieviti, utili per la flora

microbica intestinale e semi di lino, fonte naturale di Omega 3. *Cliffi Pro Agility*, troviamo glucosamina e condroitina solfato per supportare le articolazioni, L-carnitina come aiuto alla muscolatura e inulina per favorire la buona digestione. I *Cliffi Pro Longevity* contengono sostanze antiossidanti (vitamine A/E/C e fragola) come supporto al sistema immunitario e contro lo stress, farina di pesce (fonte naturale di Omega 3) e inulina (fonte di frutto-oligosaccaridi) per una corretta digestione. Nei *Cliffi Pro Immunity*, la formula comprende vitamine antiossidanti ed echinacea per limitare l'ossidazione cellulare e sostenere il sistema immunitario.



Tutti gli snack della linea *Cliffi Pro* vengono confezionati in sacchetti doy pack da 100 g e presentati in tray box o in porta blister da 8 pezzi. Per una presentazione accattivante e organizzata al meglio è disponibile un espositore da terra bifacciale. (F.C.)



# **WELL-BEING WITH CLIFFI**

13 soft and delicious treat recipes to suit every need

Pet owners know that there is no better reward for dogs than a delicious bite offered at the right time. However, owners also know that it is better to avoid food not suited for the pet's well-being. In order to reward or cuddle the pet, it is recommended to choose treats specifically developed after their needs and dedicated to their well-being. *Cliffi Pro* is the right solution.

#### FOOD INTOLERANCES?

*Pro Dietetic Line* offers three different soft and tasty treats to help reduce intolerance to ingredients and nourishing substances.

All hypoallergenic products are free from cereals or artificial colouring, preserving or flavouring agents. *Pro Hypoallergenic Lamb, Vegetal* or *Salmon* reduce the risk of food intolerance, since they contain only one source of animal (lamb or fish) or vegetable (soy) proteins.

#### CEREAL FREE WITH PREBIOTICS

Dogs are carnivores and it is recommended to reduce the cereal intake in their diet. Cliffi Pro No Grain Added with Chicken and Cliffi Pro No Grain Added with Salmon are free from added cereals and contain inulin (source of fructo-oligosaccharides), prebiotic useful for the intestinal well-being.

### SPECIFIC FORMULA FOR EACH SITUATION

Cliffi Pro Functional offers 5 treats rich in taste and well-being. They ensure a beneficial effect on specific physiological functionalities: Cliffi Pro Oral Care with parsley, green tea and sodium tripolyphosphate is useful for fresh breath and

does not contain added sugar, artificial colouring and flavouring agents. Cliffi Pro Training is a small treat (less than 3.5 Kcal per treat) and it is perfect as reward and for training. It contains lactose-free cheese and it is free from added sugar, artificial colouring and flavouring agents. Cliffi Pro Serenity is palatable and soft: it supports relax for hyperactive, anxious and irritable dogs. It contains chamomile and passion flower (natural calming substances) and tryptophan, essential amino acid supporting well-being and tranquillity. Cliffi Pro Light is soft and tasty, rich in fibre and low on fats. It contains L-carnitine and provides satiety. Cliffi Pro Puppy is palatable thanks to lactose-free aged cheese. Moreover, it contains calcium and phosphorus, inulin and yeast, useful for the intestinal microbial flora. It also contains linseeds, natural source of Omega 3.

#### CLASSIC, BUT NOT TOO MUCH?

Classic Pro combine the traditional elevated palatability with beneficial effects related to specific substances: Cliffi Pro Agility contain glucosamine and chondroitin-sulphate to support articulations, L-carnitine to support muscles and inulin for the correct digestion. Cliffi Pro Longevity contain antioxidating substances (vitamin A/E/C and strawberry) to support the immune system and against stress, fish flour (natural source of omega 3) and inulin (source of fructo-oligosaccharides) for the correct digestion. Cliffi Pro Immunity formula includes antioxidating vitamins and echinacea to reduce cell oxidation and support the immune system.

#### LOOKS ALSO MATTER

All *Cliffi Pro* treats are packed in 100g doy packs and come in 8-piece tray box or hook display. Double-face floor display is available to ensure tidy and attractive display.

# Arriva la busta bio

Il marchio con trecento anni di storia non resta indietro e propone una linea biologica per gatti sana ed ecosostenibile



Restare al passo coi tempi dopo quasi tre secoli è possibile e lo conferma Happy Cat, il marchio che, pur vantando oltre 50 varietà di pet food, ha aggiunto una nuova ricetta: la linea biologica di alimenti umidi per gatti Happy Cat Bio Organic Pouch. Dal 1765, la priorità è creare prodotti per un'alimentazione sana, bilanciata e sostenibile, adatta al gatto in base alla sua evoluzione, adeguandola alle scoperte scientifiche più recenti. Con Happy Cat Bio Organic Pouch, l'azienda si impegna a sostenere il benessere degli animali e dell'ambiente perché oggi più che mai è importante produrre in modo sostenibile e responsabile.



REBO SRL www.happydog.it www.happycat.it info@happydog.it







sodio e ferro. L'olio di semi di girasole aiuta a prevenire le malattie cardiovascolari grazie alle proprietà antiossidanti e alla vitamina E, è un alleato della salute e della lucentezza del pelo, favorisce la guarigione delle lesioni cutanee e migliora l'attività di pancreas e milza. (V.L.)





# Cosa rende queste buste così speciali?

Happy Cat Bio Organic Pouch sono alimenti completi umidi composti esclusivamente da materie prime provenienti da allevamenti biologici certificati, altamente digeribili e adatti a gatti adulti di qualsiasi razza. Senza coloranti, aromi o conservanti artificiali e prive di soia, si presentano in pratiche bustine monoporzione, disponibili in quattro varianti: Pollo, Pollo e Anatra, Pollo e Tacchino, Manzo

Tra gli ingredienti spicca anche l'olio di semi di girasole, una delle migliori fonti di proteine vegetali, ma anche di minerali, tra cui fosforo, potassio, calcio, rame, zinco, magnesio,

### **HERE COMES THE ORGANIC BAG**

The over 300-year-old brand does not stand back: here comes the organic and eco-sustainable line for cats

Being in line with times after 3 centuries is possible: with over 50 types of pet food, *Happy Cat* has launched a new recipe. The organic line of wet cat food *Happy Cat Bio Organic Pouch*. Since 1765 the priority is manufacturing products for a healthy, balanced and sustainable nutrition for the growth of cats, according to the most recent scientific discoveries. With Happy Cat Bio Organic Pouch, the company aims at supporting the well-being of cats and the environment: sustainable and responsible production has never been more important.

## WHAT IS SO SPECIAL ABOUT THESE POUCHES?

Happy Cat Bio Organic Pouch offers complete wet food with raw ingredients from certified organic farms, digestible and suited for cats of all breeds. The products contain no artificial added colouring, flavouring or preserving agents and they are free from soy. They come in handy single-serve pouches and four recipes: Chicken, Chicken and Duck, Chicken and Turkey, Beef.

Among ingredients there is sunflower seed oil: it is one of the best sources of vegetable protein as well as minerals such as phosphorus, potassium, calcium, copper, zinc, magnesium, sodium and iron. Sunflower seed oil helps prevent cardiovascular diseases thanks to antioxidating effect and to vitamin E. Moreover, it supports a healthy and shiny fur, the healing of skin wounds and it also improves the functionality of pancreas and spleen..



# Granuli a base di mais per lettiera

Perfetta combinazione tra etica e praticità, *Cubetto*°*Gold* è prodotta a ridotto impatto ambientale e si può smaltire con l'organico e nel WC



Il tuo cliente cerca una lettiera 100% biodegradabile e compostabile? Funzionale per l'igiene del gatto nel pieno rispetto dell'ambiente? Da oggi puoi proporgli *Cubetto®Gold*, creata utilizzando il solo chicco del mais e realizzata con ingredienti naturali di origine vegetale. Come valore aggiunto dal punto di vista della sostenibilità, *Cubetto®Gold* è prodotta a ridotto impatto ambientale, utilizzando energia pulita e fonti rinnovabili di materie prime della nostra terra, senza l'aggiunta di additivi chimici e coloranti artificiali.





Made in Italy, ha una formula innovativa, studiata dalla passione e dalla professionalità di esperti. Assorbe rapidamente i liquidi e grazie alla sua fine granulometria, forma dei granelli solidi facili da asportare. Non lascia residui perché si scioglie completamente. I granelli risultano molto soffici per il massimo comfort del gatto. Ultra assorbente, neutralizza la formazione di cattivi odori, sia nella versione *Natural* che in quella al *Sapone di Marsiglia*, che rilascia un piacevole profumo.



MP GROUP SRL tel. 0522941521 www.versele.it mp@versele.it

#### Facile da usare

Cubetto® Gold è la perfetta combinazione tra il naturale e la praticità, non si attacca alla vaschetta, si rimuove facilmente e richiede poca manutenzione. Non rovina i tappeti e i pavimenti della casa, inibisce la proliferazione dei batteri e quindi rende più semplice mantenere puliti e igienizzati gli ambienti domestici. Si può smaltire a piccole dosi nel WC e anche nei rifiuti organici o nel compostaggio, verificando sempre le regole del proprio comune. (A.L.)

#### **CORN GRAINS FOR LITTER**

Perfect combination of ethics and convenience, Cubetto Gold has a low environmental impact and it can be flushed in the toilet

Looking for a litter 100% biodegradable and compostable? Litter that is functional for cat hygiene and fully respects the environment? Recommend *Cubetto\*Gold* to your customers: it is made of corn grain and natural ingredients of vegetable origin. Sustainability is an added value: *Cubetto\*Gold* features a low environmental impact with clean energy and renewable sources from local raw ingredients, without chemical additives and artificial colouring substances.

Made in Italy, with an innovative formula, developed after the passion and professionalism of experts. The litter quickly absorbs liquids and thanks to its fine grains, it creates solid clumps, easy to remove. It leaves no remains, because it melts completely. Grains are very soft to ensure the utmost comfort. Extra absorbing, the litter neutralizes foul odour both in the *Natural* and *Marseille Soap* versions, which is gently scented.

#### EASY TO USE

Cubetto\*Gold is the perfect combination of nature and convenience. It does not stick to the tray, it can be easily removed and it requires little maintenance. It does not damage the house carpets or floors, it prevents bacterial growth thus it is easier to preserve the house clean and sanitized.

Small quantities can also be flushed in the toilet, with organic waste or with compost, in compliance to the local regulations on waste disposal.

# La parola ai vincitori

Le sette aziende premiate con il *Quality Award* 2021 illustrano le proprietà dei prodotti insigniti dal prestigioso riconoscimento

Il *Quality Award* è stato assegnato quest'anno nell'ambito del mercato pet a sette aziende che potranno fregiarsi del prestigioso logo sulle confezioni del prodotto premiato, una vantaggiosa leva di marketing per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità. Infatti, *Quality Award* è l'unico riconoscimento italiano attribuito attraverso il giudizio dei consumatori.



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







#### I vincitori

Ecco i "magnifici sette" che hanno ottenuto l'importante riconoscimento. Zampotta Pet Business ha voluto dare la parola alle aziende vincitrici.

- \* Maxi Zoo cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica;
- \* Trixie giochi di strategia per cani e gatti; tiragraffi e casa in 3D per gatti; scaletta per cani;
- \* Farm Company salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani;
- \* DoggyeBag pasticceria per cani;
- \* Mister Pet croccantini grain free per cani Primordial e low grain per cani Vivere;
- \* Monge croccantini Monge Natural Superpremium, alimenti umidi per cane e gatto Monge Natural Superpremium e Easy Green lettiera 100% vegetale al mais per gatti;
- \* Visan croccantini single protein per cani Amanova.

#### **MAXIZOO**

#### Luca Rotunno – Purchasing & Marketing Director



"Partecipiamo sempre con piacere al *Quality Award* che consente di mettere in luce prodotti di qualità sulla base di criteri misurabili. Riteniamo importante comunicare il riconoscimento ai nostri consumatori sia attraverso i punti vendita, nei quali segnaliamo i prodotti come vincitori del premio, sia tramite i nostri canali digital e social.

Il prodotto vincitore, *PetBalance Medica*, offre una gamma completa di alimenti dietetici sviluppati sotto la guida e l'esperienza di specialisti di nutrizione veterinaria.

Una particolare attenzione è riservata alle vie urinarie. Dai suoi antenati, abitanti del deserto, il gatto ha imparato due cose: a bere poco e a concentrare l'urina, in modo tale da ridurre il fabbisogno idrico. Per questi motivi le infezioni alle vie urinarie non sono per

lui una rarità. I prodotti a base di mirtilli, come *PetBalance Support pH urinario*, supportano le vie urinarie, mentre in caso di insufficienza renale o epatica cronica o per ridurre la formazione dei calcoli, possono essere somministrati gli alimenti umidi o secchi *PetBalance Medica* dieta renale che contribuiscono a migliorare il benessere e il mantenimento della buona funzione renale dei gatti.

Un'altra specifica attenzione è per i disturbi gastrointestinali. Sensibilità alimentare e stress possono causare disturbi gastrointestinali, impedendo la corretta digestione o alterando la velocità di transito dell'alimento nel tratto digerente del cane. In caso si sospettino problemi gastrointestinali è necessario rivolgersi al veterinario di fiducia. *PetBalance Medica* ha sviluppato alimenti secchi e umidi che contribuiscono alla normalizzazione dell'apparato digerente. *PetBalance Medica Gastrointestinal* è stato formulato con ingredienti ad elevata digeribilità, contiene i mannano-oligosaccaridi (MOS) che supportano la salute intestinale e presenta un aumentato livello di elettroliti per coprire il fabbisogno in caso di perdita di liquidi."



#### TRIXIE

#### Franco Castegnaro – Amministratore



"Grazie al premio *Quality Award*, abbiamo avuto la possibilità di misurare il grado di soddisfazione nell'utilizzo dei nostri prodotti. I giochi di strategia e i tiragraffi, si sono rivelate due categorie di prodotto molto interessanti e utili, specialmente in questo periodo di lunga permanenza in casa, perché hanno rappresentato una valvola di sfogo per i nostri amici a quattro zampe durante il lockdown. Il nostro assortimento di giochi di strategia è rivolto sia ai cani che

ai gatti di tutte le taglie, con tre livelli di difficoltà e molteplici schemi di gioco in cui si possono utilizzare premi o leccornie, con forme e gusti adatti al proprio pet.

Per quanto riguarda il mondo gatto, i tiragraffi aiutano a creare un ambiente accogliente. Possono essere in cartone, in sisal, in iuta, in peluche, in legno o in feltro: sono disponibili in varie altezze e configurazioni e permettono di soddisfare le esigenze più acrobatiche dei nostri amici felini."

#### **FARM COMPANY**

#### Federica Gabasio - Responsabile Acquisti e Sviluppo Prodotti



"La caratteristica vincente del *Quality Award* è che il premio proviene direttamente dall'utilizzatore finale, senza filtri e interferenze di alcun genere. Riuscire nell'intento di creare un prodotto che risponda a standard di soddisfazione così alti è il miglior riconoscimentow che un'azienda come la nostra possa ottenere.

Le salviette igieniche Farm Company sono un nostro best seller, non solo in Italia ma anche all'estero. Siamo fieri di poter offrire un prodotto 100% made in Italy e di alta qualità. Uno dei principali plus di questo prodotto è sicuramente l'elevato potere pulente, grazie alla formula molto imbevuta. Le varie formulazioni propongono inoltre una scelta di ingredienti, fragranze ed estratti dalle caratteristiche uniche e ideali per l'igiene dei nostri pet."

#### **DOGGYEBAG**

#### Renato Favalli - Direttore Generale



"La vittoria del premio Quality Award per il secondo anno consecutivo ci riempie di soddisfazione ed è stata comunicata con orgoglio sui principali social network azie ndali riscuotendo commenti positivi e grande entusiasmo da parte dei consumatori.

Il marchio *Doggyebag*, la prima pasticceria artigianale per cani in Italia, realizza prodotti preparati e confezionati in modo artigianale, utilizzando solo ingredienti destinati anche al consumo umano, selezionati appositamente per i nostri amici a quattro zampe. Il catalogo è composto sia da snack di uso quotidiano, sia da articoli per occasioni particolari e ricorrenze, come Halloween, Natale, San Valentino, Pasqua, o il "Canpleanno", ormai molto riconosciuti sul mercato.

Tutti i prodotti *Doggyebag* sono formulati in collaborazione con veterinari specializzati in nutrizione animale e vengono realizzati da

esperti pasticceri nel pieno rispetto della salute del cane. Nella preparazione infatti non sono utilizzate farine animali, aromi artificiali, zucchero e conservanti aggiunti."



#### **MISTER PET**

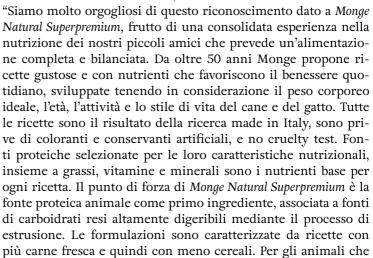
#### Enzo Gambarelli - Titolare Mister Pet

"Siamo molto orgogliosi che Mister Pet abbia vinto il rinomato *Quality Award 2021 "Approvato dai Veterinari*", con la sua linea *Primordial* per cani: questo indica che i Medici Veterinari hanno riscontrato nei nostri alimenti *Primordial* ciò che si aspettano di trovare in un pet food naturale e bilanciato che rispetta tutte le esigenze nutrizionali dei cari amici a quattro zampe. La nostra duplice vin

cita degli Awards, sia grazie al marchio Primordial, che al marchio Vivere, è dovuta al fatto che in entrambe queste linee di alimenti utilizziamo tanta carne fresca, proteine animali non convenzionali e in più, ingredienti olistici di alta qualità. Ringraziamo l'intera organizzazione del Premio che attraverso test e report ben dettagliati e precisi, ci ha fatto maggiormente prendere coscienza e fornito riscontro sull'alto gradimento dimostrato nei confronti degli alimenti Mister Pet, sia da parte dei nostri amati pet che dei relativi proprietari."



#### Luciano Fassa, Direttore Generale



necessitano di un'alimentazione specifica, Monge Natural Superpremium offre i prodotti Monoprotein, formulati ciascuno con una sola proteina di origine animale.

Monge Easy Green 100% mais è pensata per il proprietario pet alla ricerca di prodotti naturali, una lettiera composta esclusivamente da mais 100% italiano prevalentemente coltivato in Piemonte, con la particolarità di essere soft touch: la sua granulometria è infatti piacevole al tatto del gatto. Monge Easy Green è conveniente per l'alto potere assorbente e agglomerante: in pochissimi secondi si può raccogliere la palla creata dall'urina. Non rilascia polveri quindi è adatta anche ai cuccioli e inibisce la formazione del cattivo odore. È eco-friendly e biodegradabile, contiene fibre vegetali ecocompatibili e a basso impatto ambientale. In più è davvero easy, si può smaltire nel compostaggio e anche nel WC in dosi moderate."



#### Demetrio Laganà – Country Manager Italia

"Il premio Quality Award è un riconoscimento alle nostre crocchette che sono davvero speciali per lavorazione, freschezza e formulazione. Tutte le ricette sono preparate nelle nostre cucine e ideate da un team di nutrizionisti insieme al team di veterinari. La lavorazione propria ci permette di avere quindi il controllo su tutte le fasi del processo produttivo. Tutte le nostre crocchette sono preparate solo con il 100% di carne fresca. Questo significa che i croccantini Amanova non contengono carni disidratate o farine di carne, il che ci differenzia dal resto dei prodotti in commercio. La carne fresca è più gustosa e salutare rispetto alla carne disidratata.

Inoltre sono ricette monoproteiche, perfette in caso di intolleranze e allergie, perché contengono solo carne o pesce fresco come unica fonte di proteina animale. Per chi cerca una formulazione senza cereali, la nostra linea contiene una varietà molto ampia di ricette grain free e la nostra selezione di low grain contiene cereali super nutrienti come la quinoa. Inoltre nessuno dei nostri prodotti contiene grano o mais." (L.D.)





# Zenzero, carbone e menta: si gioca!

Il tuo cliente cerca una soluzione per l'igiene orale o per la nausea da viaggio del cane? Proponi i giochi funzionali di Camon



Stimolare il sano divertimento del cane e, allo stesso tempo, contribuire al suo benessere? È proprio l'obiettivo dei nuovi giochi funzionali masticabili di Camon, un originale prodotto made in Italy in tre diverse referenze (in confezione singola da 3 pezzi), disponibile in un pratico espositore da banco che ne descrive in modo chiaro la destinazione d'uso.



#### Utili, efficaci e sicuri

I nuovi giochi funzionali per cani, realizzati a base di amido digeribile, sono pensati per garantire l'attività ludica dell'animale favorendo la sua igiene dentale e rilasciando principi attivi naturali con azioni benefiche. Sicuri in caso d'ingestione e utili per contribuire a prevenire la formazione del tartaro, non alterano la dieta e sono disponibili in 3 varianti: Ginger Toy allo zenzero per il benessere durante i viaggi, Carbon Toy al carbone vegetale per denti più bianchi e Mint Toy alla menta per un alito più fresco.

I giochi funzionali masticabili di Camon sono stati testati e validati dai Fisiologi Veterinari dell'Università di Teramo che ne hanno



CAMON SPA tel. 0456608511 www.camon.it camon@camon.it









dichiarato la sicurezza delle materie prime. L'elasticità e la durezza sono, infatti, risultate idonee grazie a una consistenza che garantisce la masticazione senza però risultare eccessiva o dannosa per denti e gengive. La formulazione idrosolubile favorisce un rapido rilascio degli additivi contenuti e, pur essendo priva di conservanti, non è soggetta allo sviluppo di muffe o agenti patogeni. Inoltre, questi giochi non hanno scadenza. (R.G.)

#### **GINGER, COAL, MINT: GAME START!**

If your customers are looking for solution to dogs' oral hygiene or car sickness, recommend Camon's functional toys

Stimulating dogs' fun and support their well-being at the same time is the goal of new Camon functional chew toys. The original made-in-Italy products come in various types (single pack with three pieces), with a handy counter display describing their purpose.

#### USEFUL, EFFECTIVE, SAFE

New functional toys for dogs made with digestible starch: they are dedicated to ensure dogs' recreational activity, supporting their dental hygiene and releasing active natural principles with beneficial effect. They are safe if ingested and useful to fight tartar; moreover, they do not alter diet and they are available in three recipes: *Ginger Toy* to support well-being while travelling, *Carbon Toy* for white teeth and *Mint Toy* for fresh breath.

Camon functional chew toys have been tested and validated by Veterinarian Physiologist of Teramo University, who certified raw materials safety. Flexibility and hardness are suitable thanks to the texture, which ensures chewing without damaging teeth or gums. Hydro-soluble formula supports quick release of additives. Despite being free from preservatives it resists to mould or pathogens. Moreover, the toys have no expiry date.

# Schesir Natural Selection ancora protagonista

Dopo la programmazione di marzo, torna lo spot TV sulle principali reti nazionali

Per rispondere alle esigenze del mercato, nell'ultimo anno Agras Pet Foods ha fortemente investito nella linea *Schesir Dry Natural Selection* lanciata nel 2020 e prodotta nel cuore delle Langhe nello stabilimento che vanta tecnologie di altissimo livello.



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



Il supporto continuo alla visibilità della linea e alle vendite nel canale specializzato viene dato da una solida campagna di comunicazione: strumenti promozionali, visibilità sui punti vendita, campagna stampa su riviste specializzate, piano digital incentrato sulla prova del prodotto (che vanta un'ottima appetibilità\*), spot TV sulle principali reti nazionali in un primo flight a inizio marzo e ora nuovamente on air a giugno.

## **Schesir Dry Natural Selection**

TAGLIA / ETÀ	INGREDIENTI NATURALI E BENEFICI		VARIETÀ DISPONIBILI	STILE NUTRIZIONALE	FORMATI
		DOG			
PUPPY / ALL BREEDS		MIX PAPPA REALE E NUCLEOTIDI Per il sistema immunitario	Tacchino Tacchino	- W	490 g. 2,24 kg
PUPPY / ALL BREEDS			Agnello		<b>49</b> 0 g, 2,24 kg
ADULT / SMALL & TOY	FIBRA DI MELA	YUCCA	Tacchino Manzo		490 g, 2.24 kg, 4.5 kg
ADULT / SMALL & TOY	Per la digestione	Per controllo odori	Tonno 🦙 Agnello	ANIMAL SPECIEN	490 g, 2.24 kg, 4.5 kg
ADULT / MEDIUM & LARGE		ARTIGLIO DEL DIAVOLO Per le articolazioni	Tacchino Manzo		2,24 kg. 9,6 kg
ADULT / MEDIUM & LARGE			Tonno 🦍 Agnello	ANIMAL VEGICES	2,24 kg, 9,6 kg
		CAT			
KITTEN / ALL BREEDS	MIRTILLO Per il benessere	MIX PAPPA REALE E NUCLEOTIDI Per il sistema immunitario	Tacchino Tacchino		350 g. 1.4 kg
KITTEN / ALL BREEDS			3 Anatra		350 g. 1.4 kg
ADULT / DELICATE		ALGA MONOCELLULARE Per il benessere della cute e del mantello	Pollo	- W	350 g, 1,4 kg, 4,5 kg
ADULT / DELICATE	delle vie urinarie		Manzo Manzo	ANIMAL SPOTEN	350 g, 1,4 kg, 4,5 kg
ADULT / STERILIZED		FIBRA DI PISELLO Per il mantenimento del peso	Tacchino Tacchino		350 g. 1,4 kg, 4,5 kg
ADULT / STERILIZED			Tonno Anatra	ANIMAL (PROTEIN)	350 g. 1.4 kg. 4.5 kg





#### Sinergia wet+dry

Con *Natural Selection*, *Schesir* si propone come brand di riferimento per una nutrizione naturale, non solo nell'umido, storicamente core per l'azienda, ma anche nel secco, dando vita a una proposta funzionale e sinergica di prodotti wet+dry.

La formula innovativa si avvale di ingredienti naturali funzionali specifici selezionati per i bisogni nutrizionali di cane e gatto a seconda di razza, età e stile di vita, come l'estratto di mirtillo per le vie urinarie del gatto o la fibra di mela per la digestione del cane.



Tutte le ricette sono complete e bilanciate e approvate dal punto di vista nutrizionale dal Dipartimento di Scienze mediche veterinarie-Alma Mater Studiorum Università di Bologna.

La gamma, nell'innovativo packaging 100% riciclabile, offre diversi stili nutrizionali (No Grain formula o Single Whole Animal Protein

Formula, più ricette No Gluten per i cuccioli), con un'ampia proposta di varietà e formati. (S.C.)

\* Fonte: Il prodotto è stato testato da 450 cani small i cui proprietari si sono iscritti al VIP Club di Schesir e hanno scelto di partecipare al test di prodotto.



#### SCHESIR NATURAL SELECTION: THE STAR IS BACK

After March campaign, the TV commercial is back on the main national channels

In order to meet the demand of the market, during the past year Agras Pet Foods has made relevant investments on *Schesir Dry Natural Selection*. The line was launched in 2020 and it is manufactured in the heart of Langhe, in a plant relying on modern technologies.

Constant support to the line visibility and sales in the specialist channel is provided by a strong communication campaign: promotional tools, visibility in shops, press campaign on specialized magazines, digital plan focused on product sample (which ensures elevated palatability\*), TV commercials on the main national TV channels at the beginning of March and now in June again.

#### WET+DRY COMBINATION

With *Natural Selection, Schesir* is the brand of reference for the natural nutrition in the core segment of the company, wet food, but also in dry food. The result is a functional combination of wet+dry products.

The innovative formula features natural functional specific ingredients, selected after the nutritional needs of cats and dogs according to breed, age and lifestyle, such as blueberry extract for cats' urinary tract or apple fibre for dogs' digestion.

All recipes are complete and balanced, besides being nutritionally approved by the Department of Veterinary Science at Alma Mater Studiorum Bologna University.

The range comes with an innovative 100% recyclable packaging, with different nutritional styles (No Grain formula or Single Whole Animal Protein Formula, besides No Gluten recipes for young pets). Wide selection of recipes and sizes.

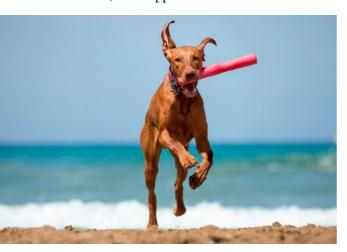
\* Source: The product was tested by 450 small dogs: their owners joined Schesir VIP Club and chose to take part in the product test.

# 3 giochi ideali per scatenarsi in acqua

Approfitta della stagione estiva per offrire al cliente nuove occasioni di gioco in acqua con il suo cane, in tutta sicurezza



Quante volte i tuoi clienti ti hanno chiesto un consiglio sulle attività da fare con il cane? L'importanza di giocare ogni giorno col proprio pet non è mai ribadita abbastanza: è così che il cane impara a relazionarsi con il mondo che lo circonda, si muove e riattiva i suoi istinti, crea rapporti sociali con i suoi simili e



con gli umani. Un cane che ogni giorno abbia un momento esclusivo con il suo padrone, occasione di sfogo di energia e rinforzo di educazione, sarà un pet equilibrato e felice, con un effetto valanga di conseguenze positive per la casa e la famiglia, oltre che per la relazione con il proprietario.

Perché quindi non cogliere l'occasione dell'arrivo dell'estate per offrire al cliente nuove possibilità di migliorare l'esperienza con i giochi in acqua che si possono fare ovunque, in piscina, lago o spiagge con accesso libero ai cani?

#### Il nuoto fa bene

TUTTOMIO è il capofila dei giochi da acqua: resistente, rimbalzante, dalla forma di basto-



BAMAPET www.bamagroup.com enjoylifewithbamapet.com









ne di legno tipica del gioco da riporto, disponibile in tre misure. Come sai bene, non tutti i cani amano l'acqua (ciascuno ha il suo carattere) è bene ricordare che il nuoto fa bene agli arti, al cuore e ai polmoni e il proprietario può insegnargli a entrare gradualmente in acqua, grazie al metodo del riporto, per il quale *TUTTOMIO* è insuperabile. Ricorda al cliente che occorre organizzare l'uscita dall'acqua con altrettanta calma, creando rituali per smorzare l'eccitazione che dopo un gioco forsennato, è alle stelle.



#### Un gioco che soddisfa

Giocare è un metodo per rinforzare i comportamenti positivi e permettere al cane di migliorare il suo atteggiamento, ripetendo l'azione. *Orma* è l'alleato ideale anche quan-



do il cliente ha un cane diverso dalle razze naturalmente portate all'acqua, come retriever o terranova. Se si decide infatti di portare al mare un jack russell o uno yorkshire, che gioco preferire? Mai dimenticare la loro tempra di cani grandi in ridotte dimensioni (sono pur sempre dei terrier), per loro il gioco in acqua può risultare più dispendioso energeticamente, ma anche di grande soddisfazione per il padrone. Il consiglio è incoraggiare il cane ad andare a recuperare *Orma* con il solo tono della voce e premiarlo con una leccornia ad avvenuto riporto. Anche la più cocciuta delle taglie mini non resiste a un premietto ben collocato.



#### Soluzioni per ogni situazione

La novità più attesa è TROTTO disk, perfetto per allenare non solo al riporto ma anche al tuffo. TROTTO disk è il frisbee dotato di perno centrale in gomma grazie al quale il cane può recuperare il gioco, anche da terra, in tutta autonomia. Flessibile al massimo, col suo bordo stondato in gomma riduce ogni rischio di irritazione per le gengive.

Un ulteriore plus del gioco in acqua è senz'altro l'assenza di peso, grazie alla quale non c'è il problema dello shock da atterraggio per le articolazioni, a tutto vantaggio dei cuccioli che sviluppano velocemente strutture ossee



da rinforzare (pensiamo alle frequenti microfratture negli alani, come nei bassotti) e dei cani più anziani, con possibili dolori.

TROTTO disk è l'ultimo nato in casa Bamapet, la cui missione è realizzare giochi interamente prodotti in Italia, atossici, da materie prime di altissima qualità, con lo scopo di migliorare il rapporto quotidiano con il proprio animale e offrire soluzioni per ogni situazione. (C.M.)

#### 3 PERFECT TOYS TO HAVE FUN IN THE WATER

Take advantage from summer: offer your customers new chances to have fun in the water safely with pets

How often have your customers asked for tips on activity with pets? Playing with pets every day is important: that is how pets learn to relate with the surrounding world; how they move, activate instinct and establish social relations with other pets and humans. Pets capable to spend fun time with their owners every day will be balanced and happy, with positive cascade effects for the house and the family, as well as for the bond pet-owner.

Summer is approaching: take your chance of helping customers improve their pet time with water games suited for everywhere (pool, lake, beach for dogs)!

#### SWIMMING IS GOOD

TUTTOMIO is the leader in water toys: resistant and bouncing stick available in three sizes. As you already know, not all dogs love water. It is important to remember that water is good for paws, heart and lungs: pets can teach dogs gradually enter in water thanks to retrieve game and TUT-TOMIO is the perfect item for that. Remind customers that it is important to teach pets come out from water gradually in order to reduce game-related excitement.

#### SATISFYING GAME

Playing helps strengthen positive behaviour and improve dog's attitude, by repeating the action. *Orma* is the perfect ally even if the dog's breed is not naturally inclined for water (such as Retriever or Terranova). If you go to the beach with Jack Russel or Yorkshire dogs, what is the best toy? Never forget their large dog attitude in small dogs (they are still terriers): playing in water can be more energy consuming for them, but still very satisfactory for owners. Tip: encourage dogs to retrieve *Orma* with just your voice and reward the pet with a treat after retrieving. Even the most stubborn mini dog does not resist a treat.

#### SOLUTIONS FOR EVERY SITUATION

The most-awaited new product is *TROTTO disk*, perfect to learn retrieving but also leaping. *TROTTO disk* is the frisbee with rubber central pivot allowing dogs to always get the toy, even from the ground. It is extremely flexible and the rounded rubber edge reduce any irritation risk for gums. Playing in water is excellent also because of reduced weight: there is no landing shock for articulations, which is perfect for puppies (Great Danes and Dachshunds break their bones for example) or senior and aching thous

TROTTO disk is the latest product by Bamapet. The company's mission is to produce nontoxic made-in-Italy toys with first quality raw materials, in order to improve the daily relation with pets and offer solutions for any situation.

# Benessere globale per taglie mini

Da oggi, con l'approccio olistico di Winner Plus, offri al tuo cliente una gamma di alimenti naturali per cani di piccola taglia



Ormai il termine "olistico" è diventato parte del nostro vocabolario e sappiamo che l'obiettivo dell'approccio olistico è il raggiungimento di un benessere globale e totale dell'organismo intervenendo in maniera mirata con un'azione sinergica e al contempo individuale per ricostruire il corretto equilibrio di cui il corpo necessita in modo da vivere in salute. Grazie all'approccio "olistico" all'alimentazione del cane, la ricerca Winner Plus ha sviluppato una gamma di alimenti 100% naturali e innovativi, altamente assimilabili e di facile digeribilità, fra cui Winner Plus Mini holistic per cani di taglia piccola. Nel rispetto della filosofia del "Nutrire secondo natura", claim dell'azienda, ciascun ingrediente viene selezionato per intervenire in maniera specifica su ogni singola funzione dell'organismo, poiché il buono stato di salute di tutte le attività garantisce il benessere e la vitalità del cane nella sua "totalità".



#### Per ogni giorno e per curare

La linea Winner Plus Mini holistic propone al proprietario pet tre prodotti, senza glutine, con erbe officinali e frutti rossi, che sono ideali sia per il mantenimento sia come alimento "curativo" contro i sintomi del malessere.



WINNER PLUSPET FOOD SRL tel. 0690375587 www.winnerplus.eu info@winnerplus.eu



- Winner Plus Adult Mini holistic, contiene carne fresca di pollo, per cani adulti e vitali;
- Winner Plus Lamb Mini holistic, monoproteico e ipoallergenico all'agnello per i cani sensi-
- Winner Plus Salmon Mini holistic a base di salmone fresco, indicato in particolare per i cani con allergie e intolleranze alla carne. (M.F.)

#### **GLOBAL WELL-BEING FOR MINI BREEDS**

Provide your customers with a range of natural food for mini dogs, thanks to Winner Plus holistic approach

The term "holistic" has become part of our vocabulary: we know that the holistic approach aims at global well-being of the organism, with combined and specific effect to restore the balance our body needs to stav healthy.

Thanks to the "holistic" approach to dog nutrition, Winner Plus research developed a range of 100% natural and innovative food products that are easy to digest and to absorb. The range includes Winner Plus Mini holistic for mini dogs. Following the company's pillar, "feeding according to nature", each ingredient is selected for its specific effect on the functionalities of the organism. The health of all body functions ensures the dogs' general well-being and vitality.

#### DAILY MAINTENANCE AND THERAPEUTIC DIET

Winner Plus Mini holistic line offers three gluten-free products with herbs and red fruits, which are suited as maintenance food or "therapeutic" food against ill-being.

- Winner Plus Adult Mini holistic, with fresh chicken, for adult and lively
- Winner Plus Lamb Mini holistic, single-protein and hypo-allergenic with lamb for sensitive dogs;
- Winner Plus Salmon Mini holistic with fresh salmon, suited for dogs with allergies or meat intolerance.



# Cinque bottiglie in un Morso<sup>®</sup>

Riciclare bottiglie PET per realizzare guinzaglieria è la scelta etica condivisibile con il cliente che ha una forte coscienza ecologica



Dal momento che i proprietari sono sempre più attenti a queste tematiche, percorrere il trend dell'ecologia è vantaggioso per il pet shop. Ecco perché è interessante la proposta di *Morso*<sup>®</sup> che ha realizzato collari, pettorine, guinzagli, cinture di sicurezza e portachiavi con nastro 100% riciclato e riciclabile. *Morso*<sup>®</sup> è un brand che ha puntato da sempre sulla ricerca e sull'innovazione, ma oggi vuole fare di più: il raso di poliestere Intense<sup>™</sup> (morbido, resistente e lavabile in lavatrice a 40 gradi) dei prodotti diventa post-consumer, interamente derivato da bottiglie in PET.



#### Un contatore aggiorna il riciclo

Attraverso un processo altamente tecnologico, che rispetto alla produzione di fibre tradizionali consente di risparmiare mediamente il 30% di CO<sub>2</sub>, il 60% di risorse energetiche e di ridurre del 90% il consumo idrico, le bottiglie in PET vengono trasformate in filato, 100% riciclato e riciclabile.

Per ogni nuovo prodotto vengono così riutilizzate in media 5 bottiglie in PET. Un aspetto interessante da sottolineare per il tuo cliente è sul sito www.morsoworld.com/sostenibilita è attivo un contatore che aggiorna costantemente il numero di bottiglie riutilizzate.

Due le collezioni che segnano l'introduzione



MORSO® tel. 0669411299 www.morsoworld.com info@morsoworld.com





del nuovo filato post-consumer: *Sweet Tweet* e *Splash*, ma è solo il primo dei primi passi di *Morso*<sup>®</sup> verso una produzione più sostenibile e più etica.

I prodotti *Morso*° presenti in circa 500 punti vendita in Italia e nel mondo, sono 100% made in Italy e disponibili sul sito www.morsoworld.com.

#### **FIVE BOTTLES IN A MORSO®**

Recycling PET bottles to manufacture leashes is the ethical choice that can be offered to customers with green soul

Since pet owners are increasingly attentive to green topics, following this trend is very profitable for specialized shops. That is why *Morso*® line is very interesting: collars, harness, leashes, safety belts and keychains with 100% recycled and recyclable yarn. *Morso*® brand has always focused on research and innovation and focuses on higher goals: Intense™ polyester satin (soft, resistant and machine-washable at 40°) becomes post-consumer, completely made of PET bottles.

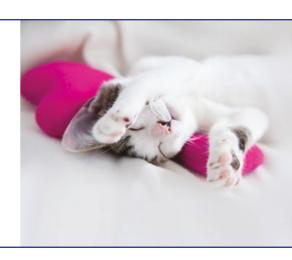
#### **COUNTER UPDATES RECYCLE NUMBERS**

Through a technological process, which helps save an average of 30% CO2 emissions, 60% of energy resources and reduces water consumption by 90%, PET bottles are turned into yarn, 100% recycled and recyclable. On average, each new product is made of five PET bottles. You can tell your customers that on www.morsoworld.com/sostenibilita a counter constantly updates the number of bottles used.

Two collections feature the new post-consumer yarn: Sweet Tweet and Splash. This is only the first step of Morso® towards a more sustainable and more ethical production.

# Golosità pure o spremibili?

Con gli stick Vitakraft proponi al cliente la scelta tra premi sani e poco elaborati o in gelatina da offrire al gatto dalle mani



Tra carezze e abbracci, fusa e coccole, sono sempre più i clienti che amano offrire al gatto anche un sano premietto, come indicano i dati di mercato che vedono il segmento snack & treats

viaggiare bene ormai da qualche anno. Vitakraft, marchio specializzato nei prodotti fuoripasto



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









per animali da compagnia, propone a tutti i rivenditori un assortimento unico per qualità, appetibilità e profondità di gamma, in un mix di best seller storici a cui si aggiungono novità come i monoproteici Pure Stick e i Jelly Lovers in gelatina. Entrambi sono prodotti in Germania nei siti di proprietà del gruppo secondo i criteri IFS Food, la certificazione con gli standard più elevati per la produzione sicura.

Per rendere più attraente e vendibile l'esposizione in negozio, Vitakraft propone pratici e accattivanti display da 1/4 pallet o i nuovi da 1/8 che in 30 cm di larghezza permettono di esporre con il massimo impatto e praticità tutto l'assortimento di Jelly Lovers e Pure Stick. Sono disponibili anche elementi espositivi aggiuntivi, totem, impronte adesive, cartellonistica, segnalinee da scaffale e tanti altri materiali promozionali e di comunicazione per il punto vendita. Il reparto commerciale dell'azienda è a tua disposizione per fornire tutte le informazioni e inviare il catalogo display completo.



Il cliente oggi tende a preferire prodotti poco elaborati e con proteine animali provenienti da una sola fonte, a vantaggio del gusto puro e con attenzione alle intolleranze alimentari. Tutto questo ha un nome e si chiama

"clean eating" (mangiare pulito). A questo trend si ispirano i Pure Stick, nati sulla scia del successo dei Cat Stick: bastoncini prodotti con pura carne o pesce, uno snack monoproteico dal profumo appetitoso e dal gusto autentico, adatto a tutti, compresi gli animali con sensibilità alimentari. Una bontà tutta naturale nel pratico pack da

4 stick confezionati singolarmente per mantenere a lungo tutta la freschezza del prodotto. Pollo e Merluzzo Nero sono i gusti disponibili, in una formulazione senza grano, zucchero, coloranti ed esaltatori





di sapidità. Nella versione pesce, il merluzzo, certificato MSC, proviene da pesca sostenibile che rispetta l'ecosistema marino.

#### Da gustare in mano

Anche i *Jelly Lovers* nascono sulla scia di un prodotto famoso che è piaciuto al proprietario pet e ha rivoluzionato il segmento degli snack, i *Liquid Snack* in salsa. Ora questa nuova varietà propone in gelatina lo stesso concetto: offrire la leccornia dalle mani spre-



mendo la bustina con le dita. Può essere utile per incentivare i gatti dai gusti difficili e per chi vuol provare il piacere di coccolare il proprio micio alimentandolo direttamente dalla mano. I *Jelly Lovers* sono prodotti di alta qualità ed elevata appetibilità, formulati con una ricetta senza zuccheri aggiunti, cereali,



coloranti né conservanti. Sono pratici, già porzionati (in 6 bustine da 15 g) e disponibili in due varianti: alla carne (3 bustine al *Pollo* e 3 al *Tacchino*) e al pesce (3 bustine con *Salmone* e 3 con *Platessa*, con materia prima da pesca sostenibile certificata MSC). Deliziosi e allo stesso tempo ipocalorici, non sono semplici leccornie da spuntino fuoripasto: possono essere anche un appetizzante per prodotti secchi o per far assumere medicinali. (R.G.)

#### **PURE OR SQUEEZED DELICACIES?**

With Vitakraft sticks, your customer can choose among healthy and simple rewards, even in jelly for hand feeding

Cuddles, hugs and purrs are the reasons why an increasing number of customers looks for healthy cat rewards. According to market figures, the treat segment has been recording a positive growth for a few years. Vitakraft is the brand specialized in pet treats: the company offers a unique range in terms of quality, palatability and variety, with a combination of famous best-selling treats and new treats such as *Pure Stick* and *Jelly Lovers*.

To improve the product visibility in shops, Vitakraft offers handy and captivating 1/4 or new1/8 pallet displays: 30 cm width ensure the impressive and handy display of Pure Stick and Jelly Lovers range. Extra materials are also available: totem, sticky paws, posters, shelf marks and plenty of more promotional and communication material for shops. The company's commercial department is at your disposal to provide all the information and send you the complete display catalogue.

#### **CLEAN EATING**

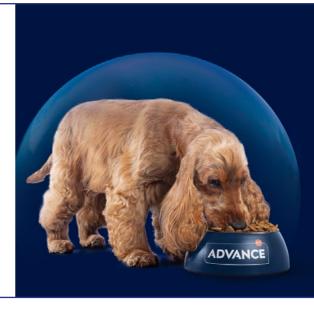
Nowadays customers look for simple food, with proteins from a single source, to ensure pure flavour and attention to food into-lerances. This trend is called clean eating. *Pure Stick*, born after the success of *Cat Stick*, are inspired to clean eating: sticks with pure meat or pure fish. A single-protein treat that is palatable and tasty, suited for pets with food sensitivity as well. The natural delicacy comes in four individually-packed sticks, to preserve a long-lasting freshness. They are available with Chicken and with Black Cod. Both formulas are free from grain, sugar, colouring or flavouring agents. The fish version includes MSC-certified cod from sustainable fishing, which respects the marine ecosystem.

#### HAND FEEDING

Jelly Lovers are born after the success of a famous product that is very popular among pet owners, which revolutionized the treat segment: Liquid Snack with sauce. The new treat is based on the same concept, with jelly: offer the treat from the hand, by squeezing the pouch with your fingers. It can be useful to stimulate demanding cats, or for owners who want to cuddle their pet through hand feeding. Jelly Lovers ensure high-quality and palatable products, free from added sugar, cereals, colouring or flavouring substances. They are handy and portioned (in 6 15g pouches). Two versions available: beef (3 Chicken and 3 Turkey pouches) and fish (3 Salmon and 3 Flounder pouches, with MSC-certified fish). They are delicious and low calorie. They are not just treats: they can also be an appetizing ingredient on dry food or to hep cats take medicines.

# Largo agli anticorpi in crocchetta

La linea *Active Defense* protegge il pet del tuo cliente da virus e batteri grazie alla presenza di immunoglobuline e polifenoli



I nostri clienti sanno che il corretto stato di salute del cane e del gatto dipende in buona parte dalla forza delle barriere naturali che aiutano l'organismo a difendersi.

Advance, noto brand, sa quanto sia importante per il proprietario aver cura del proprio beniamino e proteggerlo perché si mantenga sano. Per questo da 25 anni studia l'alimentazione più adatta per stare accanto ai tuoi clienti con prodotti che coniugano scienza e ingredienti funzionali di alta qualità selezionati con la massima cura da Veterinari esperti.



## Curati da dentro per migliorare il sistema immunitario

L'ultima frontiera *Advance* si chiama *Active Defense* ed è un'alimentazione che cura "da dentro" perché aiuta le difese e le barriere naturali dell'animale.

La speciale formula esclusiva *Active Defense* si avvale della presenza di immunoglobuline e di polifenoli naturali che favoriscono il corretto funzionamento del sistema immunitario

In che modo? Le immunoglobuline sono anticorpi che consentono di identificare e neutralizzare i corpi estranei che attaccano il cane o il gatto, come ad esempio batteri e virus. I polifenoli naturali inoltre agiscono sulle cellule immunitarie e contribuiscono a



AFFINITY PETCARE www.affinity-petcare.com hello@affinity-petcare.com



combattere i radicali liberi che possono danneggiarle.

Active Defense, disponibile per cani e gatti di diverse taglie, età e stili di vita, è una ricetta sviluppata da veterinari ed è scientificamente testata. Inoltre, non contiene né conservanti né coloranti, e viene proposta al proprietario pet a un prezzo molto accessibile. (F.Z.)

#### **MAKE WAY FOR ANTIBODIES IN KIBBLES**

Active Defense line protects your customers' pets from virus and bacteria, thanks to immunoglobulin and polyphenols

Our customers know that the correct health of cats and dogs mostly depends on their natural barriers, which help defend the organism.

Famous brand *Advance* knows how important taking care of pets and protect their health is, according to their owners. For 25 years the brand has been studying the best nutrition, with products combining science and high-quality functional ingredients, selected with the utmost care from veterinarian experts.

#### IMPROVE YOUR IMMUNE SYSTEM

The last frontier of Advance is *Active Defense*: the diet supports the pet's defences and natural barriers.

The special exclusive formula of *Active Defense* relies on immunoglobulin and natural polyphenols which support the correct functionality of the immune system.

How? Immunoglobulins are antibodies that detect and destroy foreign bodies attacking cats and dogs, such as bacteria or virus. Moreover, natural polyphenols affect immune cells and help fight free radicals that might damage them.

Active Defense is available for cats and dogs of different sizes, ages and life styles. The recipe has been developed by veterinarians and it is scientifically tested. Moreover, it does not contain any preserving or colouring agents. It is also available at a competitive price for pet owners.



# Argento e miele contro le ferite cutanee

La loro combinazione è velocemente efficace sulle ferite cutanee di cani e altri pet, senza alterare il microbioma della pelle



Tutti conosciamo il miele e i benefici che porta. Un ottimo e dolce alimento, ma soprattutto un elisir ricco di fattori nutrizionali ad azione antibatterica, antinfiammatoria, decongestionante, insomma un grande alleato per la salute. Meno note sono forse le proprietà del MicroSilver™, argento metallico puro, il cui agente biologicamente attivo è rappresentato dagli ioni argento che vengono rilasciati all'applicazione sulla pelle.

Se uniamo le proprietà del miele a quelle del MicroSilver™ ecco che nasce un nuovo prodotto per arginare le ferite cutanee dei pet, che arriva dagli Stati Uniti: Silver Honey™ Hot Spot & Wound Care.

## Protegge il microbioma

È il primo prodotto che combina il potere naturale del miele di Manuka con quello del MicroSilver™, ottimo rimedio per le lesioni cutanee dei nostri piccoli amici: ha dimostrato di bloccare immediatamente il 99,9% dei batteri e avviare una guarigione più veloce. La sua formula



rivoluzionaria agisce in modo delicato, idrata l'area da trattare proteggendo il microbioma naturale della pelle. I proprietari di cani — ma anche conigli, gatti, galline persino cavalli — che soffrano di abrasioni, piaghe, eruzioni cutanee, funghi, graffi, ustioni e ferite, potanno contare su un rapido recupero.

La sua formula è realizzata con ingredienti



ABSORBINE www.absorbine.com







attivi naturali che favoriscono l'eliminazione dei tessuti morti e promuovono la crescita di nuovi. L'azione lenitiva aiuta a ridurre il desiderio di mordere e graffiare. L'agente amaro impedisce il leccamento. È disponibile in due comodi metodi di applicazione: gel spray per il trattamento di ampie aree di pelle e unguento per una copertura più duratura. (L.D.)

#### **SILVER AND HONEY AGAINST SKIN WOUNDS**

The mix is quickly effective on skin wounds of dogs and other pets, without altering the skin microbiome

We all know the beneficial features of honey. A delicious and sweet ingredient, but also an antibacterial, anti-inflammatory, decongestant elixir: it is a great health support.

On the contrary, the features of MicroSilver™, pure metallic silver, are less known: silver ions are released when applied on skin.

The combination of honey and MicroSilver™ results in an excellent product for pet wounds from the US: Silver Honey™ Hot Spot & Wound Care.

#### MICROBIOME PROTECTION

It is the first product combining Manuka honey natural power with Micro-Silver\*: it is an excellent product for pets' skin wounds. It immediately stops 99.9% bacteria and ensures a faster healing. The revolutionary formula is gentle on skin: moisturizes the treatment area while protecting the skin's natural microbiome. Owners of dogs (but also rabbits, cats, chickens and even horses) suffering from hot spots, cuts, abrasions, sores, rashes, fungus, scratches, burns and wounds can rely on quick recovery.

Its formula features medical-active natural ingredients that help remove dead tissue while promoting the growth of new tissue. Soothing effect helps reduce the desire to bite and scratch, while bittering agent prevents licking. Two application ways: gel spray for broad skin areas and ointment for long-lasting effect.

# Il batterio per l'intestino felino

Con un'alta concentrazione di batteri vivi, *ProBiotic Live* ripristina dall'interno le funzioni intestinali del gatto del tuo cliente

Da negoziante, sei sicuro di sapere quali siano le proprietà di questi probiotici di cui si parla tanto e quindi di poter trasmettere informazioni corrette al tuo cliente? I batteri probiotici vivi sono in grado di ripristinare le normali funzioni intestinali, agevolare la mobilità e migliorare il sistema immunitario. Più sono presenti, migliore è la loro efficacia. L'azienda tedesca Bacterfield ha creato una nuova categoria di alimenti naturali e funzionali per il gatto: ProBiotic Live. Grazie a un processo di trasformazione avanzato, ProBiotic Live contiene ben 109 batteri probiotici vivi e concentrati. Cosa significa? Si scrive 109 ma si legge 10 alla nona ed è un'etichetta di qualità, che si riferisce al numero di batteri probiotici in un prodotto per chilogrammo. 10 alla nona (di fatto un miliardo) di batteri è la giusta quantità di batteri buoni necessari per ottenere gli effetti benefici, colonizzando l'intestino e promuovendo il meccanismo di esclusione competitiva contro i batteri potenzialmente patogeni.



#### Esclusivi mix di oli diversi

Nella formulazione di *ProBiotic Live*, la scelta di pollo, tacchino, agnello, anatra, riso, mais, grasso animale, olio di pesce, vitamine, minerali e altre materie prime soddisfa i requisiti degli standard di qualità per la nutrizione del





BACTERFIELD GMBH www.bacterfield.com



gatto. Le esclusive miscele di oli e grassi diversi contribuiscono a rendere il prodotto benefico per le articolazioni, il pelo, la pelle e la digestione. La linea *ProBiotic Live* comprende diverse varietà di sapori, per soddisfare le esigenze specifiche del gatto. (F.C.)

#### **BACTERIA FOR FELINE INTESTINE**

Elevated concentration of live bacteria: *ProBiotic Live* restores cats intestinal functionalities from the inside

As a retailer, do you know the features of prebiotics? Can you convey the correct information to your customers? Live probiotics restore and maintain normal gut functions, ease mobility and boost the immune system. The more they are, the higher their effectiveness.

Bacterfield German company created a new category of natural and functional food for cats: *ProBiotic Live*.

Thanks to advanced food processing, ProBiotic Live contains 109 live and highly concentrated probiotic bacteria. What does it mean? 10<sup>9</sup> is a label of quality, which refers to the number of probiotic bacteria in a product per kilogram.

109 (a billion) bacteria is just the right amount of good bacteria needed to achieve the right beneficial effects. They colonize the intestine and promote competitive exclusion against potentially pathogens bacteria.

#### **EXCLUSIVE MIX OF VARIOUS OILS**

ProBiotic Live formula contains chicken, turkey, lamb, duck, rice, maize, animal fat, vitamins, minerals and other raw materials: they all meet the demands of complete super-premium cat food standards. The exclusive mix of oil and fats help make the product beneficial for articulations, fur, skin and digestion. ProBiotic Live contains different recipes to meet the specific needs of cats.



# ll passeggino per i grandi

Spesso chi vede cani nel passeggino deride pet e padrone, ignorandone la versatilità per problemi di ogni tipo, salute in testa



L'idea è nata in America e si è diffusa rapidamente in tutto il mondo. Nelle nostre città ormai nessuno si stupisce più quando vede cani portati a spasso in passeggini molto simili a quelli utilizzati per i bambini.

È tutt'altro che un accessorio stravagante, perché sono tanti i motivi per cui un cane può non riuscire a stare al passo del padrone, per problemi di salute, piccola taglia o perturbazioni atmosferiche.



Sono sempre più numerosi quindi i proprietari alla ricerca del passeggino per cani e altrettanti i marchi nel mondo. Come Piccolocane International. Non fatevi trarre in inganno! Il produttore è coreano, ma ha curiosamente scelto proprio di chiamarsi con un termine italiano.

#### Dalle taglie mini fino alle XL

L'attenzione per la sicurezza è la priorità per Piccolocane che ha applicato metodi di fabbricazione conformi a quelli dei produttori di passeggini per bambini.

Il modello Carino è adatto principalmente ai

#### **PICCOLOCANE**

PICCOLOCANE www.piccolocane.co.kr info@piccolocane.co.kr





cani piccoli o ai gatti, per le forme e dimensioni contenute, la leggerezza e la maneggevolezza. La parte superiore si può staccare e collocare sul sedile dell'auto, come i seggiolini di sicurezza dei nostri figli.

Il modello *Tanto*2, il più richiesto, è pensato per cani di taglia media ed è dotato di ruote più grandi e di un sistema di sospensioni che permette di condurre il passeggino anche su strade sconnesse senza che il cane debba subire scossoni fastidiosi. Infine per cani di grossa taglia ecco l'ammiraglia, *Creawagon*. Tutti i modelli sono disponibili in colori simpatici e alla moda. (F.L.)

#### STROLLER FOR ADULT PETS

People often laugh at owners carrying dogs with strollers: they ignore the versatility of strollers for any problem, starting with health

The idea was born in America and quickly spread all over the world. In Italy no one is surprised anymore by dogs carried in pet strollers.

It is far from being a bizarre accessory: there are plenty of reasons why dogs might be unable to keep up with their owners. Health problems, small size or bad weather.

There is an increasing number of pet owners looking for pet strollers, and there is plenty of pet stroller brands worldwide. Such as Piccolocane International. Do not let the name deceive you: the manufacturer is Korean, but chose an Italian name.

#### FROM MINI SIZE TO XL

Safety is a priority for Piccolocane: the company used similar manufacturing techniques similar to those for baby strollers.

Carino model is mainly suited for small dogs or cats: small, light and handy. The upper part can be removed and placed on the car seat, just like baby car seats.

Tanto2 is the most popular model and it is suited for medium dogs. It features larger wheels and suspension system suited for rough road. For large dogs there is Creawagon. All models are available in funny and trendy colours.

## PET APP

## LA SALUTE IN UN CLIC

Consiglia al tuo cliente *Dog Health*, la app/libretto sanitario digitale che gli ricorda somministrazioni e visite veterinarie

Ricordare come è andata l'ultima visita dal veterinario, la data della prossima vaccinazione... il proprietario sa quanto sia importante porre molta attenzione alla salute del cane destreggiandosi tra medicine da assumere, variazioni di peso o di dieta, antiparassitari, etc.

Ai tuoi clienti puoi consigliare *Dog Health*, una app che aiuta a seguire il benessere del loro animale. Come? Tenendo traccia di tutte le informazioni inserite, crea una completa cartella clinica, con il promemoria per le medicine, il catalogo delle visite e delle vaccinazioni e il programma dei richiami.



#### **Tutto sempre sotto controllo**

Dog Health permette di controllare in modo semplice l'evoluzione della salute dell'amico quattrozampe grazie ai seguenti contenuti e alle loro relative funzioni:

- storia e dati anagrafici del cane, come nome, peso, data di nascita, chip;
- storico di tutte le visite fatte e di quelle future;
- vaccinazioni effettuate e eventuali richiami;
- promemoria per non perdersi nulla;
- elenco delle somministrazioni da fare e storico di quelle fatte;
- notifiche su home;
- segnalazione del veterinario nelle vicinanze, nel caso in cui lo specialista di fiducia non fosse disponibile.

La versione Pro inoltre ha ulteriori funzionalità, ad esempio permette di gestire più animali contemporaneamente.

Manca qualcosa? Dog Health è in continuo sviluppo anche grazie alle segnalazioni e ai consigli degli utenti.











## DALLE ASSOCIAZIONI

## **PET FOOD: +4,2%**

Primi dati del Rapporto Assalco – Zoomark che sarà presentato durante Zoomark International 2021, di nuovo in presenza a novembre

Complice la pandemia, gli animali da compagnia hanno assunto un ruolo sempre più importante nelle famiglie, in cui oggi vivono oltre 60 milioni di esemplari tra cani, gatti, piccoli mammiferi, uccelli, pesci e tartarughe.

Quindi continua l'andamento positivo del mercato italiano del pet food, che nel 2020 è cresciuto sia in termini di valore (+4,2% rispetto al 2019) che di volumi (+2%), per un giro d'affari complessivo di ben oltre i 2 miliardi di euro.

#### Si torna in presenza

Sono queste le prime indicazioni della XIV edizione del *Rapporto Assalco – Zoomark*, realizzato da Assalco, l'Associazione Nazionale tra le Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia, che sarà presentato in occasione di Zoomark International in programma dal 10 al 12 novembre 2021 presso BolognaFiere. La manifestazione sarà il primo evento internazionale di riferimento per il settore dopo la forzata sospensione degli eventi causata dall'emergenza Covid 19.

"Abbiamo ritenuto importante confermare, nel 2021, lo svolgimento della manifestazione" dichiara Gianpiero Calzolari "per offrire agli espositori e agli operatori internazionali della pet industry l'opportunità di incontrarsi in presenza per un momento di confronto strategico in termini di contatti commerciali. Una decisione che abbiamo condiviso con le aziende raccogliendo da queste l'esigenza di potersi rincontrare, in uscita da un periodo in cui il settore ha dimostrato stabilità e capacità di innovazione".

#### Vendite top per gatti, uccelli e roditori

L'alimentazione di cani e gatti continua a essere la voce più significativa nel mercato italiano del pet food e nell'eterna sfida tra cane e gatto è quest'ultimo a spuntarla. Nel 2020, IRI rileva che le vendite nei principali canali di distribuzione, ovvero grocery, pet shop tradizionali e catene pet shop¹, hanno raggiunto i 2.257 milioni di euro 8con gli alimenti per i felini che rappresentano il 53,2%9 per un totale di 626.600 tonnellate di alimenti venduti, facendo così registrare un incremento rispettivamente del 4,2% e del 2% sul 2019. A questi dati si aggiungono i risultati ottenuti dai pet shop della GDO<sup>2</sup>, ovvero il nuovo format distributivo a cui hanno dato vita alcuni retail della Grande Distribuzione Organizzata, che nel 2020 hanno venduto 6.036 tonnellate di alimenti per cani e gatti, per un valore di 34,3 milioni di euro.

Sono gli uccelli e i roditori a farla da padrone nel



ASSALCO www.assalco.it

mercato degli alimenti per i piccoli animali, che ha visto nel 2020 un fatturato di poco superiore ai 12 milioni di euro presso ipermercati, supermercati e punti vendita LSP (Libero Servizio Piccolo).

#### Accessori e giochi per pet

I dati IRI vedono in crescita anche il comparto degli accessori per la cura e la gestione quotidiana dei pet, all'interno del quale troviamo prodotti per l'igiene, giochi, guinzagli, cucce, ciotole, voliere, acquari, tartarughiere e utensileria varia. Nel 2020 questo mercato ha registrato nel canale GDO un valore pari a 72,8 milioni di euro e un incremento a valore del 2,3% e a volume del 6,7% rispetto al 2019. Il segmento dei prodotti per l'igiene si conferma il più importante con un valore di poco inferiore ai 33 milioni di euro, in crescita del 14,7% rispetto all'anno precedente. Anche il segmento dei giochi per i pet ha raggiunto dimensioni rilevanti, con un giro d'affari complessivo vicino ai 6 milioni di euro (+1,7% rispetto al 2019). Le lettiere per gatto, rilevate separatamente, nel 2020 hanno visto presso il canale GDO vendite per oltre 76 milioni di euro, con una crescita a valore del 3,1% rispetto all'anno precedente.

#### Conclusioni

"Il 2020 ha confermato l'andamento positivo del mercato italiano del pet food e pet care", ha sottolineato Gianmarco Ferrari, Presidente di Assalco. "Poi-



ché l'alimentazione e le prestazioni veterinarie sono a tutti gli effetti prodotti e servizi essenziali per i proprietari degli animali d'affezione, torniamo a sollecitare una riflessione sulla possibilità di alleggerire il carico fiscale dell'aliquota IVA al 22%", ha aggiunto Ferrari. "In altri Paesi come la Germania, tenuto conto del ruolo sociale dei pet, è al 7%. Auspichiamo quindi la ricollocazione degli alimenti per gli animali da compagnia e delle prestazioni veterinarie nello scaglione IVA agevolata al 10%".

## TOELETTATURA: LA VOCE DI... FRANCESCA BANDINI

## **IL NORWICH TERRIER**

in collaborazione con Paola Acco

#### Razza e origini

Il norwich è una razza inglese che prende il nome dalla sua città d'origine, nell'Anglia orientale. Inizialmente, circa a metà dell'Ottocento, fra norwich e norfolk non vi era alcuna distinzione. Erano tipici terrier a gamba corta, cani rustici, con un solido corpo compatto usato per la caccia dei nocivi. Solo nel 1964 le due razze furono separate, la varietà con orecchie dritte divenne il norwich t., mentre la varietà ad orecchie cadenti il norfolk t.: uno dei terrier più piccoli, basso, di buona sostanza e ossatura, di carattere amorevole, vivace, coraggioso e tenace ma non litigioso.



#### Cura e mantenimento del pelo

La maggiore difficoltà nella lavorazione del norwich sarà eseguire una toelettatura dall'aspetto più naturale possibile sia come omogeneità di colore che di tessitura del pelo, mai troppo corto.

Lo standard richiede che il norwich abbia un mantello ruvido, a "fil di ferro", dritto, ben aderente al corpo e con un fitto sottopelo. Sulla testa e sulle orecchie deve essere corto e liscio. Più lungo e ispido sul collo, deve formare un collare che incorni-



FRANCESCA BANDINI banditi.francesca73@gmail.com cell.3397375283



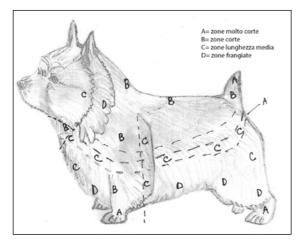
ci il muso ornamentato da leggeri baffi e sopracciglia. Deve avere una gonna corta e compatta. I colori ammessi sono tutte le tonalità del fulvo, grano, del nero focato o brizzolato. Per mantenere il riciclo naturale del manto, la tecnica appropriata per questo mantello è lo stripping, cioè la rimozione meccanica del pelo morto da eseguirsi a mezzo di un coltellino da stripping, una pietra pomice e/o il semplice utilizzo delle dita (plucking) con l'aiuto di ditali in gomma e gesso. I tempi di lavorazione sono 6/8 settimane circa per il rolling coat (tecnica che consiste nel rimuovere circa il 50% del pelo morto lasciando sempre una corretta copertura di pelo nuovo sul corpo; 7/15 giorni per il trimming (tecnica di mantenimento, utilizzata soprattutto per i cani da show, che consiste nel rimuovere solo i peli più lunghi che escono dalla compattezza del mantello). Solo a stripping ultimato, per evitare la formazione di buchi, si procede alla rimozione del sottopelo in eccesso utilizzando uno "slanatore" e un coltellino finissimo.

#### La toelettatura del Norwich

Busto e collo

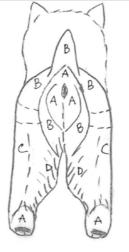
Con un coltellino medio, partendo dall'attaccatura della coda, si stripperà il dorso fino alla base del cranio, comprendendo la parte superiore del collo, fino all'occipite. Lateralmente, dalla top line, si scenderà verso la grassella, senza scoprirla, per arrivare (abbracciando il costato) all'inserimento del gomito. Sotto questa linea immaginaria, per un paio di cm, si dovrà creare





una fascia di pelo medio che raccorderà il pelo corto della schiena con il pelo più lungo della gonna. Il collo, forte e di buona lunghezza, equilibrato con tutto il resto del corpo, dovrà avere un sottogola pulito con una leggera scavatura a "U", che partirà da sotto i masseteri a qualche centimetro sopra la punta del petto, senza toccare il pelo ai lati del collo. Partendo dalla punta della "U", scendendo sullo sterno, per arrivare fra le zampe anteriori, si lascerà una quantità e una lunghezza maggiore di pelo, per creare un bavero arrotondato e compatto che andrà a unirsi ai peli del collo.

Coda e posteriore La coda, inserita alta, di moderata lunghezza, è portata eretta. Per la sua lavorazione si userà un coltellino medio, si stripperà lasciandola più grossa alla base e più sottile in punta. Lo scudetto perianale dovrà essere ben strippato, si lavorerà con un coltellino fine e si utilizzerà una testina 10 per il sottocoda. Per la lavorazione delle cosce si useranno la pomice o la tecnica



A= zone molto corte B= zone corte C= zone lunghezza media D= zone frangiate

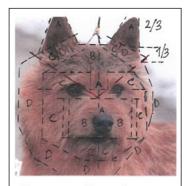
del plucking: si elimineranno solo i peli più lunghi, creando un degradè che parta dalla punta delle anche ai lati dello scudetto perianale, fino al garretto. Lo spazio fra le cosce rimarrà pieno, creando una natica arrotondata a forma di goccia, ma sempre

compatta e priva di peli lunghi che svolazzino durante il movimento.

#### Piedi e zampe

Si stripperanno e si rifiniranno a forbice i piedi che dovranno essere a gatto, puliti, con grossi cuscinetti neri e unghie molto corte. Nelle zampe anteriori, corte e dritte, oltre l'avambraccio, si stripperà molto bene il gomito e la parte interna corrispondente a esso. Con le forbici dentate si taglierà solo l'estremità delle frange, seguendo una linea verticale dalla punta del gomito fino al tavolo di lavoro. Nelle zampe posteriori saranno visibili e ben strippati solo il garretto e il piede.

Testa e orecchie
Partendo da uno
stop ben definito,
si stripperà corto,
formando un triangolo fino alla base
delle orecchie, ma
tralasciando, in
corrispondenza
delle vibrisse, il
sopracciglio che
sarà più folto. Alla
base delle orecchie, si lasceranno
dei piccoli ciuffi,



A= zone molto corte B= zone corte C= zone lunghezza media D= zone frangiate

a coprirne circa 1/3. Con le dentate si puliranno bene gli angoli degli occhi. Il muso, a forma di cuneo, avrà una setola di media lunghezza che verrà sfumata fino al tartufo dove sarà più corta. I masseteri, che dovranno essere pieni e di una lunghezza maggiore, andranno a congiungersi con la gorgiera di peli alla base delle orecchie e del mento, formando una testa rotondeggiante. Le dritte orecchie a triangolo, ben distanziate, saranno estremamente strippate sia dentro che fuori per i 2/3 che ne precedono la punta e i bordi esterni saranno rifiniti con una forbice dritta.

(Si ringrazia Tommaso Urciolo, autore di queste fotografie e Lesley Crawley, titolare dell'*Allevamento Ragus Norwich Terrier Kennel*, dal quale provengono gli esemplari ritratti).



#### Francesca Bandin

Nel 1998 Francesca inizia un lungo periodo di formazione nei Circoli Cinofili sas, diventando educatore cinofilo. Nel 2013 intraprende la professione di toelettatrice aprendo la propria attività "La Toelettatura Di Francesca" a Forlì. Partecipa da subito alle gare di toelettatura in Italia e all'estero gareggiando con varie razze, conseguendo ottimi risultati tra cui 2 Best in Show, 8 Medaglie d'oro, 3 d'argento, 5 bronzi e vari premi speciali. Nel 2017 diventa membro attivo per il riconoscimento professionale della categoria e assume il ruolo di Consigliere Regionale. Nel 2018 acquisisce il titolo, rilasciato dalla E.G.A., di Master Groomer in Stripping, disciplina che la contraddistingue e appassiona particolarmente, fino a specializzarsi nelle razze a pelo ruvido (schnauzer e terrier a zampa corta) in particolare la scottie berrier suo cavallo di battaolia.

## NEGOZIO DEL MESE

## **DAL CRICETO ALLA BUFALA**

Ecco il pet shop che unisce conoscenza del territorio, identikit del cliente e esperienza agrozootecnica a un bel po' di marketing

Trasformarsi. Adattarsi. Differenziarsi. Il PetGardenCenter di Campigliano, in provincia di Salerno, è l'esempio di un'impresa che ha adattato il proprio profilo al mercato in cui si è posizionata e alla situazione che nel tempo si è trasformata. "Il nostro motto è sempre stato lo stesso: il miglior futuro è il presente", così ci accoglie il titolare e responsabile commerciale Carmine Alfano che ci guida nella visita del PetGardenCenter. Quasi 1.000 mq di superficie, la metà destinati al pet, una parte al settore agrozootecnico e un grande parcheggio privato. Grazie a questa strategia di adattamento e trasformazione, il PetGardenCenter è riuscito ad arrivare quasi a mezzo secolo di attività superando indenne tutte le crisi economiche di questi lunghi anni.

#### Una vera impresa familiare italiana

L'attività nasce nel 1977 nel settore agrozootecnico con lo scopo di fornire esperienze, conoscenze e capacità al mondo rurale. Il fondatore, Cesare Alfano, padre dell'attuale titolare, con la moglie Silvana avvia il



commercio di foraggi secchi, con l'obiettivo di operare in quel settore creando uno scambio commergarantenciale, informazioni e ottimizzando le opportunità. Nel 2001, con la crisi del settore, inizia il processo di trasformazione verso



PetGardenCenter di Alfano Carmine tel. 089 882171 info@alfanopetfood.it





il pet. Nei mille metri quadri di superficie, il figlio Carmine, subentrato al padre prematuramente scomparso, inizia a destinare una piccola parte di circa 100 mg agli animali da compagnia. La vera svolta però è del 2011, quando l'attività si orienta decisamente verso il pet invertendo le proporzioni degli spazi di vendita. Così nasce la denominazione PetGardenCenter (natura&animali), che nel giro di poco tempo diventa un punto di riferimento del vasto territorio provinciale salernitano e di tutti i proprietari di animali, dal criceto alla bufala.

#### Fare la "radiografia" al cliente

Il fatto di avere lavorato per tanti anni nell'agrozootecnico significa avere maturato una vasta esperienza del territorio e della clientela, ma soprattutto avere intuito le grandi potenzialità di interscambio fra i due settori. Uno dei punti di forza di PetGardenCenter è infatti conoscere bene il suo mercato di riferimento e le esigenze del consumatore. "Facciamo la 'radiografia' al cliente" dice Alfano "abbiamo soprattutto una clientela fidelizzata che ci ha scelto per la qualità, la professionalità e il servizio... e anche perché sappiamo spesso in anticipo quello di cui ha bisogno. I nostri clienti non sono solo clienti ma collaboratori, informatori con i quali condividiamo scelte, sono 'persone' che ascoltiamo per comprendere suggeri-





menti per costruire il nostro futuro. Abbiamo uno stretto legame con il territorio, sappiamo dove vivono i nostri clienti, se hanno
o no il giardino, se sono single o famiglia
numerosa, insomma le loro caratteristiche,
e usiamo anche un po' di psicologia. Ecco
perché ci scelgono: in qualsiasi situazione
siamo pronti a trovare la soluzione giusta
alle loro problematiche spiegando tutto
passo passo perché siamo consapevoli che
per loro essere ben informati è importante."

#### Cashback 8%

L'assortimento di *PetGardenCenter* punta a differenziare il negozio dalla concorrenza attraverso brand e prodotti che si distinguono per la qualità. Qualità che si ritrova anche negli ambienti lavorativi, ampi e ben arredati con la comodità di un parcheggio privato, altro punto di forza.

Un aspetto che piace molto al proprietario pet è l'organizzazione: ordine, ottimizzazione dei servizi, consegne immediate a domicilio, porterage in auto (utilissimo quando il carrello è pieno). I clienti sono coccolati, con la tranquillità di scegliere bene e pagare con comodità, senza lo stress del trasporto fino all'automobile parcheggiata.

A proposito di pagamenti, *PetGardenCenter* ha adottato dall'ottobre scorso uno speciale cashback: il cliente è invitato a tenere lo scontrino dell'acquisto effettuato, se torna

OMBO CONTON CONT

entro il mese successivo a fare un altro acquisto ha lo sconto dell'8% sulla spesa, un cashback immediato.

"Piuttosto che investire in pubblicità o iniziative simili" spiega Alfano "abbiamo preferito adottare questa iniziativa che, inutile dirlo, è molto apprezzata e dà ottimi risultati di ritorno sia di immagine che di business."

#### CaniSiGira

PetGardenCenter fino allo scorso anno ha sempre organizzato con grande successo nei suoi locali la manifestazione CaniSiGira, una sfilata di proprietari ciascuno con i propri cani (tutti, dai bastardini a quelli di razza) ispirata ai "personaggi animali" televisivi sia della Disney che delle più note serie TV. In questa manifestazione non ci sono vincitori né vinti, tutti vengono premiati, animali, bambini e anche adulti grazie alla votazione di una giuria composta da bambini di 6-13 anni. Una bella tradizione che Alfano ha intenzione di riproporre non appena la riduzione delle restrizioni sanitarie dovute alla pandemia lo permetterà.



#### Gustose Tradizioni

La grande esperienza nel settore agrozootecnico, unita alla conoscenza del territorio e della clientela, ha portato recentemente a una novità speciale: l'apertura della vetrina Gustose Tradizioni, un corner dedicato ai prodotti delle aziende agricole locali che vuole essere un servizio in più per il cliente, a cui vengono offerti prodotti di qualità a km zero, ma anche un incentivo a conoscere e valorizzare la ricchezza della produzione locale, acquistando e investendo risorse sul territorio di riferimento.

#### Un sogno nel cassetto?

Come tutti, anche Carmine Alfano ne ha uno: far diventare il modello di *PetGarden-Center* un franchising a livello nazionale.



## **COME GESTIRE IL NUOVO ARRIVATO**

Spesso chi acquista o adotta un pet è già proprietario di cani, gatti o conigli: problemi e accortezze da segnalare al cliente

**LINDA SARTINI** 

Cosa c'è di più irresistibile degli occhi di un gattino che guardano un umano già amante degli animali? Può capitare che nel tuo negozio entri un cliente intenzionato ad acquistare un nuovo pet o che si lasci "sciogliere" il cuore vedendone uno in attesa di essere venduto. Può anche capitare che proprio quella persona abbia già in casa altri animali e si chieda: *Andranno d'accordo? Come posso fare per fargli fare amicizia?* Ecco le situazioni più frequenti e qualche indicazione che ti potrà aiutare nel dare dei buoni consigli per iniziare, ricordando che in caso di necessità è sempre meglio rivolgersi al proprio veterinario di fiducia o a un comportamentalista.

#### In casa c'è già un gatto

Se entrambi fossero "micini" neo-adottati il problema si risolverebbe molto velocemente perché entrambi dovrebbero accasarsi e stabilirebbero molto velocemente una buona convivenza. Al contrario, con maggiore probabilità il gatto di casa sarà già un soggetto

adulto e "padrone" del territorio e quindi vedrebbe come un intruso il nuovo arrivato e dovrebbe difendere ciò che è suo. Non è sempre semplice né tantomeno rapido il raggiungimento dell'equilibrio e della pace domestica ma molto dipende dal carattere del gatto residente. Dal momento che il nuovo arrivato in questo caso è un soggetto giovane, le cose saranno sicuramente più facili poiché sarà considerato un "intruso a metà" e visto come meno "pericoloso" per la gerarchia. Inoltre, il giovane gatto è



generalmente più aperto alle nuove esperienze e nuove amicizie.

Consiglia di non affrettare le cose e dare tempo al tempo, evitando un incontro diretto nell'immediato e lasciando che i due si conoscano prima "olfattivamente". Cosa significa? Ad esempio, si potrebbe confinare Tra gatti consiglia di evitare un incontro diretto nell'immediato e lasciare che si conoscano olfattivamente

il micino in una stanza per qualche giorno, magari un ambiente non molto frequentato dal residente e quindi meno importante dal punto di vista territoriale e, successivamente, consentire al gatto di casa di entrare in quella stessa stanza in assenza del gattino, così che possa iniziare a familiarizzare con il suo odore. Entro qualche giorno sarà possibile tentare i primi incontri ravvicinati, possibilmente ponendo il giovane gatto dentro un trasportino chiuso in modo che il residente abbia modo di girargli intorno, vederlo e magari anche soffiargli, sempre mantenendo una separazione fisica per impedire aggressioni; ancor meglio un recintino o un cancelletto, senza dimenticare che il gatto adulto è in grado di saltare e superare una barriera troppo bassa. Facciamo comprendere al proprietario che il tutto dovrà avvenire sotto stretta vigilanza per separare i due in caso di necessità: all'inizio non è sempre facile e non bisogna buttarsi giù di morale ma riprovare fino a che le reazioni non saranno "accettabili". Solo a quel punto si potrà tentare un approccio diretto e senza barriere, ma l'attenzione dovrà essere massima così come la prontezza di intervento. All'inizio i due non dovranno mai essere lasciati soli, almeno fino a che non si avrà la certezza di una pace solida e duratura. Ovviamente, il gatto adulto non dovrà neanche essere rimproverato o punito perché nella sua testa si sta comportando secondo natura e non sta facendo nulla di male. Inoltre, un altro consiglio molto utile è quello di aumentare le "risorse" a disposizione: ognuno dei due dovrà avere almeno una lettiera, una zona riposo e una ciotola per l'acqua e il cibo, in modo da evitare competizioni. L'im-

piego di feromoni sintetici può rivelarsi utile nella fase di abituazione rendendo gli animali più tranquilli e facilitando l'accettazione reciproca.

#### In casa c'è già un cane

E se in casa fosse presente un cane? qualora si trattasse di un cucciolo di età compresa tra i 2 e i 4 mesi, il cagnolino molto probabilmente avrà subito voglia di giocare poiché si troverà ancora nella fase della socializzazione e qualunque cosa sarà oggetto di studio e divertimento. Il gattino potrebbe reagire mettendosi sulla difensiva e quindi bisognerà per lo più da una parte arginare l'esuberanza del cucciolo e dall'altra evitare che il micio possa farsi o fare male... anche in questo caso meglio non lasciarli mai soli e abituarli un po' per volta. Qualora in casa fosse presente un cane adulto, bisognerà



prima di tutto considerare la gelosia di questo, il quale vedrà un intruso nel proprio territorio e un contendente per le attenzioni del proprietario.

È di fondamentale importanza non far percepire al cane dei cambiamenti nella sua routine quotidiana e nel rapporto con la famiglia umana. Anche in questo caso, il consiglio è quello di confinare inizialmente il gattino in una stanza per qualche giorno favorendo

la "conoscenza olfattiva", proponendo all'uno qualcosa con l'odore dell'altro (ad es. una copertina o un gioco) e viceversa, meglio se impregnato di feromoni "buoni", ovvero quelli che vengono emessi durante esperienze positive quali ad esempio il gioco o il riposo. Consigliamo di tenere sotto controllo le reazioni del

Per facilitare le prime fasi di abituazione è consigliabile il ricorso a feromoni sintetici

cane perché in caso di manifestazioni di gelosia è chiaro che i tempi si allungheranno. Anche in questo caso, dapprima lasciare si conoscano attraverso barriere fisiche e in finale, quando tutto sembrerà essere "tranquillo", provare l'approccio diretto. Sia che si tratti di un cane di grossa che di piccola taglia, un morso potrebbe essere molto dannoso o addirittura letale, quindi più che mai bisognerà vigilare e separare i due se necessario, senza dare l'impressione al cane di aver preso le parti del micino. Molta attenzione deve essere posta per i cani di razze "da caccia", nei quali l'istinto venatorio potrebbe dare una spinta negativa e molto pericolosa. Per facilitare le prime fasi di abituazione, anche in questo caso è consigliabile il ricorso a feromoni sintetici. Un'ultima accortezza: la ciotola potrebbe essere oggetto di accese contese, quindi facciamo in modo che il gattino non vada a "curiosare" in quella del cane.

#### In casa c'è già un coniglio

Sono moltissime le case in cui coniglio e gatto convivono serenamente. Se al momento dell'arrivo del micio è già presente un coniglio adulto bisogna considerare che anche questa specie è territoriale e potrebbe non accettare subito e di buon grado un intruso, soprattutto se esuberante. Anche in questo caso un'iniziale separazione fisica è auspicabile, magari suddividendo l'ambiente con l'utilizzo di un recinto o un cancelletto (che il giovane gatto non è ancora in grado di oltrepassare). I primi contatti in libertà dovranno essere di breve durata e sotto attento controllo, fino al raggiungimento di un equilibrio accettabile. Meglio sarebbe se il coniglio, maschio o femmina, fosse stato precedentemente sterilizzato.





## PERCHÉ INGOIA TUTTO QUELLO CHE TROVA?

Clienti in difficoltà ti chiedono consigli sul loro cane che è un vero e proprio aspirapolvere? Offri loro il giusto supporto

**LORENA QUARTA** 

Non è facile andare a spasso con un cane che ingurgita tutto quel che trova per strada e senz'altro ti capiterà prima o poi il cliente "disperato" che non sa più cosa fare. Dimostrare competenza anche in questo caso non può che essere una nota di merito!

#### Da comportamento normale a patologico

Premessa essenziale: quello che per noi è ripugnante, per un cane non lo è, sono davvero pochi per lui gli odori sgradevoli all'olfatto e trovare qualcosa di buono in giro e man-

giarselo gli risulta un comportamento alimentare accettabilissimo.

Se da normale diventa patologico, fa bene il cliente a preoccuparsi. Dimostra di conoscere l'argomento: con il termine pica o picacismo si indica la patologia del comportamento che porta il cane a mangiare di tutto, ma proprio di tutto, anche quello che non è commestibile: oggetti di plastica, pezzi di gomma, legno o metallo, sassi, lattine delle bibite o altro ancora. Nella maggior parte dei casi gli oggetti, interi o a pezzi, ingeriti vengono escreti senza provocare danni, ma altre volte possono provocare danni in diversi tratti dell'apparato digerente, per questo è un comportamento che non va assolutamente assecondato.



#### Chiedi l'età del cane

Conoscere l'età del cane è fondamentale: se si tratta di un cucciolo il fenomeno è abbastanza normale.

In giovane età i cani utilizzano la bocca, non solo l'olfatto e la vista, per esplorare il mondo che stanno imparando a conoscere, di conseguenza prendere in bocca tutto quello che capita a tiro è un istinto del tutto naturale.

Trovare qualcosa e mangiarlo (anche quando disgustoso per l'uomo) per il cane è naturale

#### **Educare da subito**

Se da una parte è naturale che il cucciolo prenda in bocca di tutto, il proprietario non deve però esimersi dal cominciare un'educazione in questo senso: fai presente che una sua reazione divertita o uno scoppio di risa fanno sentire il piccolo gratificato, perché capisce che la sua azione ha l'approvazione del padrone. Tenderà quindi a ripetere l'azione: è molto importante evitare di rafforzare comportamenti sbagliati come l'ingoiare tutto, facendo attenzione a non ridere neppure davanti a scene esilaranti.

Puoi poi consigliare alcuni accorgimenti utili, che vanno adottati a casa ma anche quando il cane è in passeggiata: dall'insegnare il comando "lascia", attraverso i giochi preferiti del cucciolo (ottima occasione per consigliarne qualcuno) all'insegnare alcuni comandi elementari come il seduto, il "terra" o il "resta" fino al comando "aspetta" prima di avventarsi sulla ciotola: sono elementi di un'educazione di base che consentono di avere un certo controllo sul cane.

È importante potenziare il richiamo, alla base del quale ci sono una buona relazione cane-proprietario e una buona gestione dell'animale. Vanno fatti inoltre degli scambi, cioè va proposto al cane un bocconcino prelibato quando prende in bocca qualcosa che non deve. L'ideale è lavorare in prevenzione: quando il cane ha fiutato o visto qualcosa che potrebbe prendere in bocca da terra, lo si chiama e gli si dà qualcosa di buono mentre ci si allontana.

#### Cosa non fare

Cosa non deve fare il proprietario? Di sicuro non sgridare il cane, punirlo o picchiarlo. Questi comportamenti aumentano il problema, alcuni cani arrivano a farlo di nascosto, scappano o non tornano al richiamo. compromettendo anche il rapporto cane-proprietario.

Sconsiglia categoricamente anche di strappare di bocca l'oggetto al cane, si peggiora



solo la situazione. In questo modo la sua possessività aumenta e può arrivare a manifestare aggressività possessiva che lo porta a difendere le risorse, compreso quanto ha in bocca, in maniera fin troppo decisa.



#### E nei casi disperati?

Se il comportamento indesiderato persiste, puoi consigliare di utilizzare la museruola, a volte può essere sufficiente. La maggior parte dei comportamenti ossessivo-compulsivi tende a regredire se il cane non riesce a soddisfare il suo bisogno. Di sicuro è uno strumento utile se non si vuole rischiare di ritrovarsi con il cane sul lettino operatorio.

#### Se mangia le feci

Dimostratevi competente: in questo caso si parla di *coprofagia*. Il cane può diventare coprofago per vari motivi, può mangiare le proprie o le feci di altri cani. Alcuni tipi di escrementi possono risultare per i cani molto appetibili,

È importante che il cliente sappia come instaurare un buon rapporto cane-proprietario

perché particolarmente odorosi o perché contengono residui di cibo non digeriti, come quelli di gatto.

Se in casa c'è anche un gatto quindi, puoi consigliare di tenere le lettiere in alto o in posti a cui il cane non possa accedere, magari ricorrendo a dei cancelletti che permettono al felino, ma non al cane, di passare attraverso le sbarre.

Ricorda però al cliente, che per un cane è del tutto normale annusare le feci di un suo simile per prendere informazioni su di lui, anche se a molti proprietari questo comportamento dà fastidio, perché si devono fermare se li hanno al guinzaglio, o gli fa addirittura schifo.

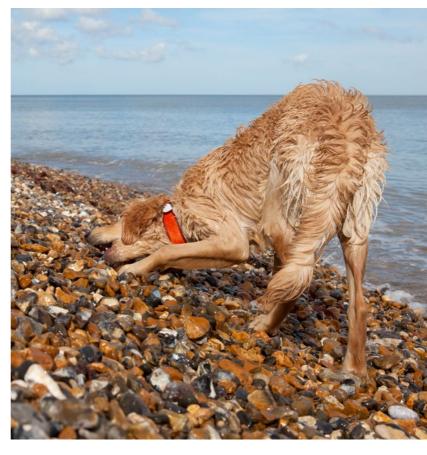
È invece importantissimo permettergli di annusare tutto, anche gli escrementi degli altri cani, perché l'olfatto è il senso che ha più sviluppato, oltre che il più usato.

#### Se mangia sassi

La motivazione che porta un cane a prendere in bocca i sassi è esplorativa o di gioco e non va assolutamente assecondata, sia perché i sassi rovinano i denti sia perché, nel caso vengano ingoiati, c'è il rischio di un intervento durgenza, se non si riesce a farglieli espellere in un altro modo.

Se il cliente lamenta questo problema, puoi consigliargli di ricorrere alla tecnica, già illustrata poco sopra, dello scambio: proporre un gioco o un bocconcino gustoso per fargli perdere interesse per il sasso.

Ricorda al proprietario di non lanciare mai i sassi al cane per giocare, ma solo palline o altri giochi, studiati apposta per lui.





## È SICURO TENERE IL CONIGLIO ALL'APERTO?

La bella stagione è finalmente arrivata e i tuoi clienti continuano a chiedertelo: ma i conigli possono stare all'aperto?

#### **CRISTIANO PAPESCHI**

Ormai la primavera è quasi finita, le giornate si sono allungate, le temperature sono diventate piacevoli e a breve subentrerà l'estate. Come noi umani ben sappiamo, con la bella stagione è bello stare all'aperto per godere di molta più aria e dei raggi del sole, soprattutto in questo periodo in cui, a causa dell'emergenza sanitaria, tutti quanti siamo stati costretti a rimanere chiusi dentro casa. E i conigli da compagnia? Possono godere anche loro di una



maggiore libertà? Questa è una domanda molto probabile per il negoziante specializzato, vediamo insieme quali consigli dare ai proprietari già "collaudati" e a quelli che si accingono ad acquistare o adottare il loro primo coniglio e necessitano di maggiori indicazioni a causa dell'inesperienza. Dunque, il coniglio può stare all'aperto con la bella stagione? La risposta a questa domanda è "sì", ma a patto che vengano rispettate alcune accortezze, soprattutto regole di buon senso, per mettere al sicuro il pet da eventuali rischi. Vediamo insieme le principali.

#### I rischi ambientali

In natura i conigli vivono all'aperto e sono esposti al caldo, al freddo, alla pioggia e al vento: insomma, alle intemperie. C'è da dire però, che allo stato selvatico questo animale ha la possibilità di scavare tane nel terreno dove ripararsi e può "autoregolarsi" nell'affron-



tare gli agenti atmosferici mentre un soggetto di proprietà è invece strettamente dipendente dalle attenzioni del proprietario. Di tutti i pericoli "atmosferici" (ad es. pioggia e vento, possibili anche durante la bella stagione), i rischi maggiori, in estate e all'aperto, sono il caldo e il sole: essendo un animale da pelliccia, il coniglio non tollera molto bene le temperature elevate e può rimanere vittima del "colpo di sole" e del "colpo di calore". Indipendentemente da dove viene tenuto, è fondamentale che il proprietario lasci sempre a disposizione un luogo fresco e in ombra dove ritirarsi o ancora meglio, si occupi di mettere al riparo il pet (magari riportandolo in casa) nelle ore più calde. Come regola generale, un coniglio non andrebbe mai lasciato all'aperto completamente solo e senza controllo anche perché il caldo eccessivo può rapidamente causarne il decesso. I segni clinici? dapprima iperventilazione, ottundimento del sensorio, svenimento e, infine, morte... e tutto questo può accadere anche nel giro di pochissimi minuti.

#### Il coniglio in giardino e in campagna

Non tutti hanno la fortuna di vivere in campagna o di possedere un giardino, ma per chi ne disponesse ecco i consigli più utili. La prima regola è evitare le fughe, pertanto lo spazio all'aperto destina-



Il terrazzo deve sempre essere messo in sicurezza, impedendo "decolli non autorizzati" del coniglio

to al coniglio dovrà essere debitamente recintato per impedire all'animale di allontanarsi o di non poter essere "preso" in caso di necessità. Un giardino in città è sempre confinato ma bisogna assicurarsi che la recinzione sia integra e che qualora l'animale decidesse di scavare, sia anche debitamente interrata. La recinzione deve anche impedire l'accesso a eventuali predatori come cani o gatti randagi, frequenti in città, oppure volpi e mustelidi in campagna. Qualora non si disponesse di un'idonea recinzione è sempre possibile ricorrere ai recintini mobili che il negoziante potrà consigliare e vendere: essendo strutture leggere e componibili permettono di dare al coniglio spazio in abbondanza, spostando il recinto per garantire sempre erba fresca e pulita senza che l'animale debba giacere sulle proprie deiezioni. Sono anche disponibili in commercio "arche", "gabbie mobili" o strutture tipo "voliera", più grandi e spaziose ma generalmente fisse, realizzate con un'intelaiatura rigida e con pavimento e pareti in rete metallica. Rimane sempre la regola di garantire ombra e fresco, un problema che in un giardino recintato, può essere risolto anche solo con delle semplici siepi, fermo restando il consiglio di ritirare in casa l'animale se le temperature diventano troppo elevate. È importante verificare l'assenza di erbe tossiche e impedire l'accesso a piante potenzialmente velenose, così come è fondamenta-



le rimuovere o mettere in sicurezza pericoli quali fili elettrici, attrezzi taglienti o oggetti che possano cadere sull'animale. Consigliate anche di verificare che il coniglio non realizzi tane o cunicoli dai quali potrebbe essere difficile tirarlo fuori. Di tutti i pericoli "atmosferici" i rischi maggiori, in estate e all'aperto, sono il caldo e il sole

#### Il coniglio in terrazzo

Un terrazzo o un balcone è sicuramente un'opzione più comune, visto che moltissime case in città ne sono provviste. Per prima cosa, il terrazzo deve essere messo in sicurezza, impedendo "decolli non autorizzati": cosa significa? Che il coniglio, un animale che non ha una grandissima percezione del vuoto, possa "volare" giù. Ciò vuol dire aggiungere una rete metallica alla ringhiera ed eliminare qualunque "trampolino" che gli consenta di scavalcare il parapetto. Anche in questo caso l'ombra e il fresco sono fondamentali, pertanto meglio lasciare a disposizione dei ripari quali, ad esempio, delle piante frondose o una tenda parasole, senza dimenticare la necessità di ritirarlo in casa nelle ore più calde o di maggiore esposizione.

#### Attenzione alle patologie

Le patologie sono sempre in agguato: un coniglio tenuto all'aperto è ancora più esposto al rischio di punture di insetti ematofagi, potenziali vettori di malattie infettive, o di essere infestato da ectoparassiti quali pulci o zecche, soprattutto se nei dintorni sono presenti animali randagi o selvatici. Pertanto, è consigliabile ricordare al proprietario di sottoporre il pet a visite periodiche, farlo vaccinare (una regola sempre valida) e se necessario, far applicare idonei antiparassitari: è solo il caso di sottolineare che alcuni prodotti, molto sicuri ed efficaci per il cane e per il gatto, sono tossici per il coniglio. Per quel che riguarda gli aspetti legati alla salute, alla profilassi delle malattie infettive e parassitarie, l'indicazione migliore che potete dare è quella di evitare il "fai da te" e confrontarsi con un veterinario esperto in animali non convenzionali che potrà dare tutte le istruzioni del caso.





## LA RIVOLUZIONE DEI MINI GAMBERETTI - (1 PARTE)

Focus sui mini crostacei fenomeno del momento che richiedono minimo spazio e poco impegno rispetto ad altri abitanti dell'acquario

#### **ALESSANDRO MANCINI**

#### Per neofiti ed esperti

Sotto la generica denominazione di caridine si annoverano ormai diverse specie e innumerevoli varietà di gamberetti d'acqua dolce e salmastra, appartenenti a diversi generi (Caridina, Neocaridina, Halocaridina), della famiglia Atyidae. Tra le tante caridine disponibili in acquariofilia, certamente la popolarissima "Red Cherry" (Neocaridina heteropoda) risulta una delle più facili da allevare e anche da riprodurre, insieme alla meno vistosa ma ugualmente robusta congenere N. palmata. Pur essendo particolarmente robuste e adattabili, le specie d'acqua salmastra come la notissima Caridina multidentata (ex japonica), il primo di questi gamberetti a essere stato allevato in acquario, introdotto dagli acquariofili giapponesi - presenta notevoli difficoltà nella riproduzione, essendo la schiusa delle uova e lo svezzamento delle larve legati a una certa salinità dell'acqua. Le bellissime e sempre più richieste varietà di Caridina sp. cf. cantonensis ("Crystal Red", "Crystal Black", "Tiger", ecc.) non sono invece consigliabili al neofita: per esse la qualità dell'acqua gioca un ruolo fondamentale, mentre la temperatura, quando d'estate raggiunge e supera regolarmente i 27-28 °C, costituisce un fattore limitante per una crescita ottimale.



#### Vasca mista o dedicata?

Inizialmente, le caridine (in particolare C. multidentata o "gamberetto di Amano") furono proposte come efficaci mangia-alghe negli acquari dedicati essenzialmente alle piante, come alternativa o complemento ai tradizionali pesci algivori. In seguito, si è cominciato ad allevarle sempre più spesso nelle vasche di comunità con pesci pacifici e di piccola taglia (neon, cardinale, rasbore, danio, ecc.): ben presto però la "caridinomania" ha contagiato un numero sempre più crescente di acquariofili, tanto che oggi molti si dedicano esclusivamente a questi gamberetti, riservando loro specifiche vasche (caridinai). Negli acquari di piante (o "naturali") le caridine vengono molto apprezzate, in questi ambienti però bisogna fare attenzione alla carenza di ossigeno frequentemente riscontrabile nelle ore notturne, spesso fatale a questi gamberetti (molti consigliano in proposito un'aerazione supplementare notturna). Negli acquari "misti", infine, occorre vigilare sulla compatibilità di questi minuscoli gamberetti con molti pesci, che possono attaccarli soprattutto nel delicato momento della muta. In definitiva, la soluzione migliore da proporre al cliente resta l'acquario dedicato, o "caridinaio", ovvero una vasca - anche di piccole dimensioni, a partire da 15-20 litri - esclusivamente riservata alle caridine.

> Le caridine nascono come alternative mangia-alghe negli acquari dedicati essenzialmente alle piante

Eventuali convivenze si possono realizzare soprattutto con pesci minuti, socievoli e pacifici, come piccoli tetra (neon, cardinale, *Hyphessobrycon amandae*, ecc.), mini-rasbore (*Boraras*, *Trigonostigma*) e altri piccoli Ciprinidi (*Puntius cumingii*, *P. gelius*, *Tanichthys albonubes*, ecc.),



Poecilia wingei (Endler), Otocinclus spp., Corydoras hastatus, C. pygmaeus, ecc.

#### Mai da sole

Le caridine sono molto socievoli e andrebbero tenute sempre in gruppo. Individui isolati possono manifestare un'eccessiva timidezza, viceversa se tenuti in gruppo si mostrano in attività anche durante il giorno, pur essendo in origine organismi tendenzialmente crepuscolari o notturni. Il numero dipende ovviamente dalle dimensioni della vasca, nonché dalla taglia e dalle esigenze di spazio delle singole specie. Quasi tutte, restando entro i 3 cm di lunghezza massima, si possono tenere (in acquari a esse esclusivamente dedicati) a una densità di un individuo adulto per litro d'acqua effettivo (calcolato cioè al netto di sabbia, arredamento e accessori interni); per la più voluminosa



Caridina multidentata andrebbero invece calcolati 1,5-2 litri per individuo. Se le caridine sono allevate in acquari con pesci e altri coinquilini, i litri/individuo dovrebbero essere raddoppiati. È importante inoltre prevedere nel tempo un aumento di popolazione dovuto alla riproduzione: ciò vale soprattutto per le specie più prolifiche e facili da riprodurre (come Neocaridina heteropoda e N. palmata), il cui numero può raddoppiare o triplicare nel giro di poche settimane.

> La soluzione migliore da proporre al cliente è l'acquario esclusivamente dedicato, o "caridinaio"

#### L'acqua migliore

Compatibilmente con le esigenze di coltivazione delle piante, il substrato di fondo dovrebbe essere il più semplice e ben drenato possibile (sabbia o ghiaia quarzifera non troppo chiara). Questi gamberetti sono infatti estremamente sensibili alle esalazioni di idrogeno solforato causate da stagnazione e fermentazione ("fondo nero"), che possono provocarne la morte in brevissimo tempo. Molto gradite le foglie di faggio e di "ketapang". La fertilizzazione dovrebbe essere mirata e ben dosata, per ridurre i rischi di un pericoloso accumulo di metalli quali ferro e rame, spesso tossici per i gamberetti anche ai livelli normalmente desiderati per un acquario di piante. Consigliabili valori di durezza e pH relativamente bassi (rispettivamente entro 10 °dGH e pH 7,0-7,5), onde ridurre al minimo l'incidenza di attacchi fungini o batterici; allo stesso scopo, sarebbe invece opportuna un'aggiunta di sale per le specie originarie di acque salmastre (come C. gracilirostris e C. multidentata), che gradiscono al contrario un'acqua più dura e alcalina (15-20 °dGH e pH 7,5-7,8).

Nel prossimo numero, ci occuperemo in particolare dell'alimentazione e della riproduzione di questi splendidi mini-crostacei (Continua).



### TDS: A COSA SERVE DAVVERO?

Negli ultimi anni, grazie ai mercati cinesi, sono scesi a prezzi molto contenuti vari modelli di tester TDS. Sono davvero utili?

**VALERIO ZUPO** 

#### Una misura non nota a tutti

In passato il cliente chiedeva normalmente un misuratore di pH ed uno di durezza, possibilmente liquido, con tanto di contagocce e piccola provetta di test. Oggi questi sistemi sembrano essere divenuti obsoleti quanto la TV in bianco e nero, perché la vita scorre più veloce e fermarsi per ben due minuti a contare goccine che cadono, appare un tempo infinitamente noioso.

D'altra parte esistono i misuratori in stick multi-test che sono veloci, abbastanza affidabili e più duraturi. A questo proposito bisogna ammettere che il negoziante specializzato è talvolta anacronistico, specialmente se appartiene alla "vecchia scuola" perché diventa difficile suggerire un test liquido, quando sul mercato sono presenti ottimi stick multi-parametrici, in alcuni casi leggibili anche mediante App sul telefonino. Dovremmo considerare e proporre più spesso questi sistemi, perché sono facilmente presentabili

al cliente, meglio accettati, e in molti casi più precisi: le cartine colorimetriche sugli stick offrono in genere risultati più costanti nel tempo rispetto ai liquidi, che scadono in fretta, anche sugli scaffali del negoziante.

L'alternativa per i super-esperti è spesso rappresentata dai misuratori elettronici, generalmente in stick: lo immergi nell'acqua, premi "on" e leggi il valore del pH sul comodo display. Peccato che solo alcuni prendano in considerazione la necessità di continue tarature per ottenere misure affidabili. Un misuratore elettronico, che sia





di pH, di conducibilità o di potenziale redox, necessita di tarature molto frequenti, altrimenti produce risultati assolutamente... fantasiosi. Questo non spaventa in genere l'hobbista, specialmente se il risultato è conforme alle sue aspettative. Così si ottengono acquari marini con pH effettivi di 6,5, dai quali si ottengono permanentemente misure (teoriche) di pH 8,1! Eccellente ma... perché mai i coralli sbiancano? Sarà colpa della politica!

La diffusione di strumenti di provenienza orientale, generalmente a prez-



zi bassissimi, produce ulteriore confusione. Non bisogna avere preconcetti e fare di tutta un'erba un fascio. Alcuni funzionano davvero. Si trovano sui mercati paralleli (basta cercare in internet) misuratori di pH in stick dal costo di 5-6 euro (spedizione inclusa) che funzionano benino. Talvolta leggono solo la prima cifra decimale ma, se tarati spesso, offrono risultati affidabili. Altri sono apparentemente più performanti (e mostrano eventualmente due o tre cifre decimali) ma producono errori di lettura di più di un punto pH: praticamente inutilizzabili in acquario.

In questo senso il negoziante specializzato potrebbe dare pareri esperti e aiuti concreti per evitare all'hobbista grandi sviste.

La diffusione di questi stick ha indotto secondariamente la diffusione di alcune misure che sono da sempre considerate in altri settori (piscine, acqua potabile), più che in acquariofilia. È il caso dei misuratori cosiddetti TDS (Total Dissolved Solids), che sempre più spesso si ritrovano nel cassetto degli acquariofili, non tanto per il loro indispensabile ruolo analitico, ma piuttosto perché si possono acquistare su alcuni siti cinesi anche a 3-4 euro. Solitamente indicano TDS e temperatura, mediante la pressione di un tasto interruttore. Cosa misurano effettivamente? Come? Sono realmente utili per l'acquariofilo?

#### Cos'è il misuratore TDS

Partiamo dal principio che esistono diverse misure della conduttività in acqua, ovvero della capacità della soluzione di trasportare ioni. Tra le varie misure, due molto comuni sono la E.C. (Electric Conductivity in μS/cm, microsiemens per centimetro) e la TDS, in ppm (parti per milione), ovvero, in milligrammi per litro di solidi disciolti. La prima è una misura diretta. Lo strumento contiene due elettrodi metallici e l'elettronica valuta la resistenza elettrica dell'acqua. La vera misurazione del totale di solidi disciolti richiederebbe tecniche abbastanza sofisticate in laboratorio, perché ogni sale reagisce in modo diverso e il loro insieme conferisce patterns complessi di resistenza e conduttanza. Alcuni addirittura confondono i "solidi disciolti" con i "solidi sospesi" (TSS) e si riferiscono quindi ad un'altra misura, legata alla torbidità dell'acqua, che si legge per via spettroscopica. Non dobbiamo dunque meravigliarci se i misuratori di TDS sono molto economici, trattandosi banalmente di misuratori di conduttività che effettuano un semplice calcolo di conversione.

#### Come si ottiene la misura TDS

Questo produce purtroppo un ulteriore problema, perché misuratori diversi possono effettuare conversioni diverse e restituire quindi risultati contrastanti. In particolare, alcuni misuratori (soprattutto americani) effettuano una conversione sul cloruro di sodio e moltiplicano quindi la conduttività (E.C.) per 0,5. In Europa si usa un fattore di conversione ancora più complesso, che vale 0,64. In Australia si preferisce invece una conversione più difficile che tiene conto della conduttività prodotta da solfato di sodio, bicarbonato di sodio e cloruro di sodio; in questo caso il fattore di conversione

I famosi TDS sono banalmente dei misuratori di conduttività che effettuano calcoli di conversione

diviene 0,7. In altri Paesi si preferisce il fattore di conversione basato sulla conduttività del cloruro di potassio e si moltiplica quindi la conduttività per 0,55. Come si vede, a partire dalla normale conduttività (E.C.) ogni misuratore TDS può dare valori diversi secondo l'ipotesi di composizione, utilizzando il semplice calcolo:

#### TDS (ppm) = E.C. ( $\mu$ S/cm) x Fattore Conversione (scelto tra 0,5 – 0,64 – 0,7 – 0,55)

In genere i misuratori prodotti in Cina sono cloni di quelli Hanna (USA) ed utilizzano quindi un fattore di conversione 0,5. Basta immergerli in acqua per pochi istanti per leg-

gere il valore TDS, ma non tutti sono davvero precisi. A questo proposito riferitevi al valore di temperatura indicato, perché se è errato quello, lo sarà certamente anche il TDS. In alcuni casi è presente una vite di regolazione: usatela, immergendo lo strumento in una soluzione di riferimento per conduttività (generalmente si utilizza uno standard a 1413 μS). Se la vite è assente e i valori di temperatura sono errati, allora lo strumento non vi sarà di molta utilità.



#### **Utilità per l'acquariofilo**

Da quanto sopra riportato è evidente

che TDS è un dato calcolato, abbastanza "ballerino" e quindi serve davvero a poco. Conviene semmai trasformare il dato TDS in E.C., a meno che lo strumento acquistato non sia già dotato della possibilità della lettura diretta. Da quanto riportato, basterà moltiplicare il dato per due, se il fattore di conversione è pari a 0,5. In pratica, se misurate TDS 120 ppm sappiate che state leggendo una conduttività di 240 μS e questo dato ha notevole importanza per l'acquariofilo. Innanzitutto si può valutare la qualità dell'acqua prodotta dal nostro sistema a osmosi inversa: dovrebbe essere inferiore a 10 µS ma se superiore a 20-25 vuol dire che il sistema funziona male. Possiamo di pari usare E.C. per valutare la qualità dell'acqua dolce in acquario. Spesso una conduttività pari a circa 140-150 μS è ideale per piante e pesci amazzonici, mentre un acquario per Guppy e piante robuste potrà avere conduttività molto più elevata. È utile altresì per evitare sbalzi repentini ai pesci appena importati: basterà immergere lo strumento nelle buste di trasporto dei pesci, leggere il valore (moltiplicare per due!) e confrontarlo con la conduttività nelle vasche da esposizione. In caso di forte differenza converrà una modifica goccia a goccia. Alcuni utilizzano la conduttività (E.C. o TDS) anche per valutare il consumo progressivo di fertilizzanti nell'acqua dolce, ma questo dato è influenzato dalla presenza di vari sali, ammoniaca e composti dell'azoto, per cui i risultati sono molto discutibili.



## **CONTORNA IL LAGHETTO DI PRIMAVERA**

Le piante da bordura possono aprire nuovi orizzonti di mercato anche grazie a possibili collaborazioni con vivaisti

#### **LUCIANO DI TIZIO**

Il laghetto, lo sosteniamo da anni, è in una posizione che potremmo quasi definire "di confine", a metà tra l'acquariofilia e il giardinaggio. Da negoziante del resto, questo lo sai bene: tra i clienti che chiedono teli, scocche, giochi d'acqua e tutto l'altro materiale, vivo compreso, che occorre per uno stagno casalingo ci sono infatti sia appassionati di giardinaggio, che vogliono abbellire il loro angolo verde con un punto d'acqua, sia acquariofili che vogliono allargare i propri orizzonti. Il gestore di un pet shop che voglia curare anche questo settore deve avere perciò una mente aperta ed essere capace di andare oltre i confini tradizionali offrendo una vasta gamma di prodotti, o direttamente o consorziandosi con altri (vedremo fra poco come) o quantomeno offrendo al cliente i giusti consigli, con il non trascurabile vantaggio collaterale di fidelizzarlo. Tutto questo discorso per aprire la strada all'argomento che affronteremo oggi: le piante da bordura. Un tema d'attua-



lità in questi mesi primaverili nei quali lo stagno in giardino ha ripreso vita e tanti appassionati sono pronti a darsi da fare per offrire, un... vestito nuovo allo specchio d'acqua che rallegra il loro personale angolo di natura.

Le piante da bordura (o da ripa) sono dunque, quelle che fanno da "contorno" al laghetto e ne rendono ancor più gradevole la vista. La scelta è

immensa: intorno allo stagno sarà possibile piantare infatti quasi ogni specie che ci venga in mente, purché non abbia esigenze del tutto incompatibili con la vicinanza dell'acqua. Persino un cactus deserticolo, una scelta teoricamente non idonea, potrebbe rivelarsi adattabile. Fatta questa premessa è ovvio che nel limitato spazio di un pet shop, salvo rarissime eccezioni, non sarà possibile offrire infinite alternative. Come fare, allora?

È bene prevedere una periodica manutenzione per impedire che queste piante conquistino spazi eccessivi

#### **Trova un partner**

La soluzione più semplice è nella cooperazione: un accordo con un esercizio specializzato in piante, fioraio o garden center che sia, potrà offrirci la possibilità di ampliare l'offerta senza intasare il negozio. Un catalogo con immagini, oggi realizzabile facilmente usando la fotocamera annessa al telefonino e la possibilità di fornire le piante su ordinazione, in tempi estremamente rapidi, ci consentirà di accontentare i nostri clienti e far crescere insieme il volume d'affari nostro e del fioraio con il quale avremo stretto accordi.

#### Il verde seduce sempre

Ma possiamo fare anche di più, per far lievitare le vendite: potremo allestire in negozio un elegante angolo verde con alcune piante, magari proprio accanto a uno stagno allestito (laddove possibile) o comunque nei pressi dell'espositore con gli articoli da laghetto. Sarà sufficiente una fio



#### I "TIPI BIOLOGICI"

Per comodità di esposizione le piante da laghetto vengono di solito suddivise in alcuni "tipi biologici":

- galleggianti (o natanti) che, prive di radici fissate nel substrato, galleggiano sulla superficie dell'acqua al di fuori della quale non potrebbero vivere;
- sommerse, strettamente acquatiche, che radicano sul fondale e possono sviluppare foglie sia sotto che oltre il pelo dell'acqua;
- da ripa o palustri che vivono parzialmente immerse o all'asciutto ma comunque sempre vicine a un corpo idrico;
- da bordura, che comprendono sia le specie da ripa sia le infinite altre che possono essere coltivate intorno al laghetto come in qualsiasi altro posto del giardino.





riera più o meno capiente con qualche pianta in vaso. Se le scegliamo fiorite (in primavera le opzioni non mancano) l'effetto positivo sarà centuplicato. Il tutto con una manutenzione davvero minima: acqua secondo le esigenze delle specie presenti e luce adeguata, naturale se disponibile oppure con una lampada fitostimolante, di quelle che abbiamo in catalogo anche per gli acquari. Oltre questo basterà rimuovere eventuali foglie ingiallite o fiori appassiti e niente altro.

Davvero poco, se paragonato alle potenzialità che ci offre una simile soluzione per gli affari ma anche per l'estetica. Un locale accogliente resta sempre, in qualsiasi settore merceologico, un buon biglietto da visita.

#### Scegli tra mille varietà

Scelta immensa, abbiamo detto. Nello spazio limitato di un articolo non si potrà far altro che offrire un sommario elenco di alcune tra le specie più frequentemente coltivate senza la pretesa di essere esaustivi.

Cominciamo con piante note e comunissime: sono eccellenti per far da bordura al laghetto, ad esempio, le primule, Primula spp., deliziose piante da fiore con numerose colorazioni, o il nontiscordardimé, Myosotis palustris; entrambe richiedono molta acqua e prediligono terreni umidi, condizioni apprezzate pure dalle numerose varietà di ciclamini Cyclamen spp. e in parte anche dal mughetto, Convallaria majalis, con fiori bianchi a campanellino fortemente profumati.

Una delle piante che più attirano gli appassionati del laghetto è certamente la Calla palustris dai bellissimi fiori bianchi. Molto simile è la Zantedeschia, che ha l'indiscusso pregio di essere più facilmente reperibile: in commercio se ne trovano diverse varietà, dalla classica con i fiori bianchi a quelle con appariscenti fiori giallo o rosacei con diverse possibili sfumature. Dobbiamo però ricordarci che la Calla (non a caso il nome specifico

#### PIANTE MEDICINALI

Tra le piante citate in questo articolo alcune sono considerate officinali. Acorus calamus, detto calamo aromatico o anche canna odorosa, viene ad esempio utilizzato per stimolare l'appetito, facilitare la digestione e come stimolante del sistema nervoso. Caltha palustris veniva anticamente impiegata dalla medicina popolare per combattere i disturbi gastrointestinali e la tosse catarrosa ed era consigliata per favorire la sudorazione mentre è tuttora presente in alcuni composti omeopatici per il trattamento delle dermatiti e delle eruzioni cutanee. Non ci sono però al momento evidenze scientifiche che possano confermarne l'utilità terapeutica.

è palustris) può anche radicare in acqua mentre per la Zantedeschia è preferibile la coltivazione con le radici all'asciutto. Simile, ma soltanto nel nome, è Caltha palustris, piccola pianta perenne alta sino a mezzo metro con fiori di un bel giallo intenso, ascritta alla famiglia delle Ranunculaceae. La Caltha è apprezzata, in particolare nelle aree più fredde, per essere molto resistente alle basse temperature ma, attenzione, ama comunque sole e luce e va coltivata in una posizione ben esposta. Nessun problema, invece, con le

circa 200 specie di giaggioli, *Iris* ssp., che possono star bene un po' ovunque. Anzi

#### **PIANTE TOSSICHE**

Caltha palustris era in passato considerata commestibile ma l'impiego in cucina è stato abbandonato da tempo perché è tossica e può determinare irritazioni cutanee e allergie. Del tutto singolare invece la posizione del finocchio d'acqua Oenanthe aquatica che risulta venefico se consumato fresco ma è invece innocuo se essiccato.

ne esiste persino una specie tappezzante a crescita rizomatosa, *Iris japonica*, che può prosperare persino in ombra, ideale in molte situazioni. Unico "difetto": gli iris sono inodori, ed è un vero peccato. L'esatto contrario di *Mentha aquatica* che non ha fiori vistosi ma sparge intorno a sé un gradevolissimo effluvio.

Potremmo andare avanti a lungo, ma lo spazio non lo consente. Giusto un cenno, allora, per altre specie che possono interessare noi e i nostri clienti: le comunissime viole del pensiero, o pansé, *Viola tricolor* il nome scientifico, ad esempio. Sono piante annuali o perenni dalla vita breve ma in compenso danno davvero spettacolo al momento della fioritura. *Epilobium hirsutum*, detto garofanino d'acqua o violetta di palude, ha appariscenti fiori rosa e ama terreni molto umidi così come il finocchio d'acqua *Oenanthe aquatica* e la piantaggine d'acqua *Alisma plantago-aquatica*, che vanta una lunga serie di nomi comuni: cucchiaio, mestola, mestolaccia. *Lysimachia ciliata*, una comune pianta erbacea, si segnala per i fiori gialli mentre la varietà "*Firecracker*" (*Lysimachia purpurea*) arricchisce la sua offerta estetica con foglie rosso porpora scuro.

Concludiamo con alcune specie ottime come "quinta" per isolare il laghetto da altre parti del giardino, per schermare da una eccessiva insolazione o semplicemente come ornamento. Tra queste le canne meritano un posto di rilievo: tra le diverse specie una di quelle usate più spesso è *Acorus calamus*, una erbacea perenne di bell'aspetto. Molto apprezzate sono anche *Typha spp.*, la cosiddetta "cannuccia", e *Typha minima*, particolarmente adat-

ta ai piccoli invasi. Citiamo infine *Cyperus papyrus*, il papiro, coltivato spesso anche in appartamento ma che in realtà dà il meglio di sé come pianta palustre accanto al laghetto o, meglio ancora, con le radici in acqua. Stesse identiche condizioni per il giunco, *Juncus* spp. e per la cannuccia o canna di palude *Phragmites communis*.

Le piante da bordura (o da ripa) fanno da "contorno" al laghetto e ne rendono gradevole la vista

Come piante di quinta si può usare anche la lavanda, *Lavandula angustifolia*, che forma ampi e odorosi cespugli, oppure *Hedera* spp., l'edera comune: tra le sue numerose specie e varietà troveremo certamente quella che fa al caso nostro.

Attenzione, però, tutte le piante citate in questi ultimi paragrafi vanno tenute sotto controllo: serve una periodica manutenzione per far sì che non conquistino spazi eccessivi, a discapito di altre specie.

Il troppo stroppia, anche nel laghetto...





## **LA TORTORA DAL COLLARE**

Un columbiforme selvatico, diventato domestico: può facilmente essere allevato e addomesticato, conosciamolo meglio

**GIANNI RAVAZZI** 

Volgarmente detto colombo, la tortora dal collare spesso vive e si lascia avvicinare dall'uomo nei giardini delle case, sui balconi, dove non di rado nidifica tra i fiori coltivati in vaso. Non teme gli umani, anzi ne sfrutta la vicinanza per mettersi al sicuro da alcuni suoi predatori naturali. Impariamo ad apprezzarne l'eleganza e la docilità esplorandone le caratteristiche.

#### **Classificazione scientifica**

La tortora dal collare o tortora orientale (Streptopelia decaocto) è simile, per taglia e colorazione, alla tortora dal collare afri-



cana (Streptopelia roseogrisea) che nella forma ancestrale, differisce per una colorazione meno tendente al grigio-bruno e più al color cipria. Si ritiene che entrambe siano imparentate con le tortore domestiche che vengono allevate nella tipica colorazione bianca, marrone rossiccia, pezzata e in altre mutazioni selezionate dall'uomo. Entrambe appartengono:

• all'Ordine Columbiformi (Columbiformes) Columbidi (Columbidae) • alla Famiglia

• alla Sottofamiglia Columbini (Columbinae) • al Genere Streptopelia (Streptopelia)

La tortora dal collare è di origine asiatica e dall'inizio del Novecento ha cominciato a colonizzare l'Europa in maniera costante e progressiva: nei primi anni del secolo si cominciò ad avvistarne una colonia lungo il Danubio; poi piano piano la diffusione ebbe una progressione più rapida in tutta Europa, partendo dal nord. Attorno al 1950 se ne contavano già diverse colonie in Germania, Olanda, Belgio, Svezia e Danimarca. In Italia arrivò negli anni Sessanta, la colonizzazione fu rapidissima e le popolazioni residenti molto numerose. Negli anni Settanta completò la colonizzazione europea risultando presente sia nel continente che nelle isole. L'ultimo studio che ne ha valutato la popolazione, negli anni 2000, ci dice che in Europa potrebbero aggirarsi tra i 12 e 13 milioni di coppie nidificanti.



#### Il color tortora nasce con lei

Con una taglia di 26-28 cm, un peso di 150-180 gr e un'apertura alare di 44-47 cm, la tortora è un uccello piuttosto robusto e forte nonostante l'aspetto elegante e slanciato. La colorazione della livrea è particolare, con una base grigio-bruno chiara, con il dorso leggermente più carico e le parti ventrali tendenti al crema. Quello che viene oggi definito color tortora appunto.

Sul collo ha un collare nero incompleto nella parte anteriore ma molto ben visibile. Remiganti e timoniere sono nerastre e molto particolare è la colorazione dell'occhio, con iride color mattone e anello perioculare di pelle bianca a farlo risaltare. Il becco è color piombo e con cera grigiastra. Le zampe sono "grigio-vinose".

Non c'è dimorfismo sessuale evidente. I soggetti immaturi sono simili agli adulti, leggermente ridotti di taglia, con il becco più leggero e sono privi del collarino che comparirà alla prima muta.

#### **Quel richiamo inconfondibile**

In origine il suo ambiente naturale erano le zone aride e semidesertiche; poi ha cominciato a insediarsi in ogni ambiente anche fortemente antropizzato diventando, soprattutto nella colonizzazione europea, un uccello "cittadino".

Oggi la si vede sempre più spesso a strettissimo contatto con l'uomo visto che sceglie come siti di nidificazione i vasi sui balconi, le siepi nei giardini e ogni spazio dove possa costruire il suo rudimentale nido a coppa, fatto con erbe secche e rametti intrecciati.

Il suo tipico richiamo è un "kù kuùuùu kù" ripetuto più volte, gutturale e molto tipico. Nel periodo di corteggiamento il maschio soprattutto si fa sentire molto e ripetendo il richiamo segue la compagna in ogni spostamento.

La femmina depone 2 uova di colore bianco, covate a turno con il maschio ma comunque in prevalenza dalla femmina, per circa 16 giorni. Le coppie di tortore restano unite a lungo, spesso per tutta la vita, sono tendenzialmente monogame e hanno una relazione di coppia molto stretta. Le cure parentali sono notevoli e i piccoli, nutriti per i primi giorni con la sostanza grassa detta "latte di tortora" (come accade a tutti gli altri columbiformi ma anche agli psittaciformi). Sono in grado di fare i primi passi fuori dal nido tra le 3 e le 4 settimane e sono autonomi a circa 40 giorni.

Ogni coppia può portare a termine da 2 a 4 nidiate per stagione riproduttiva che nei nostri territori (anche in voliera per chi alleva tortore) va da marzo a settembre.



Si nutre di granaglie e di bacche e condivide con molti altri uccelli che vivono a contatto con l'uomo i suoi avanzi: è facilissimo attirarla mettendo sui davanzali delle finestre o sui balconi un po' di briciole di pane, pezzettini di frutta e verdura e una ciotola di acqua...

Ha scelto di stare vicino all'uomo per sfuggire ai suoi predatori naturali che ne predano i nidi come cornacchie, corvi e gazze ma anche ai falchi e altri rapaci notturni che cacciano anche gli adulti.



#### Consigli per allevarla a casa

In ambiente controllato può essere facilmente allevata in voliere esterne di dimensioni di almeno cm 150x 80x 200h, alimentata con un miscuglio di semi secchi come frumento, mais spaccato, scagliola, miglio, avena decorticata e risone verde. Sementi lessate, bacche varie e un paté per insettivori aiutano nel periodo dello svezzamento, visto che in natura integra la dieta con gli insetti che trova tra i rami.

Ama farsi il bagno e quindi oltre all'abbeveratoio, sarebbe buona norma mettere in voliera anche un recipiente ampio, dai bordi bassi (tipo un sottovaso) di una ventina di cm di diametro, con 2-3 cm di acqua dove possa sguazzare e lavarsi il piumaggio. Anche un'analoga ciotola con sabbia di fiume può essere utile perché ama anche farsi qualche bel bagno di polvere...

In un angolo riparato dell'alloggio si può mettere un porta nido, ovvero una cassettina a base quadrata di circa 15-18 cm di lato, con un bordo di 4-6 cm dove le tortore possano ammassare il materiale da imbottitura che viene loro fornito (fieno, fili d'erba secchi, fili di iuta ecc.: mai cotone che potrebbe finire in gola ai pulli e soffocarli).

#### Come addomesticarla

Si tratta di uccelli estremamente docili, facili da addomesticare anche se allevati dai genitori perché si abituano fin dalla nascita a essere toccati dall'allevatore. Nelle forme domestiche di Streptopelia selezionate con colorazioni che vanno dal bianco candido al pezzato al grigio al rossiccio, la domesticità è diventata proverbiale... basti pensare alle tortore bianche dei prestigiatori e dei maghi.

Una tecnica usata per allevare e addomesticare i columbidi, che hanno come metodo di alimentazione dei pulli quello di aprire il becco e lasciare che siano i piccoli a inserire il proprio all'interno di quello dei genitori, è quella di lavare bene in acqua calda una miscela di sementi (di solito frumento e scagliola e miglio), farli ammollare un po, quindi mettersene una piccola quantità in bocca. Si prende il piccolo dal nido e spingendogli delicatamente il becco nella propria bocca di essere umano, si attende che cominci a mangiare, cosa che naturalmente fa subito trovandosi a contatto con il cibo, ingollando golosamente ed emettendo "gridolini" di soddisfazione... In questo modo, anche una volta cresciute le tortore mantengono una confidenza totale con il proprietario.

# BACHECA

CLASSIFIED ADS

#### LAVORO/OFFERTA

#### Chemi-Vit / agenti



Azienda di livello internazionale, leader nella produzione di pet food, nel quadro del suo sviluppo e al fine di rafforzare ulteriormente la rete di vendita sul territorio nazionale, cerca agenti commerciali per le seguenti aree territoriali: Lazio - Abruzzo - Piemonte - Liguria - Bergamo - Brescia -Mantova - Friuli Venezia Giulia.

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.

- 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).

#### Info

inviare CV all'indirizzo e-mail inviare CV a info@chemivit.com

#### Galanti Pet / agenti plurimandatari



Società con distribuzione esclusiva di alimenti, accessori e snack per cani, gatti, pesci, roditori e ornitologia in generale, ricerca agenti plurimandatari o monomandatari per espandere la propria rete commerciale su tutto il territorio nazionale (esclusa zona Lazio). Si richiede professionalità ed esperienza già maturata nel settore.

#### Info

tel. 0773663916 / inviare CV a christian@imogalanti.com

#### Monge / agente di commercio

Azienda leader in Italia e tra le più importanti realtà in Europa e nel mondo nel mercato pet food, proprietaria di importanti brand quali Monge Natural Superpremium, Gemon, VetSolution, Monge BWild, Excellence, Lechat, Special Dog, Simba, Leo's, in forte crescita di fatturato dal 2000 ad oggi e con

ancora più ambiziosi nel prossimo triennio, ha intenzione di potenziare ulteriormente la sua efficace rete di vendita Specialist (catene pet, pet shop, garden, agrarie, brico).

Cerca un agente per le zone di Parma, Mantova e relative provincie. Il candidato/la candidata ideale dovrà avere:

- una significativa esperienza e introduzione nel settore Specialist;
- conoscenza dei più importanti clienti in zona:
- determinazione e autonomia organizzativa nel ruolo;
- capacità a lavorare con metodo e su obiettivi specifici. Cosa si offre?
- Una zona con importanti fatturati e clienti già acquisiti;
- coinvolgimento nella gestione dei punti vendita delle catene pet;
- un portafoglio di prodotti/marchi molto ampio e al top di mercato;
- interessanti trattamenti provvigionali, in grado di soddisfare candidature molto qualificate;
- un piano di incentivi trimestrali, su obiettivi commerciali,
- un periodo iniziale di formazione in azienda per conoscere i prodotti e la politica commerciale;
- ulteriori momenti di formazione in ambito commerciale e nutrizionale.

Info: tel. 0172747111 / inviare CV con foto a info@monge.it

#### Azienda / agenti

Azienda di quinzaglieria artigianale di ottima qualità cerca su tutto il territorio nazionale agenti plurimandatari. Offresi ottime provvigioni.

**Info:** cell. 3315001724 Sig. Davide

#### Pets Fitness / agenti

Pets Fitness, distributore esclusivo per l'Italia dei brand Grizzly Salmon Oil, Tropiclean e Tasty Bone, per soddisfare le proprie esigenze di espansione e distribuzione di nuovi brand ricerca agenti pulirmandatari, con contratto Enasarco, per le zone: Piemonte, Lombardia, Emilia, Abruzzo, Friuli, Calabria e Liguria.

**Info:** Inviare CV a info@petsfitness.com

#### Azienda / agenti

Nota azienda nel settore dell'abbigliamento e degli accessori per cani di piccola taglia made in Italy ricerca agente di commercio, per il potenziamento della propria rete di vendita, nelle seguenti aree territoriali: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia e Sardegna. Si richiede esperienza maturata nel settore, spiccata attitudine alla vendita e professionalità. Sono previsti interessati trattamenti provigionali

**Info:** cell. 3482996910



#### Prodac international / agenti plurimandatari

Azienda di produzione e leader nel settore dell'acquariologia dal 1976 cerca agenti plurimandatari per il canale specializzato. Si richiede posizione Enasarco e conoscenza del settore.

È previsto un interessante trattamento provvigionale, incentivi fatturato e formazione presso Prodac.

**Info:** inviare CV a info@prodac.it / tel. 0495971677

#### T.A.F. Trans Aquarium Fish / agenti

#### plurimandatari

Azienda leader del settore acquariologia dal 1984 cerca agenti plurimandatari per la distribuzione di pesci, piante per acquari ed accessori. Si richiede un minimo di conoscenza del settore e inserimento nei canali specializzati.

**Info:** inviare CV a info@tafsrl.to / tel. 0119866465

#### VITA E ATTREZZATURE / OFFERT

#### Cedesi / attività

Vendesi causa motivi di salute, avviatissima attività di pet shop con toelettatura annessa, situata in provincia di Pavia.

#### Info

mandare un SMS al numero: 3395916344

#### Cedesi / attività

Cedesi per motivi di salute storica attività di toelettatura, avviata nel gennaio 1994 in zona Villanuova sul Clisi vicino a Salò (BS), con ottima e selezionata clientela. Attrezzatura completa in ottimo stato e disponibilità di affiancamento. Trattativa riservata.

**Info:** piovanelli.marisa.65@gmail.com

#### Cedesi / attività

A Milano zona San Siro, cedesi attività di oltre 30 anni, pet shop con annessa toelettatura. Prezzo 30.000 euro.

#### Info

cell. 3331303748 Sig. Gerry

#### Cedesi / attività

Cedesi a Castelfranco Emilia provincia di Modena, attività storica attualmente operante in tutto il settore pet, acquariologia, toelettatura per piccoli cani, giardinaggio. Bellissima posizione su via principale, ampia area verde utilizzabile anche per mostra, parcheggio privato, 200 mg piano terra con porticato esterno, 200 mg primo piano. Grande potenziale. Affittasi anche solo tutta l'area e i locali.

**Info:** tel. 059925155 Sig.ra Simona

#### COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO

LA BACHECA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato via email (info@zampotta.it) precisando se nell'annuncio devono comparire i vostri dati oppure se desiderate restare anonimi. Tutti gli annunci, anche quelli anonimi, devono essere completi di nome, cognome, indirizzo, telefono ed eventualmente fax ed email. La redazione si riserva il diritto di accettare la pubblicazione degli annunci. Zampotta Pet Business offre esclusivamente un servizio, non riceve provvigioni sulle contrattazioni, non effettua commerci, non è responsabile per la qualità, la provenienza e la veridicità delle inserzioni.

# **CONTATT**BUSINESS CONTACTS

#### Legenda



#### ACQUARI & CO. / FISH & CO.

Acquariolandia Italia Via F. Rismondo, 119 - 20153 Milano acquariola@tiscali.it	tel. e fax 024598320
All Pet S.r.l. Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA) www.allpet.it - info@allpet.it	0296450470 fax 0296450464
Also S.r.I. SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it	090632636 fax 0906258082
Aquaria Tech Via G. Tauro, 3/E - 70124 Bari www.aquariatech.com - office@aquariatech.com	0803540025 fax 0804033673
Aquaristica S.r.l. Via A. Labriola, 10/12 - 40010 Sala Bolognese (BO) www.aquaristica.it - aquaristica@aquaristica.it	0516814188 fax 0516814294
Aquatronica Via Garonna, 2/B - 42124 Reggio Emilia www.aquatronica.com - info@aquatronica.com	05221472375
Aquili Andrea Via Abruzzi, 10 - 60030 Monsano (AN) www.aquili.it - info@aquili.it	tel. e fax 0731288091
Askoll Uno S.r.I. Via Industria, 30 - 36031 Povolaro di Dueville (VI) www.askoll.com - askoll@askoll.com	0444930260 fax 0444930380
Bionatura Impianti S.r.I. Via Alpi, 5 - 23873 Missaglia (LC) www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it	0399241247 fax 039920197
CE.A.B. di Ferrari Pierluigi Via Pietro Rescatti, 20 - 25124 Folzano (BS) www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it	030266712 fax 0302168469
Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net	0332870860 fax 0332462439
Elos S.r.I. Via Torricelli, 32 - 37067 Valeggio sul Mincio (VR) www.eloseurope.com - info@eloseurope.com	0457952142 fax 0456371815
Ferplast S.p.a. Via I Maggio, 5 - Z.I 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	044542911 fax 0445429115
<b>Hydor S.r.l.</b> Via Voiron, 27 - 36061 Bassano del Grappa (VI) www.hydor.com - info@hydor.com	04248877 fax 0424887887
lemmi Ermanno Via Viazza, 120 - 41010 Ganaceto (MO) www.iemmiermannoacquari.com - iemmi.ermanno@tiscali	<b>tel. e fax 059386076</b>
Kuda Tropical Fish S.r.I. Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR) www.kudafish.it - info@kudafish.it	037323446 fax 0373236714
Oase Italia S.r.l. Via delle Industrie, 16 - 36050 Cartigliano (VI) oase-livingwater.com - info.it@oase-livingwater.com	0424590866 fax 0424827342
Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia	tel. e fax 0522553616

vivo / live pets	
Pro.D.Ac. International S.r.I. Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD) www.prodacinternational.it - info@prodac.it	0495971677 fax 0495971113
Reef International S.a.s. Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA) www.reef-international.com - reefint@tin.it	0331792443 fax 0331772839
Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
Spectrum Brands Italia Via Ludovico il Moro, 6 - 20060 Basiglio (MI) www.spectrumbrands.com - info@spectrumbrands.com	0290448310 fax 0290756096
Teco S.r.I. Via A. Sansovino, 35 - 48124 Ravenna www.tecoonline.com - teco@tecoonline.com	0544408333 fax 0544280084
Trixie Italia S.p.a. Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
Velma Group S.r.I. Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	0423715319
<b>Vitakraft Italia S.p.a.</b> Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	075965601 fax 0759656020
<b>Zolux Italia</b> Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna www.zolux.com - info@zolux.it	0516414318
CANI & GATTI / DOGS & C	CATS
Adragna Alimenti Zootecnici S.r.I Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) www.adragna.net - info@adragna.it	092423013 fax 092422424
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP)	
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) www.adragna.net - info@adragna.it  Affinity Petcare Italia S.r.I. Via F. Turati, 40 - 20121 Milano	fax 092422424 0289633029
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) www.adragna.net - info@adragna.it  Affinity Petcare Italia S.r.l. Via F. Turati, 40 - 20121 Milano www.affinity-petcare.com  Agras Delic S.p.a. Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova	fax 092422424 0289633029 fax 0266719002 010588586
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) www.adragna.net - info@adragna.it  Affinity Petcare Italia S.r.I. Via F. Turati, 40 - 20121 Milano www.affinity-petcare.com  Agras Delic S.p.a. Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova www.schesir.it - contact@agras-delic.com  Aldog Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG)	fax 092422424 0289633029 fax 0266719002 010588586 fax 010588914
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) www.adragna.net - info@adragna.it  Affinity Petcare Italia S.r.I. Via F. Turati, 40 - 20121 Milano www.affinity-petcare.com  Agras Delic S.p.a. Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova www.schesir.it - contact@agras-delic.com  Aldog Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG) www.al-dog.it -webmarketing@al-dog.it  Almo Nature S.p.a. P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova	fax 092422424  0289633029 fax 0266719002  010588586 fax 010588914  0363938698
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) www.adragna.net - info@adragna.it  Affinity Petcare Italia S.r.l.  Via F. Turati, 40 - 20121 Milano www.affinity-petcare.com  Agras Delic S.p.a.  Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova www.schesir.it - contact@agras-delic.com  Aldog  Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG) www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it  Almo Nature S.p.a. P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova www.almonature.eu - info@almo.it  Alpi Service S.n.c. Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN)	fax 092422424  0289633029 fax 0266719002  010588586 fax 010588914  0363938698  010253541 fax 0102535498
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) www.adragna.net - info@adragna.it  Affinity Petcare Italia S.r.l.  Via F. Turati, 40 - 20121 Milano www.affinity-petcare.com  Agras Delic S.p.a.  Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova www.schesir.it - contact@agras-delic.com  Aldog  Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG) www.al-dog.it -webmarketing@al-dog.it  Almo Nature S.p.a. Pza dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova www.almonature.eu - info@almo.it  Alpi Service S.n.c. Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN) www.alpiservice.com - info@alpiservice.com  Animali.it  Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI) www.animali.it - info@animali.it  Avitabile Napoleone S.r.l. Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) www.tewua.it	fax 092422424  0289633029 fax 0266719002  010588586 fax 010588914  0363938698  010253541 fax 0102535498  011975941 fax 011974453
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) www.adragna.net - info@adragna.it  Affinity Petcare Italia S.r.l.  Via F. Turati, 40 - 20121 Milano www.affinity-petcare.com  Agras Delic S.p.a.  Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova www.schesir.it - contact@agras-delic.com  Aldog  Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG) www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it  Almo Nature S.p.a. P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova www.almonature.eu - info@almo.it  Alpi Service S.n.c. Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN) www.alpiservice.com - info@alpiservice.com  Animali.it Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI) www.animali.it - info@animali.it  Avitabile Napoleone S.r.l. Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA)	fax 092422424  0289633029 fax 0266719002  010588586 fax 010588914  0363938698  010253541 fax 0102535498  011975941 fax 011974453  0293591343 fax 0293591343

tel. e fax 067236701

Ballatore Pietro

Via Gasperina, 96 - 00118 Roma

www.ballatoreroma.com - info@ballatoreroma.com



0303363047

fax 0303363048

Porsa Italy S.r.l.

www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

Via Romolo Gessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS)

www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com

Bama S.p.a. Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU) www.bamagroup.com - info@bamagroup.com	0583286353 fax 0583287754	Farmina Pet Foods Italia Via Nazionale delle Puglie - 80035 Nola (NA) www.farmina.com - info@farmina.it	0818236000 fax 0815122135
Bayer s.p.a. V.le Certosa, 130 - 20156 Milano www.vetclub.it - www.petclub.it	0239781 fax 0239784660	Fashion Dog S.r.I. Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it	0596232450 fax 059687984
B. Braun Milano S.p.a. Via V. da Seregno, 14 - 20161 Milano www.bbraun.com - servizio.clienti@bbraun.com	02662181 fax 0266218290	Faza s.r.l. Via Fosso di Valpignola, 7 - 00077 Laghetto di Monte Compatri (RM) www.fazaroma.com - info@faza.it	tel. e fax 069476129
Boehringer Ingelheim Animai Health Italia S.p. Via Giovanni Lorenzini, 8 - 20139 Milano www.merial.com - merial.italia@merial.com	a. 02535581 fax 025355822	Ferplast S.p.a. Via I Maggio, 5 - Z.l 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	0445429111 fax 0445429115
Camon s.p,a. Via Lucio Cosentino, 1 - 37041 Albaredo d'Adige (VR) www.camon.it - camon@camon.it	0456608511 fax 0456608512	Ferribiella S.p.a. Strada Trossi, 33 - 13871 Verrone (BI) www.ferribiella.it - info@ferribiella.it	0152558103 fax 0152558083
Candioli S.p.a. Via Manzoni, 2 - 10092 Beinasco (TO) www.candioli.it - info@candioli.it	0113490232 fax 0113490526	Formevet S.r.L. Via Savona, 97 - 20144 Milano www.formevet.com - vetline@formevet.it	024345891 fax 0243458922
Carbone Pet Products S.r.I. Via Antonio Gramsci, 1537 - 51036 Larciano (PT) www.petproductscarbone.it - info.petproductscarbone.it	0573837868 fax 0573859163	Forza10/SANYpet S.p.a. Via Austria, 3 - 350138 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com	0429785401 fax 0429767006
Cerberus S.r.l. a s.u. Via Sant'Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.cerberus-pet.com - info@cerberus-pet.com	3482713009	<b>Gheda Mangimi S.r.I.</b> Via Comuna Santuario, 1 - 46035 Ostiglia (MN) www.gheda.it - gheda@gheda.it	038632677 fax 038632664
Cerere S.p.a Corso Romano Scagliola, 189 - 12052 Neive (CN) www.cerere.com - marketing@cerere.com	0173677770	<b>Gimborn Italia S.r.I.</b> Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimborn.eu/ft - marketing@gimborn.it	05225452 fax 0522945365
Cesarano S.a.s. Via Nolana, 42 - 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - loredana@cesarano.it	0818507330 fax 0818507467	Heiniger AG Industrieweg 8 - 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland) www.heiniger.com - kontakt@heiniger.com	+41/62/9569200 fax +41/62/9569281
Ceva Salute Animale S.p.a. Via Colleoni, 15 - 20041 Agrate Brianza (MI) www.ceva.com - marketing.italy@ceva.com	03965591 fax 0396559244	Hill's Pet Nutrition Italia S.r.I. Via A.G. Eiffel, 15 - 00148 Roma www.hillspet.it	06545491 fax 0654549560
Chemi-Vit S.r.l. Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com	0522887959 fax 0522888200	Imac S.r.I. Via Ghisa, 14 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
Ciam S.r.I. Via Piemonte, 4 - 63100 Ascoli Piceno (AP) www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it	0736250484 fax 0736257854	Innovet Italia Via Einaudi, 13 - 35030 Saccolongo (PD) www.innovet.it - innovet@innovet.it	0498015583 fax 0498015737
<b>Coltelleria Polla</b> Via Vochieri, 69 - 1500 Alessandria www.polladino.com - lipolla@libero.it	tel. e fax 0131264774	Italsystem S.a.s. Via Corciano, 14 - 47914 Rimini www.lallsystems.com -info@1allsystems.com	0541731428 fax 0541731328
Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net	0332870860 fax 0332462439	Iv San Bernard S.r.I. Via Castelli, 7 - 50056 Montelupo F.no (FI) www.ivsanbernard.it - info@ivsanbernard.it	0571509106 fax 05711656081
<b>Disegna Group</b> Via Marsan, 28/30 - 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it	0424471424 fax 0424476392	<b>Landini Giuntini S.p.a.</b> Via Rosa Luxemburg, 30 - 06012 Città di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it	075851781 fax 0758517804
<b>Diusa Pet S.r.I.</b> S.P. per Lardirago, 8 - 27010 Marzano (PV) www.diusapet.it - info@diusapet.it	0382947500 fax 0382947488	Laviosa Chimica Mineraria S.p.a. Via L. Da Vinci, 11 - 57113 Livorno www.laviosa.it - lcm@laviosa.it	0586434000 fax 0586434210
Dorado S.r.I. Via Romea, 10 - 30010 Monsole di Cona (VE) www.exclusion.it - infoservice@exclusion.it	042659140 fax 0426308158	Lazzari Luigi S.r.I. Via Borgo Antico, 9 - 24031 Almenno San Salvatore (BG) www.lazzarigabbie.it -info@lazzarigabbie.it	035640118 fax 035644927
Due Erre & c. S.n.c. Via Pradazzo, 1/D - 40012 Calderara di Reno (BO) www.snackforpet.it - info@snackforpet.it	0516466149 fax 0516467654	Life Petcare S.r.I. Via di Basserone, 57 - 52041 Badia al Pino (AR) www.lifepetcare.it - info@lifepetcare.it	0575411013 fax 0575416496
Eagle S.r.I. Via Pavoncella, 8 - 56010 Migliarino Pisano (PI) www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it	050803275 fax 050867808	Lory Progetti Veterinari S.r.I. Via Buozzi, 3/A - 42025 Cavriago (RE) www.loryprogettiveterinari.it - info@ loryprogettiveterinari.com	3929091598
Farm Company S.r.I. Via Amendola, 532 - Regione Spolina - 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it	015511310 fax 0158129259	Mantovani Pet Diffusion S.r.I. Via Giulio Pastore, 31 - 40053 Valsamoggia (B0) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	<b>051969413</b>

 Mannat C v I	0.45000000	 Data Fitnasa	4-1 - 6 074000040
Marpet S.r.I. Via Don Sasselli d'Era, 13 - 37041 Albaredo d'Adige (PD) www.marpet.it - info@marpet.it	0456600134 fax 0457000124	Pets Fitness Via Soderini, 8 - 60027 Osimo (AN) www.petsfitness.com -info@petsfitness.com	tel. e fax 0712868013
Mars Italia S.p.a. V.le Milano Fiori Str. 2 Pal C3 - 20090 Assago (MI) www.pedigree.it	025776111 fax 0257510890	Pet Village S.r.I. Via Stradello, 35 - 48124 Madonna dell'Albero (RA) www.petvillage.it - info@petvillage.it	054464418 fax 0544684190
Mennuti Group S.r.I. Via Ponte Cerretano, 10/14 - 50050 Carreto Guidi (FI) www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it	02662181 fax 0266218290	Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 0522553616
Mister Pet S.p.a. Via Pedemontana, 35 - 43029 Mamiano di Traversetolo (PR) www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com	0521340323 fax 0521340319	Porrini Group Via Maestri del Lavoro, 23/25 - 25014 Castenedolo (BS) www.porrinigroup.it - info@porrinigroup.it	0302791814
Monge & C. S.p.a. Via Savigliano, 31 - 11030 Monasterolo di Savigliano (CN) www.monge.it - info@monge.it	0172747111 fax 0172747198	Rebo S.r.I. Via Mestre, 31 - 11050 Cairate (VA) www.happydog.it - www.happycat.it - info@happydog.it	0331502700 fax 0331502703
Morando S.p.a. Via Chieri, 61 - 10020 Andezeno (TO) www.morando.it - morando@morando.it	0119433311 fax 0119434289	Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
Mp Bergamo S.r.I. Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	0358361301 fax 0354496738	Riscino Distribuzione S.r.l.s. Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA) www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.co	<b>0803324410</b>
Mp Group S.r.l. Via dell'Industria, 7/1 - 42025 Cavriago (RE) www.versele.it - mp@versele.it	0522941521	Royal Canin Italia S.r.I. Via Anton Checov, 50/2 - 20151 Milano www.royalcanin.it - info@royal-canin.it	023347611 fax 0233490091
MPS 2 S.r.I. Via Zambon, 17 - 36051 Creazzo (VI) www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it	0444572190 fax 0444370902	Sepiol S.a. Via General Govone, 56 - 20155 Milano www.sepiolsa.com - info.italia@sepiolsa.com	0233610725 fax 023319855
MSD Animal Health Italia Via Fratelli Cervi snc - Centro direzionale Milano 2 Palazzo Borromini - 20090 Segrate (MI) www.exspot.it - www.scalibor.it	02516861 fax 0251686685	Slow Global Cascina Malcotta -13010 Stroppiana (VC) www.slowglobal.com -slowglobal@gmail.com	0161219438 fax 0161220542
MSM Pet Food S.r.I. Via dell'Agricoltura, 5 - 25028 Verolanuova (BS) www.msmpetfood.com - amministrazione@msmpetfood.com	0309361245 fax 0309921858	Stefanplast S.p.a. Via Piazza, 47 - 36020 Castegnero (VI) www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it	0444639011 fax 0444638315
My Factory S.r.I. Via Olivetti, 7/9 - 10020 Riva Presso Chieri (TO) www.my-factory.it - info@my-factory.it	0119401249	Ticinese Petfood S.r.l. Via Vigentina, 102 - 27100 Pavia www.laticinese.it - info@laticinese.it	0382573789 fax 0382575576
My Family S.r.I. Strada Solero, 1/A - 15048 Valenza (AL) www.myfamily.it - info@myfamily.it	0131950063 fax 0131952944	Trixie Italia S.p.a. Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
Naturina S.a.s. Via Bobbio, 10/3r - 16137 Genova www.naturina.it - info@naturina.it	0109415459 fax 0108393921	Velma Group S.r.l. Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	0423715319
Necon Pet Food S.r.I Via Alighieri 15 - 25020 Flero (BS) www.neconpetfood.com - info@neconpetfood.com	0302681182 fax 0302680138	Vema Petfood&Care S.r.I. Via Lazzaretto snc - 21042 Caronno Pertusella (VA) www.vemapetfood.it - info@vemapetfood.it	0249474139
Nestlé Purina Petcare S.p.a. Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI) www.purina.it	0281811 fax 0281817133	Visan Italia Via Sistina, 149 - 00187 Roma www.visanpet.it - info@visanpet.it	0694800700
N.P. Industries S.r.I. Via Valcellina, 37 - 33097 Spilimbergo (PN) www.disugual.it - info@disugual.it	0432699322	<b>Vitakraft Italia S.p.a.</b> Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	075965601 fax 0759656020
On Site S.r.l.u. Via Nazionale, 5 - 23012 Castione Andevenno (SO) www.onsite.pet - info@onsite.pet	0342200070 fax 0342211815	<b>Wahl Italia S.r.l.</b> Via Piero Gobetti, 51 - 40129 Bologna www.wahl-animal.com - info@wahlitalia.com	051374253
Original Legno Italia S.a.s. di Maltese & C. Z.I. Fegotto - 91013 Calatafimi-Segesta (TP) www.original-legno.it - info@original-legno.it	0924514511	WINNER Plus Pet Food S.r.I. Via Italia, 4 - 00060 Capena (RM) www.winnerplus.eu - info@winnerplus.eu	0690375587
Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r.l. Via San Maurizio, 184/15 - 10073 Ciriè (10) www.petitamis.it - info@petitamis.it	3334168155 0119222641 fax 0119224084	Wonderfood S.p.a. Strada dei Censiti, 1 - 47891 Repubblica di San Marino www.wonderfood.com - info@wonderfood.com	0549943311 fax 0549943312
Petness S.a.s. di Circuri G. & c. Via Tullio Ascarelli, 181 - 00166 Roma italia@smartbones.com - info@petness.it	0666182041	Zoo Planet S.r.I. Via Malcanton, 7 - 35017 Piombino Dese (PD) www.zooplanet.it - info.zooplanet.it	0499350400 fax 0499350388
5,			



#### UCCELLI / BIRDS

All Pet S.r.l. Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA) www.allpet.it - info@allpet.it	0296450470 fax 0296450464
Borgovit S.r.I. Via Roma, 48 - 22046 Merone (CO) www.borgovit.it - info.borgovit.it	031650344 fax 031651419
Chemi-Vit S.r.I. Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com	0522887959 fax 0522888200
Croci S.p.a.  Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)  www.croci.net - info@croci.net	0332870860 fax 0332462439
Fioretta Rag. Gianni S.n.c. Vía Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC) www.fiory.com - info@fiory.com	0341530138 fax 0341530392
Formevet S.r.I. Via Savona, 97 - 20144 Milano www.formevet.com - info@formevet.it	024345891 fax 0243458922
Imac S.r.I. Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
Manitoba S.r.I. Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR) www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com	0375310418 fax 037591348
Mantovani Pet Diffusion S.r.I. Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	051969413 fax 051969348
Mp Bergamo S.r.I. Vía Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	0358361301 fax 0354496738
Pineta Zootecnici to Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	el. e fax 0522553616
<b>Rinaldo Franco S.p.a.</b> Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
Riscino Distribuzione S.r.l.s.	
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA) www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com	0803324410
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA)	0803324410 0444835329 fax 0444833352
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA) www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com <b>Trixie Italia S.r.l.</b> Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)	0444835329
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA) www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com  Trixie Italia S.r.I. Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it  Valman S.r.I. Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)	0444835329 fax 0444833352
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA) www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com  Trixie Italia S.r.I. Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it  Valman S.r.I. Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI) www.padovanpetfood.com - info@valman.it  Velma Group S.r.I. Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV)	0444835329 fax 0444833352 0444975663
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA) www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com  Trixie Italia S.r.I.  Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it  Valman S.r.I. Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI) www.padovanpetfood.com - info@valman.it  Velma Group S.r.I. Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV) www.yelmagroup.com - info@velmagroup.com  Vergerio Mangimi S.r.I. Via Roma, 56 - 35010 Cadoneghe (PD)	0444835329 fax 0444833352 0444975663 0423715319 049700622
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA) www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com  Trixie Italia S.r.I.  Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it  Valman S.r.I. Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI) www.padovanpetfood.com - info@valman.it  Velma Group S.r.I. Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com  Vergerio Mangimi S.r.I. Via Roma, 56 - 35010 Cadoneghe (PD) www.canary.it - info@canary.it  Vitakraft Italia S.p.a. Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)	0444835329 fax 0444833352 0444975663 0423715319 049700622 fax 049703440
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA) www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com  Trixie Italia S.r.I.  Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it  Valman S.r.I.  Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI) www.padovanpetfood.com - info@valman.it  Velma Group S.r.I. Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com  Vergerio Mangimi S.r.I. Via Roma, 56 - 35010 Cadoneghe (PD) www.canary.it - info@canary.it  Vitakraft Italia S.p.a. Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.viakraft.it - info@vitakraft.it  Viten S.r.I. Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD)	0444835329 fax 0444833352 0444975663 0423715319 049700622 fax 049703440 075965601 fax 0759656020

#### PICCOLLMAMMIFFRI / SMALL MAMMALS

	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net	0332870860 fax 0332462439
	Fioretta Rag. Gianni S.n.c. Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC) www.fiory.com - info@fiory.com	034153013 fax 034153039
	<b>Gimborn Italia S.r.I.</b> Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimbom.eu/it - marketing@gimborn.it	0522545 fax 052294536
	Imac S.r.I. Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	044448230 fax 0444482500
	Laviosa Chimica Mineraria S.p.a. Via L. Da Vinci, 21 - 57123 Livorno www.laviosa.it - laviosaminerals@laviosa.com	058643400 fax 058643421
	Manitoba S.r.I. Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR) www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com	037531041 fax 03759134
	Mantovani Pet Diffusion S.r.I. Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (80) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.	05196941: fax 05196934
	Mp Bergamo S.r.I. Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	035836130 fax 035449673
	Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 052255361
	Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	024837615 fax 0241291840
	Riscino Distribuzione S.r.l.s. Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA) www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.co	<b>080332441</b> 0
	<b>Trixie Italia S.r.I.</b> Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	044483532 fax 044483335
	Valman S.r.I. Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI) www.padovanpetfood.com - info@valman.it	044497566
	Velma Group S.r.I. Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	042371531
	Vitakraft Italia S.p.a. Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	07596560 fax 0759656020
RETTI	LI & ANFIBI / REPTILES & A	AMPHIBIANS
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net	033287086 fax 033246243
	Fioretta Rag. Gianni S.n.c. Via Provinciale 80 - 23811 Rallahin (I C)	0341530138 fax 0341530392

fax 0341530392 Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC) www.fiory.com - info@fiory.com

0444482301 fax 0444482500 Imac S.r.l. Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)

www.imac.it - info@imac.it

051969413 Mantovani Pet Diffusion S.r.I.
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com fax 051969348

#### MARKETING & SERVIZI

Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 0522553616	GBS Marketing Moselstrasse, 2 - 63322 Rodemark (Germany)	(+49)6074/861009 fax (+49) 6074/861089
Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840	IPV Pack S.r.I. Unipersonale Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E 35010 Carmignano di Brenta (PO) www.ipvpack.com - info@ipvpack.com	0499431318 fax 0499431370
Trixie Italia S.r.l. Via E. Fermi, 14/16 -36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352	Masidef S.r.l Storedesign Via Oberdan, 125 - 21042 Caronno Pertusella (VA) www.masidef.com - info@masidef.com	029651011
<b>Velma Group S.r.I.</b> Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	0423715319	<b>Polypro S.p.a.</b> Via Roma, 118 - 40012 Calderara di Reno (BO) www.polypro.it - info@polypro.it	0510958560
<b>Vitakraft Italia S.p.a.</b> Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	075965601 fax 0759656020	Vimax S.r.l. Via Rezzonico, 23 -22100 Como www.zampotta.it - info@zampotta.it	031301059 fax 031301418
<b>Zolux Italia</b> Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna www.zolux.com - info@zolux.it	0516414318	Zoo Planet S.r.I. Via Malcanton, 6 - 35017 Piombino Dese (PD) www.zooplanet.it - info@zooplanet.it	0499350400 fax 0499350388

### INSERZIONISTI

Il coperta III coperta IV coperta

sovracoperta **MISTER PET AGRAS DELIC RINALDO FRANCO** MONGE

**BOEHRINGER INGELHEIM** 51 **CAMON** 21 **CERERE** 1 **CHIFA** 31 **FLUIDO PET** 39 **FRESKISSIMO GREENPEACE** 41 IPV 33

19 LINEA 101 13, 43 **MISTER PET** 25 MPS 2 23 MSM 17 MP GROUP 2-3 **MYFAMILY** 35 **ON SITE** 

**PACO** 49 **PINETA** 57 **REBO** 45, 55 **RINALDO FRANCO** 29 **VITAKRAFT ITALIA WINNER PLUS PET FOOD** 27 **ZOOMARK INTERNATIONAL** 15

Zampotta Magazine

💟 ZampottaMag



#### **Direttore editoriale**

Cristina Mandaglio

#### **Direttore responsabile**

Cristina Mandaglio cristina.mandağlio@zampotta.it

#### **Coordinatore editoriale**

Valeria Longhi valeria.longhi@zampotta.it

**Revisore Scientifico** 

e settore veterinario

Cristiano Papeschi

#### Hanno collaborato a questo numero:

Marina Moretti, Daniela Graziadio, Francesca de Carolis, Nicola Benincasa, Assunta Incarnato, Emilio Gerboni, Francesco Caruccio, Silvia Marini, Giuseppe Di Domenico, Linda Sartini, Lorena Quarta, Cristiano Papeschi, Alessandro Mancini, Valerio Zupo, Luciano Di Tizio, Gianni

#### Direzione e Redazione

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

#### Segreteria di Redazione valeria.longhi@zampotta.it

**Produzione grafica** 

Anna Lioce

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei PetShop

#### GIUGNO 2021 - N° 5



#### Ufficio pubblicità

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

#### Represantative for the U.S. and Canada

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

#### Servizio Abbonamenti

abbonamenti@zampotta.it - fax 031301418

#### Stampa

Papergraf International srl - Borgoricco (PD)

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI COMO N15/11 ISCRIZIONE NEL REGISTRO OPERATORI COMUNICAZIONE ALL'AGCOM N. ROC 21368

Tutti i diritti riservati. Ogni riproduzione è vietata se non autorizzata espressamente per iscritto dell'Editore. Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito . anche se non pubblicato.

#### Note Legali

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

328 9226601

zampotta magazine

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. Tampotta will never ston supporting those values such as freedom and possibility of dialogue.

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

This manazine is distributed by Vimax srl to all Italian net shops, seed shops, pronmers, yets, 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 notrà avvalersi dei diritti previsti dalla succitata legge. In conformità a quanto disposto dal Codice di deontologia relativo al Trattamento di dati personali art. 2. comma 2. si comunica che presso la nostra sede di Como, via Rezzonico 23, esiste una banca dati a uso redazionale. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti dal D.Los 196/2003 (consultare, modificare o cancellare i dati) contattando presso la nostra sede di Como, tel. 031301059, fax 031301418, il responsabile Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)

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







# BISCO DoG....

## IL PREMIO PERFETTO PER LA SALUTE DEL TUO CANE

- SENZA OGM
- **FAVORISCE LA DIGESTIONE**
- # 11 GUSTI DIFFERENTI







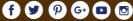




## I BISCOTTI MADE IN ITALY, GUSTOSI E CROCCANTI

La ricetta BestBone è priva di OGM, ricca di minerali e vitamine A, D3 ed E, per garantire una dieta varia e bilanciata. I cereali favoriscono la digestione, rinforzano e aiutano a pulire il cavo orale tramite la masticazione.



















# LE BUONE ABITUDINI PER IL TUO CANE

Monge Natural Superpremium Monoprotein\*, la linea di crocchette e paté. Ricette formulate con un'unica fonte proteica animale selezionata per le sue qualità nutrizionali, senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti. 'formulato con un'unica fonte proteica animale.

SOLO NEI MIGLIORI PET SHOP E NEGOZI SPECIALIZZATI









2,5kgC

