

# Zampotta

## PET BUSINESS

LUGLIO / AGOSTO 2020 - N° 6

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

### IMPARA A REALIZZARE UN VIDEO DA ZERO

Le tre fasi della creazione

### SE LA VITA TI DÀ LIMONI...

L'editoriale di Cristina Mandaglio

### COME USARE LA TESSERA FEDELTA'

per aumentare le vendite in negozio

### CHIEDERE SCUSA QUANDO QUALCOSA VA STORTO

(e non è colpa tua)

• Segui il loro istinto

**monge**  
Natural Superpremium

**BWild**  
FEED THE INSTINCT



**monge**<sup>®</sup>  
Natural Superpremium

**BWild**  
FEED THE INSTINCT

**GRAIN FREE**

**FORMULAZIONI SENZA CEREALI.**  
LE UNICHE FONTI DI CARBOIDRATI ALTERNATIVE:  
**LENTICCHIE, PATATE E PISELLI.**

**CON PIÙ DEL 65% DI INGREDIENTI DI ORIGINE ANIMALE**  
PER PROMUOVERE LA VITALITÀ E L'APPETIBILITÀ  
OTTIMALE IN OGNI RICETTA.

UNA LINEA INNOVATIVA FORMULATA CON **INGREDIENTI**  
**FUNZIONALI, SUPERFOOD E MIX DI FRUTTA E VERDURA**  
SELEZIONATI PER LE LORO PROPRIETÀ NUTRIZIONALI.

ALIMENTI COMPLETI, SENZA COLORANTI  
E CONSERVANTI ARTIFICIALI AGGIUNTI,  
**MADE IN ITALY E NO CRUELTY TEST.**

**LI TROVI SOLO NEI PET SHOP  
E NEGOZI SPECIALIZZATI**

QUANDO  
LA NATURA  
SEGU  
ISTINTI



NOVITÀ

RA CHIAMA...  
IL LORO  
TO!



MADE IN ITALY

NO CRUELTY TEST

**MONGE**  
La famiglia italiana del pet food

# Vitakraft®

RICETTE  
SENZA  
ZUCCHERO

## Gli irresistibili snack!

Stick con  
Superfood

Gustosi  
stick

Strisce con  
pura carne

Morbidi  
bocconcini

Snack per la  
cura dentale

**SUPER  
NOVITA'!**

Snack  
con insetti



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

- Beef Stick Superfood:** arricchiti con nutrienti benefici per la salute, in 2 varianti: carote e semi di chia con carotene e acidi grassi Omega 3 per salute della pelle e la bellezza del pelo e piselli e mirtillo rosso con antiossidanti che favoriscono la protezione delle cellule.
- Beef Stick:** l'originale e gustoso bastoncino con oltre il 90% di carne + minerali e Vitamina E.
- Meat Me!:** strisce essiccate al forno super appetitose con pura carne magra al 100%.
- Noshies:** morbidi e gustosi bocconcini cotti delicatamente al forno in tre forme originali.
- Dental 3in1:** stick dentale. Previene le infiammazioni gengivali, rallenta placca e tartaro.
- Insect Stick:** snack a base di insetti (77%!), monoproteico, gustoso e sostenibile.

La produzione è a ridotto consumo di suolo e acqua e a ridotte emissioni di Co2 in atmosfera.

# Vitakraft®

Chi ama gli animali  
sceglie Vitakraft

Scopri di più!



vitakraft.it



# HOME DESIGN

pet beds and cushions



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

Cerchiamo titolari di pet shop ambiziosi e indaffarati

# CHI ALTRO VUOLE VENDERE PIÙ MEDAGLIETTE SENZA COMPLICARSI LA VITA?

Probabilmente non hai mai pensato di metterti a incidere le medagliette che vendi perché con tutte le cose che hai da fare quando lavori l'ultima cosa di cui hai bisogno è una nuova complicazione.

Adesso prova a immaginare che esista uno strumento **TALMENTE SEMPLICE DA USARE** che potrebbero usarlo i tuoi clienti per incidere le medagliette da soli

E sai bene che quando un cliente ha la possibilità di uscire dal tuo pet shop con un prodotto completo, già inciso e personalizzato è **MOLTO PIÙ INVOGLIATO ALL'ACQUISTO.**

## VUOI RICEVERE GRATUITAMENTE LA NOSTRA "GOLD MEDAL BOX" ?

Per un tempo limitato offriamo ai primi 200 petshop che la richiederanno la possibilità di ricevere gratuitamente la nostra Gold Metal Box solitamente riservata ai nostri clienti migliori.

Tocca con mano l'alta qualità delle nostre medaglie, confrontale con le altre medagliette che hai nel petshop, immagina di poterle incidere facilmente in 2 minuti con Techla senza toglierle dal loro pack.

**VAI SU [zampotta.incisionesemplice.it](http://zampotta.incisionesemplice.it) E RICHIEDI ADESSO LA "GOLD MEDAL BOX"**

Offerta riservata ai pet shop non clienti MyFamily





# Techla ABBIAMO SEMPLIFICATO L'INCISIONE DELLE MEDAGLIETTE



## Scopri anche tu Techla, il modo più semplice e veloce di incidere le medagliette

- Grazie al lettore di barcode riconosce l'area da incidere direttamente nel pack senza il tuo intervento.
- Può essere usata senza scomode tastiere esterne grazie al monitor LCD Touch da 7. 2"
- Comoda anteprima sullo schermo per evitare errori di incisione
- Incisione velocissima e precisa grazie a una punta di diamante da 120°

Le medagliette MyFamily, frutto dell'esperienza dei maestri orafi di Valenza, comprendono una gamma di 600 modelli per soddisfare i gusti dei clienti più esigenti e originali.



**Unisciti anche tu agli 8.000 PetShop nel mondo che, grazie a TECHLA hanno incrementato in media del 50% le vendite di medagliette.**

Distribuito in Italia da



**CAMON**  
We love pets

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

## COPERTINA

"in evidenza"

Tra le prime 25  
aziende pet food  
nel mondo

(Monge)

# 6



LUGLIO / AGOSTO 2020 - N° 6

## EDITORIALE

di Cristina Mandaglio

# 5

Se la vita ti dà limoni...



## CANI & GATTI

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <p><b>76</b> Super morbida per i più piccoli<br/>(Bama)</p> <p><b>78</b> Tosare a lungo e senza sforzo:<br/>oggi è possibile<br/>(B.Braun)</p> <p><b>80</b> Il crudo subito pronto<br/>(Vema Petfood&amp;Care)</p> <p><b>82</b> Una strada nuova per il problema<br/>plastica<br/>(MPS2)</p> <p><b>84</b> L'equilibrio prelibato e completo<br/>(Affinity Petcare Italia)</p> | <p><b>85</b> Silenziosa a 3.100 doppi colpi<br/>al minuto<br/>(Heiniger)</p> <p><b>86</b> Il kit più utile per i viaggi con il pet<br/>(Vitakraft Italia)</p> <p><b>88</b> Tutti gli strumenti per lo stripping<br/>(Cesarano)</p> <p><b>90</b> L'alimento rivoluzionario contro i<br/>disturbi alimentari<br/>(Ticinese Petfood)</p> <p><b>92</b> Uno snack con tanti PRO!<br/>(Chemi-Vit)</p> | <p><b>95</b> Proteine 3 volte superiori rispetto al fresco<br/>(Dorado)</p> <p><b>96</b> La mascherina perfetta da vendere nel tuo<br/>pet shop<br/>(MyFamily)</p> <p><b>98</b> Come premiare il cane in modo sano<br/>(Rebo)</p> <p><b>101</b> Selvatico e sostenibile<br/>(Bewital Petfood)</p> <p><b>105</b> Naso a terra per il sesto gruppo di<br/>classificazione<br/>di L. Quarta</p> |
|---|---|--|

## UCCELLI

- 108** Tutte le sfumature degli inseparabili  
di G. Ravazzi

## PICCOLI MAMMIFERI

- 112** Il cincillà in 5 domande  
di C. Papeschi

## ACQUARI & CO.

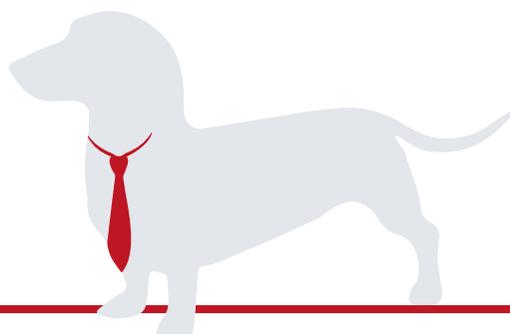
- 115** Gestire al meglio i nostri pesci:  
il Combattente  
di A. Mancini
- 118** Alghe nell'acquario: dannose o utili?  
di V. Zupo

## RUBRICHE

- |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| <b>102</b> La voce di... | <b>124</b> Contatti      |
| <b>104</b> Pet App       | <b>128</b> Inserzionisti |
| <b>122</b> Bacheca       |                          |

## BUSINESS

- |                                       |                                  |
|---------------------------------------|----------------------------------|
| <b>20</b> Video Marketing             | <b>50</b> Tecniche di Vendita    |
| <b>24</b> Pet shop On line            | <b>54</b> Social Media Marketing |
| <b>29</b> Business Semplice           | <b>58</b> Gestione Finanziaria   |
| <b>34</b> Pubblicità & Marketing      | <b>66</b> Comunicazione di Crisi |
| <b>42</b> Strategie sul Punto Vendita | <b>72</b> Consigli Giuridici     |
| <b>46</b> Graphic Design              |                                  |





# SE LA VITA TI DÀ LIMONI...

**P**ochi giorni fa mi sono sorpresa a canticchiare la canzone “E la chiamano Estate” di Bruno Martino e mi è venuto da sorridere.

Sarà davvero una strana strana estate questa con molte frontiere ancora chiuse, viaggi cancellati, aperitivi notturni col distanziamento sociale e spiagge rigidamente controllate.

In un suo libro Stephen King scrive “Se la vita ti dà limoni fatti una limonata” e probabilmente questa è la filosofia corretta con la quale affrontare questo periodo estivo: andare sopra alle difficoltà e sfruttare i tempi vuoti per pensare, pianificare, preparare meglio quello che faremo a settembre per seguire le evoluzioni e le novità che normalmente avrebbero impiegato anni e invece si sono concentrati in poche settimane di lockdown.

Da parte nostra, se Zampotta Pet Business sarà tra le riviste che ti accompagneranno durante questa estate, abbiamo preparato un numero molto ricco di cose utili alla crescita del tuo pet shop in un nuovo scenario.

Come è stato detto più volte, un settore che ha avuto un grande sviluppo durante il lockdown è stato quello dell'eCommerce. Gli imprenditori che ancora non lo usavano sono stati costretti per gioco forza a organizzarsi con carrelli elettronici e forme di pagamento digitali e ugualmente sono state obbligate a fare le persone per riuscire a fare la spesa o ordinare prodotti per la vita di tutti i giorni.

Da una parte e dall'altra, quindi, anche chi sosteneva con convinzione l'importanza del contatto umano venditore-cliente e giurava che mai e poi mai avrebbe ceduto i dati della propria carta di credito a una interfaccia o rinunciato ad accogliere con un sorriso i clienti in negozio ha dovuto chinare la testa e arrendersi alla necessità.

E moltissimi alla fine si sono trovati così bene che anche adesso che il lockdown è terminato non torneranno più indietro. Sono molti infatti gli esercizi commerciali che hanno dichiarato che non alzeranno mai più la serranda ma seguiranno a vendere soltanto online.

Ovviamente questa evoluzione sarebbe stata inevitabile prima o poi, il mondo del commercio stava già andando in quella direzione ma l'emergenza Covid-19 ha accelerato tutto di almeno cinque o sei anni e l'eCommerce adesso è ancora più presente nelle nostre vite.

E di come sfruttare l'eCommerce al meglio, senza commettere errori, per aiutare le vendite ce ne parlerà da questo mese Francesco Caruccio in una nuova rubrica dedicata appunto allo shop online, ai suoi vantaggi e alle sue problematiche.

Ma l'eCommerce non è stato l'unico settore a esplodere negli ultimi tempi. Impossibilitati a incontrare i clienti per mostrare i loro prodotti e raccontare i benefici di lavorare con le loro aziende gli imprenditori hanno trovato nella realizzazione di video aziendali la soluzione perfetta alle loro esigenze di marketing.

I canali YouTube sono stati alleati preziosi per le aziende così come video di presentazione realizzati appositamente e spediti direttamente ai clienti con WeTransfer o altri sistemi di trasferimento elettronico di file.

Ci spiegherà come realizzare un video da zero e poi come produrlo e distribuirlo Alessio Lavacchi, talentuoso videomaker toscano specializzato appunto in video aziendali che da questo mese potrai leggere sulle nostre pagine.

Non mi resta che salutarti e augurarti buone vacanze e un grande rientro a settembre.

Cosa ne pensi di Zampotta Pet Business? Se hai domande, richieste o vuoi farci sapere la tua opinione puoi scrivere a [info@zampotta.it](mailto:info@zampotta.it)





# Tra le prime 25 aziende pet food nel mondo

**Tutte le ragioni che accompagnano le performance sui mercati mondiali dell'azienda piemontese, che continua a crescere**

Anche il 2019 è stato un anno di grandi risultati in casa Monge. Per il 19° anno consecutivo l'azienda piemontese ha confermato una crescita a doppia cifra con un incremento record nella sua storia, decisamente superiore all'andamento di mercato.

Il 2019 si è chiuso con una crescita del fatturato totale a +16%; una grande performance nel mercato italiano con un +15,7%, ancora più grande nel mercato estero, con un significativo +17,4%. Questi eccellenti risultati hanno permesso a Monge di salire di ben quattro posizioni nell'ultima classifica dell'autorevole rivista *Petfood Industry* e diventare la 23° società di pet food nel mondo, ma soprattutto la prima italiana in questa importante classifica. La crescita di ben quattro posizioni in un solo anno è una delle migliori performance di tutte le aziende del settore.

In Europa le cose vanno ancora meglio, Monge entra nella top ten collocandosi all'ottavo posto e con ambizioni ancora più importanti per la prossima classifica.

E il 2020 è partito altrettanto bene. Nonostante le difficoltà vissute nel periodo di emergenza sanitaria, i primi 5 mesi dell'anno vedono Monge spa continuare a crescere nel canale specializzato, in GDO, in Italia e all'estero quindi trend che fanno ben sperare per la chiusura dell'anno in corso.

## Lo specialist guida la crescita

In Italia questi risultati sono frutto dell'eccellente lavoro svolto nel canale specializ-



**MONGE & C. SPA**  
tel. 0172747111  
fax 0172747198  
[www.monge.it](http://www.monge.it)  
[info@monge.it](mailto:info@monge.it)



zato, nella GDO e nella collaborazione degli allevatori professionali: tutte e tre le Business Unit hanno chiuso un 2019 molto buono per incremento di fatturato verso l'anno precedente.

Il canale che traina la crescita della Società in Italia è certamente lo specialist, in tutte le sue estensioni: petshop, garden, agrarie. Ancora più significativo è l'aumento del numero di punti vendita serviti in tutte le regioni italiane: per i pet shop e i garden avere Monge significa cavalcare i nuovi trend del mercato e soprattutto accontentare consumatori dinamici e molto attenti alla qualità dei prodotti.

Altrettanto bene è andata la GDO nei canali ipermercati, supermercati, discount e drugstore; clienti che hanno ampiamente superato il budget previsto lo scorso anno, con una performance "bomba" che ha visto i fatturati esplodere nel 2019 con un +16%, quindi circa 8 volte meglio di quanto abbia espresso il mercato in questo canale.

Sempre interessanti le evoluzioni dell'ingrosso alimentare e ingrosso specialist dove Monge ha creato un nuovo modello con distributori locali che possono aiutare il col-



locamento dei prodotti in quelle piccole superfici che spesso fanno fatica ad effettuare ordini direttamente dalle aziende.

Le performance nel canale breeders hanno certamente contribuito a rendere più autorevole la percezione sul consumatore dei marchi *Monge* e *Gemon* e più in generale di tutti i brand di Monge spa: oltre 3.000 allevatori collaborano continuamente con il controllo qualità e lo sviluppo ricette per migliorare e affinare i prodotti di uso quotidiano.

Altrettanto importante la collaborazione con il mondo dei veterinari, attraverso un team composto da informatori specializzati che visitano regolarmente circa 4.500 ambulatori e cliniche veterinarie dalla Val d'Aosta alla Sicilia, fornendo consulenza e informazione su tutti i prodotti *Monge Natural Superpremium* e *Monge Vet Solution*.

Sempre più importante e determinante in questi anni nel fatturato dell'azienda è il mercato estero: l'export chiude un altro anno record nel 2019, aprendo nuovi mercati che permettono al consumatore finale di trovare i prodotti Monge in ben 94 Paesi, in tutti e 5 i continenti.

### **Il consumatore prima di tutto**

In questi anni Monge ha cercato di sviluppare nuovi prodotti e nuove ricette in grado di intercettare i bisogni e le richieste dei consumatori più esigenti e più moderni. "In casa Monge" commenta il Direttore Generale, Luciano Fassa "la parola d'ordine per tutti i dipendenti e i collaboratori è da sempre quella che ci ha permesso di crescere in questi anni molto più di come si sviluppasse il mercato: la qualità prima di tutto. Abbiamo lavorato moltissimo sulle ricette, sugli ingredienti, sulle formulazioni sempre con un solo principio: fornire ai nostri affezionati consumatori, ma anche a chi per la prima volta si avvicinava ai nostri prodotti, il meglio al giusto prezzo. Una qualità percepita, ma soprattutto reale, in ogni prodotto. In Monge qualità significa anzitutto fa star bene l'animale nel tempo, alimentarlo in modo corretto in tutte le fasi della sua vita, farlo crescere con un'alimentazione buona, sana, genuina adatta ad ogni razza e alle diverse età dell'animale e ai loro stili di vita. L'obiettivo finale di ogni prodotto Monge è quello di soddisfare il consumatore, e prima di tutto il suo animale, garantendo certezze e benefici nel tempo attraverso un consumo quotidiano di alimenti".



### **LISTED IN THE WORLD TOP 25 PET FOOD COMPANIES**

All the reasons behind the excellent worldwide performance of the Piedmontese company, which registers record increases

2019 was an excellent year for Monge. For the 19th consecutive year, the Piedmontese company recorded a two-digit growth, a record increase in its story, far over the market trend. 2019 ended with +16% turnover growth, an excellent performance on the Italian (+15.7%) and even better on foreign market (+17.4%). Thanks to the excellent performance, Monge gained four positions in the latest ranking of *PetFood Industry* magazine, becoming the 23<sup>rd</sup> world pet food company and the first Italian company of the list. Four positions gained in one year is one of the best performances among pet food companies. In Europe Monge enters the top ten, reaching 8<sup>th</sup> place and with even greater ambitions for the next year. 2020 started equally well. Despite the months related to the health emergency, Monge spa recorded has still grown over the first five months, in the Specialist sector and mass retail, in Italy and abroad: expectations for this year are good.

#### **SPECIALIST CHANNEL DRIVES THE GROWTH**

In Italy, the excellent job carried out in the specialized channel and mass retail and in the collaboration with professional breeders led to the excellent result: all Business Units ended a record 2019 in terms of turnover increase compared to the previous year. Specialist channel drives the growth in Italy in all segments, from specialized shops to garden centres. Even more relevant was the increase in customers all over the country: for specialized shops and garden centres, Monge products mean to ride the new market trends, as well as to please customers attentive to product quality. Mass retail also recorded a positive performance in superstores, supermarkets, discount stores and drugstores. Customers exceeded the budget set last year with a great performance: in 2019 turnover recorded +16%, eight times better than the average market performance in the channel.

Wholesale food and wholesale Specialist performance was also positive: Monge established a new model with local distributors, who can help place products in those areas that usually find it hard to place direct orders.

The performance in the breeders sector also increased the importance of *Monge* and *Gemon* brands as well as all Monge spa brands among customers, with over 3,000 breeders that constantly collaborate with quality control and product development to improve daily recipes.

The collaboration with veterinarians was equally important: a team of skilled veterinarian medical representatives regularly visit 4,500 clinics from Valle d'Aosta to Sicily, providing advice and information on all *Monge Natural Superpremium* and *Monge Vet Solution* products.

The performance in foreign countries is increasingly important in the company's turnover. Export ended 2019 with +19%, opening new markets: Monge products are now available in 94 countries and all 5 continents.

#### **FOCUS ON CUSTOMERS**

In these past years, Monge developed new products and recipes only when they met the needs of attentive and modern customers. "At Monge" says Director General Luciano Fassa "the key word for all employees and collaborators always helped our company grow over the market average: quality above all. We worked on recipes, ingredients, formulas with only one goal: providing our customers, as well as those who tried our products for the first time, the best at the right price: the quality is perceived and also real in all products. According to Monge, quality is to ensure the well-being of pets for a long time, feeding

## La forza di una famiglia da tre generazioni

Come sempre, lo sviluppo della Società parte dalle intuizioni e dalla capacità imprenditoriale della Famiglia Monge che si occupa di piccoli amici a quattro zampe e della loro alimentazione, fin dal lontano 1963, quando Baldassarre Monge intuì per primo nel nostro Paese, il potenziale del cibo per cani e gatti. Aiutato dalla moglie, decise di iniziare a produrre bocconi per cane in un contesto socio economico in cui questi prodotti erano molto lontani dalle abitudini di acquisto dei consumatori e difficili da spiegare a chi era abituato a cibare gli animali domestici, spesso attraverso l'utilizzo degli avanzi di cibo quotidiano.

“Monge è un'azienda con un DNA 100% italiano” commenta il Direttore Generale, Luciano Fassa “questo aspetto è un driver fondamentale nella scelta di un prodotto pet food da parte del consumatore. Inoltre per il cliente ha grande valore la garanzia di una famiglia che da ben tre generazioni si occupa solo del benessere e dell'alimentazione dei nostri piccoli amici. Una famiglia che ha la-



La famiglia Monge

vorato e sostenuto l'azienda in questi anni in modo straordinario: con enormi investimenti in ambito industriale, in ricerca e sviluppo per avere ricette al top di mercato, in ogni segmento. Un'azienda che ha sviluppato un portafoglio prodotti e marchi in grado di soddisfare i consumatori più esigenti quanto quelli attenti ai costi che però richiedono la migliore qualità per il loro animale. Negli ultimi due anni ha rivoluzionato la propria idea di *supply chain* e di logistica, automatizzando il nuovo magazzino e si è impegnata a sostenere al meglio i suoi brand attraverso importanti investimenti in comunicazione.

Il Presidente e fondatore Baldassarre Mon-

ge, quotidianamente presente in azienda ha passato il timone e la gestione operativa della Società ai figli Domenico, nel ruolo di CEO, Alessandra, CFO della Società, e Franca, responsabile dell'importante Direzione Acquisti per le materie prime.

All'interno della società, proprio per confermare il pay off aziendale “Monge la famiglia italiana del petfood”, si fa strada la terza generazione. I figli di Domenico, Alessandra e Franca hanno iniziato a muovere i primi passi in Azienda lavorando negli stabilimenti dry e wet, nel magazzino automatizzato e negli uffici commerciali, logistici e di programmazione, nel neonato reparto merchandising.



Questa è senza dubbio una delle leve che ha contribuito positivamente ai risultati della società negli ultimi anni: una famiglia coesa e determinata, che sotto la guida del Presidente prima e dei suoi figli oggi è riuscita a integrare le varie capacità di tutti i componenti, nel migliore dei modi, esaltando le competenze di ognuno.

## L'impegno di tutti

Come già detto le eccellenti performance registrate negli ultimi anni sono frutto del lavoro quotidiano della famiglia, di tutti i dipendenti e collaboratori dell'azienda, in tutti i reparti della società, in sintesi:

1. le intuizioni e le idee della famiglia Monge;
2. la qualità ineccepibile dei prodotti nelle sue varianti di brand, garantiti no cruelty test;
3. la professionalità di tutti i reparti dell'azienda a iniziare dalla produzione, la logistica, per passare al controllo qualità, allo sviluppo prodotti e alla R&D, ai vari uffici di sede e per chiudere con il grande lavoro della Forza Vendite in Italia e all'estero;



4. i marchi riservati in esclusiva al canale Specialist, affiancati dai brand dedicati al solo canale GDO;
5. la collaborazione con i clienti partner, per raggiungere insieme il consumatore finale;
6. i rapporti commerciali e le relazioni sul territorio con migliaia di veterinari e allevatori;
7. la rete vendite, capillare e molto professionale: Specialist, GDO, Export, Breeders, informatori veterinari, merchandising e animazione vendite, export;
8. il rapporto privilegiato con i punti vendita fisici rispetto all'online;
9. il forte sostegno in comunicazione per *Monge, Excellence e Gemon*;
10. infine l'armonia e la passione che contraddistingue il lavoro della famiglia e di tutti i dipendenti e i collaboratori.

### Unici in Europa nel panorama produttivo

Un sostegno importante all'eccellente risultato dei fatturati è senza alcun dubbio legato alle imponenti risorse messe a disposizione della famiglia per gli investimenti industriali e logistici.

Tre anni fa si è aperto un grande cantiere di progettazione per rafforzare l'area produttiva e di *supply chain*. Con l'obiettivo di creare uno dei più importanti stabilimenti di pet food in Europa, con una caratteristica primaria nel panorama produttivo: essere l'unica azienda che produce in un solo sito industriale il 100% di fabbisogno calorico per cani e gatti, e con in più la particolarità della produzione delle latine vuote all'interno dei propri stabilimenti. Nel 2019 si è aperto per la terza volta in pochi anni il progetto di ampliamento dello stabilimento dry food, inaugurato solo pochi anni prima, nel 2013.

Contestualmente sono partiti i lavori per implementare le due grandi aree di produzione degli umidi: bocconi, paté e single server in lattina, vaschetta, buste e multipack.



them correctly during all life stages, helping their growth with tasty, healthy and genuine nutrition suited to all breeds, features and life style. The final goal of Monge products is to please customers and above all their pets, ensuring beneficial effects through our food".

#### THE STRENGTH OF A THREE-GENERATION FAMILY

The company was founded by the intuition and entrepreneurial skills of Monge family, who has been dealing with pets and their nutrition since 1963: Baldassarre Monge was the first Italian to understand the potential of pet food. Together with his wife, he started manufacturing dog morsels when these products were far from the purchasing habits of traditional customers. It was hard to explain this concept to those often used to feed pets with daily leftovers. "Monge has a 100% Italian DNA" says Director General, Luciano Fassa "and this is a fundamental driver for customers choosing pet food products. Customers believe in the guarantee of a three-generation family working to ensure the nutrition and well-being of pets. Monge family always worked for and supported the company with relevant investments to ensure top market recipes in any segment. The company developed a product and brand portfolio capable to please the most demanding customers, as well as those attentive to both price and quality. During the past two years, the company revolutionised his idea of supply chain and logistics, with new automated storehouse. The company supported its products with relevant investments in communication". President and founder Baldassarre Monge is still present every day, but passed on the leadership to his son Domenico as CEO, his daughter Alessandra, CFO, and Franca, Purchase manager for raw ingredients. As a further proof of the company pay off, "*Monge, the Italian family of petfood*", the third generation entered the company. Domenico, Alessandra and Franca's sons took their first steps in the company's dry and wet plants, in the automated storehouse, in the commercial and planning offices and the merchandising department. This is one of the factors leading to the results of the past years: a close and determined family, capable to combine the personality of all members of the family and enhance the individual skills.

#### EVERYONE IS COMMITTED

The excellent performances of the past years result from the joint efforts of the family, of all employees and collaborators of the company, in all departments:

1. Monge family's ideas and intuitions;
2. extraordinary product quality covering all brands. No cruelty test guarantee;
3. collaboration of all departments: from production to quality control, development and R&D, the various offices and, last but not least, the excellent job of Italian and foreign sales force;
4. brands dedicated in exclusive to specialist channel and brands in exclusive for mass retail;
5. collaboration with customers/partners sharing the same goal: reaching out to final customers;
6. trade and local relations with thousands of veterinarians and breeders;
7. sales force, capillary and professional: Specialist, mass retail, breeders, veterinarian medical representative, merchandising and events, sales, export;
8. privileged relationship with real shops compared to on-line sale;
9. strong communication support on *Monge, Excellence and Gemon* brands;
10. the harmony and passion shared by family and employees.

#### UNIQUE COMPANY IN THE EUROPEAN PRODUCTIVE LANDSCAPE

The relevant industrial and logistic investments supported the excellent result in terms of turnover.

Three years ago the company decided to strengthen the production and supply chain area, in order to create one of the most important pet food plants in Europe: a unique feature in the productive landscape. Monge is the only pet food company manufacturing 100% of cats and dogs calorie intake in one industrial site, with the highest distinctive trait in producing empty tin within the plant. In 2019 the dry food plant was broadened, despite its recent inauguration in 2013. At the same time, the two large areas for wet food were also improved: morsels, pates and single serve in tins, pots, pouch and multipack.

The current production and logistic area covers over 160,000 square meters, dedicated to manufacturing and stocking finished products. A few months ago the company started broadening the areas dedicated to silos storing dry food raw ingredients.

The third Wenger extruder started working in 2019 on *Monge Natural Superpremium* line and to new Grain Free and Low Grain *Monge BWild* products. The company also developed the starting plan for the fourth extruder, in order to be prepared for the further growth Monge is currently experiencing and for the new challenges awaiting.

The second production and packing line for tinned pates and trays is already active since a few months: the production capacity on single serve food has doubled. The second pouch packing line was recently inaugurated: an Italian jewel of technology dedicated to cat and dog pouches, aiming at doubling the production capacity.



L'ampliamento delle aree industriali e logistiche oggi si estende su oltre 160.000 mq interamente dedicati alla produzione e allo stock dei prodotti finiti. Da alcuni mesi, inoltre, sono iniziati i lavori per le aree industriali destinate ai silos che contengono le materie prime per la produzione dei secchi.

Nel 2019 è partito il terzo estrusore Wenger, interamente dedicato alla linea *Monge Natural Superpremium* e ai nuovi prodotti *grain free* e *low grain Monge BWild*. Contestualmente la Famiglia e la Direzione Industriale hanno posto le basi per pianificare la partenza del quarto estrusore, in modo da non trovarsi impreparati di fronte alle crescite di quota che Monge sta vivendo in questo comparto e alle nuove sfide del mercato.

Per i prodotti umidi, è già operativa da diversi mesi la seconda linea di produzione e confezionamento per le vaschette e i paté monodose in lattina, che di fatto ha portato al raddoppio della capacità produttiva sulle monoporzioni. Anche sulle buste è stata inaugurata la seconda modernissima linea di confezionamento, un gioiello tecnologico unico nel nostro Paese, dedicato alle pouches cane e gatto, con l'obiettivo stimato di raddoppio della capacità produttiva. Infine nell'area delle materie prime e del prodotto finito, la famiglia Monge ha investito ulteriormente per il potenziamento dei silos, tutti in acciaio inox, che passeranno dagli attuali 87 a ben 124.



Domenico Monge, CEO dell'azienda e Luciano Fassa, Direttore Generale

## Logistica per il pet shop

Per quanto riguarda l'area di logistica e di *supply chain*, è ormai attivo da oltre un anno il nuovo magazzino automatico, che si sviluppa in un'area di ben 7.300 mq e che andrà a dare nuovo impulso alla gestione degli stock di prodotto finito, con una capienza di oltre 42.500 posti pallet. Si tratta di uno dei più grandi magazzini automatizzati esistenti oggi in Italia, certamente il più grande nel pet food. Contestualmente al nuovo magazzino automatico, è stata inaugurata l'area di 1.500 mq destinata esclusivamente alla preparazione degli ordini specialist di piccola entità, con personale dedicato a questo tipo di servizio per il trade.

Gli sforzi per offrire il massimo dell'assistenza al cliente non sono finiti qui: nel 2019 sono partite a pieno ritmo le due piattaforme logistiche nel Lazio e in Sicilia che permettono di servire oltre il 35% della numerica clienti con degli standard nei tempi di consegna di massima efficienza, da 1 a 3 giorni in tutte le località collegate a questi depositi.



## Nuovi prodotti per essere più dinamici

Monge si è presentato alla convention annuale 2020, di fine gennaio, con tutta la sua forza vendita e gli Informatori Veterinari con tanti nuovi progetti dedicati allo specialista e alla GDO.



- Monge BWild / Grain Free e Low Grain dry food  
Rappresenta l'ingresso in grande stile di Monge nel mercato dei prodotti senza cereali, dove il marchio era già attivo, ma con una gamma limitata. A ora sono presenti ben 27 nuove referenze dry cane e gatto con tante nuove ricette in diverse grammature, con carni, pesce e altri ingredienti di altissima qualità. I prodotti hanno richiesto oltre 15 mesi di studio da parte dei nutrizionisti e dei veterinari Monge: cervo cinghiale, oca, anatra, acciughe, lepre, agnello, salmone, queste solo alcune delle materie prime utilizzate nella nuova linea *Monge BWild*. Inoltre una grande novità, le crocchette gatto *Large Breed All Life Stage* con bufalo, patate e lenticchie, particolarmente indicate per i gatti Maine Coon, razza felina di grande pregio, diffusa in diversi Paesi all'estero e che ogni anno vede aumentare il numero di appassionati in Italia.

- Monge BWild lattine, buste e vaschette  
La proposta di *Monge BWild* nei prodotti umidi grain free non si è fatta attendere: paté e bocconi con ricette e materie prime di assoluta qualità e altamente innovative che si affiancano alle specialità dry, con l'obiettivo di ampliare la scelta per il consumatore finale tra i prodotti *Monge Natural Superpremium*. Anche nell'umido, le linee sono dedicate al cane e al gatto con formulazioni che si avvicinano al concetto dell'alimentazione in natura: tanta carne, zero cereali, appetibilità straordinaria e soprattutto prodotti naturali senza coloranti conservanti aggiunti, made in Italy e no cruelty test. Quindi carni pregiate, cottura al forno o a vapore, garanzia grain free, ricette super appetibili in grado di soddisfare gli animali più esigenti. Oggi sono già disponibili le 5 referenze di maltagliati in salsa, per cani, in lattina 400 g di cui una specifica per Puppy e Junior: *Anatra con Zucca e Zucchine*. Entro fine anno è previsto il lancio delle monodosi in lattine, vaschette e buste per cani e gatti.

- Il nuovo pack Monge BWild  
Le tre linee *Monge BWild*, *Grain Free* e *Low Grain* sono contraddistinte da un pack innovativo e di grande impatto, coerente con il prodotto e con l'acquirente a cui si rivolge. Immagini bucoliche con foto e grafiche accattivanti, uniti a colori acidi e moderni, creano un forte impatto cromatico a scaffale, distintivo ed in grado di attirare l'attenzione del consumatore

- Monge Grill  
È una delle linee di punta di Monge nel canale specializzato; una gamma completa in

As for raw ingredients and finished products, Monge Family invested on improving the number of stainless steel silos: they will shift from 87 to 124.

#### LOGISTICS FOR SHOPS

As for the logistic and supply chain area, the new automated storehouse was inaugurated one year ago, with an area of 7,300 square metres. It will support the stock management of finished products: it can store up to 42,500 pallets units. It is one of the largest automated storehouses in Italy, the largest in the pet food sector. Moreover the company also inaugurated an area covering 1,200 square metres dedicated to small Specialist orders, with specific employees dedicated to this type of trade service.

Efforts to ensure the best customer service do not end here: in 2019 the two logistics platform in Lazio and Sicily were inaugurated. They serve over 35% of the customers with efficient delivery standards: 1-3 delivery days to all destinations related to these platforms.

#### NEW PRODUCTS TO BE STRONGER

During the annual convention with its sales force in January 2020, Monge presented plenty of new projects dedicated to Specialist channel and mass retail.

##### ■ Monge BWild / Grain Free and Low Grain dry food

Monge debuts in style in the segment of cereal-free food. There are 27 new dry food products for cats and dogs, with plenty of new recipes and sizes, with fish, meat and other natural high-quality ingredients. Monge veterinarians and nutritionists spent 15 months developing the products: venison, boar, goose, duck, anchovies, hare, lamb, salmon: these are some of the raw ingredients of new *BWild* recipes. Moreover, there is a new product: cat kibbles *Large Breed All Life Stage* with buffalo, potatoes and lentils. They are particularly suited for Maine Coon cats: the feline breed is very popular in foreign countries, and it is increasingly appreciated in Italy as well.

##### ■ Monge BWild tins, pouch and pots

*Monge BWild* grain free wet food is here: pates and morsels with first-quality recipes and ingredients. Highly innovative products that offer a broader choice to final customers among *Monge Natural Superpremium* range. The wet recipes for cats and dogs are inspired to natural nutrition: plenty of meat, no cereals, extraordinary palatability and natural food without added preservatives, made in Italy and no cruelty test. They ensure fine meat, oven or steam cooking, grain free guarantee, palatable recipes for demanding pets. The line currently includes five irregular chunk recipes with sauce for dogs in 400g tins, with a specific Puppy and Junior recipe: *Duck with Pumpkin and Courgettes*. Single-serve tins, pots and pouches for cats and dogs will be launched by the end of the year.

##### ■ New pack Monge BWild

Both lines *Monge BWild Grain Free* and *Low Grain* feature an innovative packaging, in line with the product and the target customer. Pastoral and captivating pictures besides acid and modern colours, create a strong shelf impact capable to draw the attention of customers.

##### ■ Monge Grill

It is Monge flagship line in the specialized channel, the complete range in single-serve 85g pouches for cats and 100g for dogs: oven-baked and grain-free morsels, with first choice ingredients and digestible fresh meat. The packaging of *Monge Grill* dog line was reviewed, with new *Monge Grill dog&cat* pouches: made in Italy, no cruelty test, developed by the company's R&D department. The recipe includes oven-baked morsels and irregular chunks, an exclusive process by Monge. The palatability is extraordinary and unique. Products are for divide according to age and life style: for adult, senior and puppy dogs and for kitten, senior, adult and sterilised cats.

##### ■ VetSolution wet

Here is Monge solution for customers looking for veterinarian diets. New wet lines in handy 100g silver pots for cats and 150g pots for dogs have been recently launched. They helped Monge reach a new goal on wet products. Monge turned a point of weakness into a point of strength. The extraordinary palatability pleases even the most demanding pets, cats in particular. *VetSolution* line also includes new *Canine Joint Mobility* dry in 2 and 12kg, *Canine Recovery* and *Feline Recovery*, which are very appreciated by qualified veterinarian clinics.

##### ■ New Monge and Excellence Litter corn

Monge established its presence in the litter segment: besides sepiolite and bentonite, the company launched new vegetable *Monge* and *Excellence* litter, with 100% Italian corn from Piedmont. The two green litter products are long lasting and eco friendly: they can be disposed of with compost. They became the best-selling Monge litter in less than one year, with an unrivalled success.

#### MARKET SHARE GROWTH

According to IRI and NIELSEN, in the past years, Monge recorded the highest increase in the market share, in both the specialist channel and mass retail. In 2019 and even more in 2020, *Monge Natural Superpremium* is still the most important and dynamic brand in terms of turnover increase, thanks to plenty of new

buste monodose 100 g per cane e 85 g per gatto: bocconcini cotti al forno grain free, con ingredienti di primissima qualità e carne fresca altamente digeribile e appetibile. La linea *Monge Grill* cane è stata oggetto di un'importante revisione nel pack da cui sono nate le nuove buste *Monge Grill dog&cat*, made in Italy, no cruelty test, studiate e formulate dal reparto R&D della Società. Le ricette prevedono bocconcini e maltagliati cotti al forno, in un procedimento esclusivo di Monge, con un'appetibilità straordinaria e unica nel suo genere. I prodotti sono divisi per età e stile di vita dell'animale: per cani adulti, senior e puppy e per gatti kitten, senior, adult e sterilised.

#### ● VetSolution umido

Ecco la proposta di Monge per il consumatore delle diete veterinarie. Da qualche mese sono disponibili le nuove linee di umido nelle pratiche vaschette silver da 100 g per gatti e 150 g per cani. Ricette innovative che rappresentano il nuovo traguardo raggiunto da Monge sui prodotti umidi. Monge è riuscita a trasformare quello che di solito è un punto di debolezza in un punto di forza: l'altissima appetibilità che permette di accontentare anche gli animali, soprattutto gatti, con gusti più difficili. Nella gamma *VetSolution* spiccano la nuova referenza *Canine Joint Mobility* dry nei sacchi da 2 e 12 kg, e nell'umido le ricette esclusive *Canine Recovery* e *Feline Recovery* molto apprezzate dai veterinari e dalle cliniche veterinarie più qualificate.

#### ● Nuove lettiere Monge ed Excellence

Monge ha consolidato la presenza nel mercato delle lettiere dove ha affiancato alle sepioliti e alle bentoniti le nuove lettiere vegetali *Monge* ed *Excellence*, con due referenze esclusivamente a base di mais 100% italiano, coltivato rigorosamente in Piemonte. In meno di un anno queste due lettiere green, a lunga durata e soprattutto utili per l'ambiente in cui viviamo, smaltibili nel compost, sono diventate le più vendute in casa Monge e hanno riscontrato un successo senza eguali per accoglienza e vendibilità.

### **Cresce la quota di mercato**

Negli ultimi tre anni IRI e NIELSEN rilevano Monge come l'azienda con il più significativo incremento di quota nel mercato, sia nel canale specializzato che in GDO.

Nel 2019, ma ancora di più nel 2020, *Monge Natural Superpremium* si riconferma il marchio di pet food più importante e più dinamico per crescita di fatturato grazie alla fiducia di tantissimi

nuovi consumatori, soprattutto nei prodotti dry: +27%. Davvero notevoli le performance delle diete *Monge VetSolution* con +76% e delle linee grain free + 16% prima del lancio della nuova gamma *Monge BWild*. *Monge Grill*, *Fresh* e i *paté monoproteina* si confermano un punto di forza nell'offerta della società con vendite a +36% e infine il marchio *Gemon*, che presidia il segmento high Premium e chiude il 2019 a +18% sulle linee dry e +14% sui prodotti umidi. Dalle ultime rilevazioni disponibili, Monge ha ulteriormente rafforzato la sua quota nei canali specialist: prima azienda, e quindi leader di mercato, sul secco cane nelle catene pet e il più alto tasso di crescita a fatturato e volume. + quota = + vendite = + consumatori che si avvicinano al marchio *Monge*.

Sull'umido cane, grande quota nei pet shop, con la seconda posizione del mercato; contestualmente anche in questo segmento *Monge* è il marchio che cresce di più.

Infine il secco gatto: dove *Monge* migliora più di qualsiasi competitor nell'ultimo anno.

Grandi soddisfazioni anche in GDO: con i brand *Excellence*, *Lechat*, *Special Dog* e *Simba*, la società è sempre più forte e consolida la terza posizione. I prodotti superpremium firmati *Excellence* sono il punto di forza per la distribuzione moderna chiudono a +28% e si confermano insieme a *Monge* e *Gemon* i brand più importanti della società. Altro dato molto interessante l'esplosione delle quote per *Excellence* sui secchi cane e sulle monoporzioni cane e gatto come le nuove buste da 100 g.

### **Monge sempre più internazionale**

Se Monge continua a crescere ininterrottamente da tanti anni in Italia, anche l'estero fa la sua parte e in questi primi sette mesi dell'anno ha rafforzato gli eccellenti risultati del 2019.

Il team Export, guidato in prima persona da Domenico Monge, con il Responsabile Vendite e i due Export Manager, ha raggiunto nel 2019 ben 94 Paesi nei 5 continenti, aumentando la visibilità di Monge e dei suoi brand nel mondo. Il fatturato sviluppato all'estero ha visto un'accelerazione importante proprio sui brand *Monge* e *Gemon*. In questi mercati, sono state presentate in anteprima rispetto all'Italia le nuove diete umide *Monge VetSolution* e la linea *Monge BWild*, proprio a conferma dell'importanza strategica di questo business. I nuovi prodotti sono stati accolti molto bene in tutti i Paesi in cui sono stati presentati e i distributori in pochi mesi hanno ottenuto performance davvero notevoli.



## Al fianco dei veterinari e allevatori

Nato nel 2010, il progetto *Monge Breeders* è sempre più importante nella strategia di dialogo con i nuovi proprietari pet: migliaia di allevatori professionisti, oggi, rappresentano una colonna portante del fatturato della società, sviluppato con una forza vendita dedicata composta da un team leader e da agenti professionisti sull'intero territorio nazionale. Il team breeders e molti di questi allevatori si interfacciano quotidianamente con la squadra R&D e con i nutrizionisti Monge per migliorare e per individuare nuove ricette, in grado di soddisfare i bisogni dei breeder partner e dei futuri possessori di animali.

L'obiettivo è sviluppare e testare nuovi prodotti, che una volta verificati e usati con regolarità dagli allevatori, possano essere disponibili sugli scaffali dei migliori pet shop e supermercati.

Quindi un'ulteriore garanzia di qualità del prodotto.

Per essere al fianco dei consumatori, Monge ha presidiato costantemente i principali eventi di settore in collaborazione con ENCI e con altre associazioni di categoria. Nei prossimi mesi proprio per essere vicini ai clienti, Monge svilupperà nuove iniziative digital e social per dialogare con loro nel periodo di sospensione degli eventi. Il team *Monge Breeders* è composto da allevatori professionisti, che negli anni sono diventati specialisti nella vendita e nel dialogo con i colleghi breeders: per questo motivo *Monge Natural Superpremium Best for Breeders* è un prodotto di riferimento del mercato allevatori in Italia e in molti paesi in Europa. Inoltre, le linee *Monge* e *Gemon Best for Breeders* vantano prodotti e referenze dedicate esclusivamente a questo mondo, con formati e ricette studiate appositamente per presidiare nel migliore dei modi questo segmento.

Con la stessa filosofia è nato il progetto di informazione veterinaria nel 2017, parallelamente al lancio di *Monge VetSolution*, le diete garantite made in Italy e grain free.

Una rete importante di informatori veterinari con grandi competenze nell'alimentazione di piccoli animali, che ha iniziato a costruire relazioni professionali e personali con il mondo dei veterinari italiani. Sono nate importanti collaborazioni con le associazioni di categoria, sviluppando progetti ad hoc dedicati al solo mondo veterinario, sponsorizzando eventi di primo piano del settore.

Ed infine programmando incontri sul territorio con allevatori, veterinari, nutrizionisti e relatori di fama internazionale dove affrontare tematiche di interesse comune, presentare le novità di Monge, i progetti a venire, i plus dei prodotti *Superpremium Monge VetSolution* e *Monge Natural*.

customers, especially in dry food: +27%. Relevant performance of *Monge VetSolution* diet with +76% and Grain Free lines, +16%, before the launch of *Monge BWild*.

*Monge Grill Fresh* and single protein pates are still a point of strength of the company's range: sales +36%. *Gemon* brand, in the high-premium segment, ends 2019 with +18% on dry lines and +14% on wet lines.

According to the latest data, Monge further strengthened its share in the Specialist channel: first company, thus market leader, on the dry dog range in pet chains. Monge dry dog food records the highest growth rate: + share = + sales = + customers approaching to Monge brand.

Dog wet food registered a relevant share in pet shop, reaching second place on the market. Nevertheless, Monge wet dog food still records the highest growth rate. As for cat dry food, Monge improves its performance more than any competitor in the past year.

Excellent results in mass retail: *Excellence*, *Lechat* and *Special Dog Classic* and *Simba* helped Monge strengthen its third place.

*Excellence* superpremium products are the points of strength for mass retail: they ended 2019 with +28. Together with *Monge* and *Gemon*, they are the most important brands of the company. The most relevant figure in mass retail growth deals with the boom of *Excellence* dry dog food and single-serve pouches for cats and dogs, such as new 100g pouches.

### MONGE INCREASINGLY INTERNATIONAL

Monge's growth is constant throughout the years in Italy, but also abroad: during the first five months of the year, Monge strengthened the excellent results of 2019. Export team, led by Domenico Monge together with a sales manager and two export managers, reached 94 countries in 5 continents in 2019, improving the reputation of Monge and its brands worldwide.

The turnover from foreign countries recorded an increase on *Monge* and *Gemon* brands. The company launched new *VetSolution* and *Monge BWild* lines on the foreign market in advance, compared to the Italian market, because of its strategic importance. The new lines were appreciated in all countries and distributors recorded relevant performances in just a few months.

### TOGETHER WITH VETERINARIANS AND BREEDERS

Born in 2010, *Monge Breeders* project is increasingly important in the strategic dialogue with new pet owners. Thousands of professional breeders now represent a pillar of the company's turnover, developed with an exclusive sales force including one manager and skilled representatives in Italy. Breeders team and plenty of such breeders speak daily with R&D team and nutritionists, to improve and study new recipes capable to meet the needs of partner breeders and future pet owners. The goal is to study and develop new products, regularly used and tested by breeders, which will be available for shops when they will be ready: a further quality guarantee on products.

In order to support final user, Monge took part in the main events of the sector, in collaboration with ENCI and category associations. In the next months, Monge will plan new digital and social initiative to support them during the event-free period. *Monge Breeders* team includes professional breeders, who also became expert in selling and dealing with other breeders through the years: that is why *Monge Natural Superpremium Best for Breeders* became a reference product in the Italian and European breeder market. Moreover, *Monge* and *Gemon Best for Breeders* lines only include products dedicated to breeders, with recipes and sizes specifically developed for the segment.

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

## MONGE BWILD: NUTRIZIONE AVANZATA E CONSAPEVOLE

Per rispondere alla sempre più ampia richiesta di prodotti senza cereali Monge presenta la nuova linea *Monge BWild Grain Free* per cane e gatto. Le nuove ricette, con carni pregiate ed esclusive, tipiche di un'alimentazione con queste caratteristiche, hanno richiesto oltre 15 mesi di studio da parte dei nutrizionisti e dei veterinari Monge. Il risultato della ricerca ha permesso lo sviluppo di una nutrizione avanzata e più consapevole, mediante l'utilizzo di ingredienti funzionali, che al di là delle loro proprietà hanno dimostrato la capacità di influenzare positivamente il benessere animale mediante una funzione specifica. Per il cane sono disponibili la ricetta per cuccioli *Puppy&Junior Anatra con Patate*, quattro per adulti *Acciughe con Patate e Piselli*, *Anatra con Patate*, *Salmone con Piselli* e *Agnello con Patate e Piselli* e due per cani Mini, *Anatra con Patate e Acciughe con Patate e Piselli*. Per il gatto, oltre alla novità assoluta delle crocchette *Large Breed All Life Stage con Bufalo, Patate e Lenticchie* per gatti di taglia grande, la gamma comprende due varietà per adulti *Merluzzo con Patate e Lenticchie* e *Salmone con Piselli*, e una per gatti sterilizzati *Sterilised Tonno con Piselli*. Un suggerimento per il cliente *Monge BWild*: combinare prodotti secchi e umidi *Monge BWild Grain Free* per favorire un'alimentazione ottimale e sempre con la stessa proteina.



## MONGE BWILD: ADVANCED AND AWARE NUTRITION

In order to meet the increasing demand for cereal free products, Monge presents its new range of *Monge BWild Grain Free* for cats and dogs. The study of the new recipes, with fine and exclusive meat, required over 15 months for Monge nutritionists and veterinarians. The result led to an advanced and aware nutrition, which also includes functional ingredients: besides their nutritional features, they proved to be capable of positively affecting the animal well-being through specific functionality. The dog line includes *Puppy&Junior Duck with Potatoes*, four recipes for adult dogs (*Anchovies with Potatoes and Peas*, *Duck with Potatoes*, *Salmon with Peas* and *Lamb with Potatoes and Peas*) and two for Mini dogs (*Anchovies with Potatoes and Peas* and *Duck with Potatoes*). Besides brand new *Large Breed All Life Stage with Buffalo, Potatoes and Lentils* for large cats, the cat range also includes two recipes for adult cats (*Cod with Potatoes and Lentils* and *Salmon with Peas*), a recipe for neutered cats (*Sterilised Tuna with Peas*). Tip for *Monge BWild* customers: combine dry and wet *Monge BWild Grain Free* products to ensure the best nutrition and with the same protein.



## MONGE BWILD: SEGUIRE L'ISTINTO, SEGUIRE IL TREND DELL'ALIMENTAZIONE NATURALE

Con l'obiettivo di ampliare la scelta per il consumatore finale tra i prodotti umidi grain free, la linea *Monge BWild* in lattina 400 g conferma l'impegno della società nel segmento del pet food naturale, in grande crescita tra i proprietari più esigenti ed evoluti. La linea segue il concept dell'alimentazione in natura: tanta carne fresca e zero cereali, appetibilità straordinaria e soprattutto prodotti naturali senza coloranti e conservanti aggiunti, ricette super appetibili in grado di soddisfare i cani più esigenti. La gamma *Monge BWild Grain Free* bocconcini maltagliati in salsa, comprende 5 referenze: *Puppy&Junior All Breeds Anatra con Zuccae Zucchine*, *Adult Mini Anatra con Zucca e Zucchine*, *Adult All Breeds Agnello con Zucca e Zucchine*, *Adult All Breeds Tacchino con Zucca e Zucchine*, *Adult All Breeds Salmone con Zucca e Zucchine*. L'elevata inclusione di ingredienti di origine animale promuove la vitalità e l'appetibilità ottimale; la carne fresca favorisce la digeribilità proteica, la presenza di acidi grassi Omega 3, inclusi mediante l'utilizzo di olio di salmone e semi di lino, fornisce lucentezza e integrità di cute e mantello per migliori performance di bellezza. Agli ingredienti di origine animale sono stati combinati i diversi mix di frutta e verdura, fonti di fibra vegetali, utili a regolarizzare il transito intestinale e ad apportare una maggiore varietà di gusto.



## MONGE BWILD: FOLLOW THE INSTINCT, FOLLOW NATURAL NUTRITION

In order to provide customers with a broader choice among grain free wet products, *Monge BWild* tinned line (400g tins) reflects the company's efforts in the natural pet food sector, which is a growing trend among demanding and modern pet owners. The line is inspired to the principle of natural nutrition: plenty of fresh meat and no cereals, extraordinary palatability and natural products without added preservatives or colourants. Moreover, the line features extra palatable recipes, suited for the most demanding dogs as well. *Monge BWild Grain Free* range of morsels and stripes with sauce includes five recipes: *Puppy&Junior All Breeds Duck with Pumpkin and Zucchini*, *Adult Mini Duck with Pumpkin and Zucchini*, *Adult All Breeds Lamb with Pumpkin and Zucchini*, *Adult All Breeds Turkey with Pumpkin and Zucchini*, *Adult All breeds Salmon with Pumpkin and Zucchini*. The elevated palatability of ingredients of animal origin supports the best vitality and palatability. Fresh meat support protein digestion, omega 3 fatty acids from salmon oil and linseed oil ensure a shiny and healthy skin and coat, for extra beauty. Besides ingredients of animal origin there is a mix of fruit and vegetables, rich in vegetable fibre, which ensure regular intestinal transit and increased taste variety.

## L'ECCELLENZA NELLA CIOTOLA

La linea *Special Dog Excellence* amplia la sua gamma portando nella ciotola sempre più gusto e benessere per le specifiche esigenze nutrizionali dei cani di taglia mini. Sono state studiate due nuove ricette con crocchette più piccole per facilitare la masticazione, *Special Dog Excellence Mini Adult con Tacchino* e *Special Dog Excellence Mini Adult con Tonno*: alimenti completi e bilanciati, altamente digeribili e appetibili, materie prime tutte di prima qualità e carne come principale fonte proteica animale. In più, sono formulati con ingredienti ideali per supportare il benessere quotidiano come semi di lino, fonte di acidi grassi e omega 3 per la cute e il pelo, agrumi, ricchi di vitamina C, per supportare la funzione fisiologica del sistema immunitario e prebiotici FOS e MOS per il benessere intestinale.



## EXCELLENCE IN THE BOWL

*Special Dog Excellence* line broadens its range: increased taste and well-being for the specific nutritional needs of mini dogs. The range includes two new recipes with smaller kibbles to support chewing, *Special Dog Excellence Mini Adult with Turkey* and *Special Dog Excellence Mini Adult with Tuna*. Complete, balanced, digestible and palatable products with top quality ingredients and meat as first animal protein source. Moreover, ingredients support the daily well-being of dogs: linseeds (source of omega 3 fatty acids for the health of skin and fur), citrus fruit (rich in vitamin C for the immune system) and FOS and MOS prebiotics for the intestinal well-being.

## MONGE GRILL: PIÙ GUSTO, PIÙ BENESSERE, PIÙ SCELTA

I nuovi bocconcini *Monge Grill*, cotti al forno, sono formulati per essere più vicini all'alimentazione in natura del gatto. È una delle linee di punta di Monge nel canale specializzato, lavorati con un procedimento esclusivo che crea appetibilità straordinaria e unica nel suo genere. La gamma completa si presenta in buste monodose 100 g cane e 85 g gatto, tutte le ricette sono grain free, con ingredienti di primissima qualità e tanta carne fresca altamente digeribile, prodotti made in Italy, no cruelty test: tutti plus evidenziati dal nuovo pack. Sette ricette nelle formulazioni per gatti kitten, senior, adult e sterilised, con olio di salmone per un manto lucido e brillante, con vitamine e minerali per un pasto completo e bilanciato. Con carne o pesce fresco per ricette più gustose: *Kitten Salmone*, *Adult Coniglio* oppure *Agnello*, *Sterilized* nei gusti *Galletto*, *Vitello* oppure *Trota*, e *Senior Sgombro*. Nella linea *Monge Grill dog* ben otto ricette per cani puppy, adult e senior.

## MONGE GRILL: TASTE, WELL-BEING, CHOICE INCREASED

New *Monge Grill* oven-baked morsels reflect cats' natural nutrition. It is one of the flagship lines of Monge in the specialist channel: morsels are baked with an exclusive process, which ensures a unique and extraordinary palatability. The complete range comes in single-serve 100g pouches for dogs and 85g pouches for cats. All recipes are grain free, with first quality ingredients and plenty of digestible and palatable fresh meat. They are made in Italy, no cruelty test: all features are clearly visible on the new pack. Seven recipes for cats kitten, senior, adult and sterilised, with salmon oil for a shiny coat; vitamins and minerals for a complete and balanced meals. With fresh fish or meat for a tasty recipe: *Kitten Salmon*, *Adult Rabbit or Lamb*; *Sterilized with Cockerel*, *Veal or Trout*; *Senior Mackerel*. *Monge Grill* line for dogs includes eight recipes for puppy, adult and senior dogs.



## MONGE: IL MEGLIO DELLA MONOPROTEINA

Il punto di forza di *Monge Natural Superpremium* è la fonte proteica animale come primo ingrediente, associata a fonti di carboidrati resi altamente digeribili mediante il processo di estrusione. Tutte le ricette sono il risultato della ricerca made in Italy, grazie ai continui confronti con gli allevatori, i consumatori e i nutrizionisti, per offrire un prodotto naturale, gustoso e bilanciato. La novità per la gamma Monge sul gatto sono i croccantini *Adult Salmone*, una ricetta che include X.O.S. (xilo-oligosaccaridi) per il benessere intestinale, Rosa Canina dall'efficacia antiossidante e Omega 3 per la lucentezza del pelo. E le nuove ricette monoproteina: *Kitten Trota*, *Sterilised Trota*, *Sterilised Anatra*, disponibili anche nei nuovi sacchi da 10 kg, formulate con una singola fonte proteica animale e quindi adatte ai gatti che hanno particolari esigenze nutrizionali e arricchite con X.O.S. La ricetta *Kitten Trota* assicura un rapporto ottimale di calcio e fosforo per una crescita equilibrata. La novità *Sterilised Trota*, ricetta monoproteica, ha un basso contenuto di grassi per favorire la gestione del peso. Infine, *Sterilised Anatra* offre alta appetibilità per gatti con appetito difficile, pur in presenza di un basso contenuto di grassi per evitare il rischio di sovrappeso.

## MONGE: THE BEST OF SINGLE PROTEIN

The point of strength of *Monge Natural Superpremium* is the animal protein source as first ingredient, together with extruded and digestible carbohydrate sources. All recipes come from made-in-Italy research, thanks to constant collaboration with breeders, customers and nutritionists, to ensure a natural, tasty and balanced product. *Adult Salmon* treats are a new product for the cat range, with X.O.S. (xylo-oligosaccharides) for the intestinal well-being, antioxidating dog rose and omega 3 for a shiny fur. There are also new single-protein recipes: *Kitten Trout*, *Trout*, *Sterilised Trout* and *Sterilised Duck*, also available in new 10kg bags. They feature a single animal protein source, suited for cats with special nutritional needs; moreover, they are supplemented with X.O.S. *Kitten Trout* ensures balanced quantities of calcium and phosphorus for a balanced growth. Single-protein *Sterilised Trout* is low on fat to help control weight. *Sterilised Duck* ensures elevated palatability for demanding cats, despite a low percentage of fats to avoid overweight.





## MONGE ED EXCELLENCE MAIS: 100% NATURALI

Il proprietario pet è un cliente che ricerca ogni giorno prodotti naturali e anche il settore delle lettiere ha fatto grandi passi in questa direzione. A queste richieste Monge risponde con *Monge ed Excellence 100% mais*: la lettiera vegetale naturale per gatti che si è rivelata da subito un grande successo per una qualità straordinaria. Composta esclusivamente da mais 100% italiano, anzi coltivato rigorosamente in Piemonte, ha la particolarità di essere “soft touch”: la sua granulometria è infatti piacevole al tatto del gatto. È conveniente, perché agglomerante con un alto potere assorbente: in pochissimi secondi si può raccogliere la “palla” creata dall’urina. Non rilascia polveri quindi è adatta ai cuccioli e inibisce la formazione del cattivo odore. Contiene fibre vegetali ecocompatibili e a basso impatto ambientale. In più è davvero “easy”, si può smaltire nel wc o nel compost. Sempre nelle lettiere vegetali è anche disponibile *Monge Easy Green*, naturale ecologica e 100% italiana.

## MONGE AND EXCELLENCE CORN: 100% NATURAL

Pet owners always look for natural products and the litter segment is also making great progress towards natural products. Monge offers *Monge and Excellence 100% corn*, the natural vegetable litter for cats that proved to be successful for its excellent quality. It contains 100% Italian corn only, farmed in Piedmont. It is a soft touch litter: it is pleasant for cats to touch it. Moreover, it is convenient thanks to its absorbing and clumping power: after just a few seconds it is possible to collect the urine “ball”. It is dustless, therefore suited for kittens, and prevents foul odours. Moreover, it is eco-friendly: it contains eco-compatible vegetable fibres with low impact on the environment. It can be easily flushed in the toilet or in compost. There is also *Monge Easy Green 100% vegetable*: natural, eco-friendly and 100% Italian.

## LEO'S, LA CONVENIENZA MADE IN ITALY

Grande novità per il cliente del canale specialist che richiede qualità al giusto prezzo. Monge propone *Leo's*, bocconcini cotti al forno in salsa gustosa, una nuova linea esclusiva per il pet shop. I bocconcini *Leo's* sono alimenti completi, made in Italy, suddivisi per età e stile di vita dell'animale. Dodici ricette per cane e gatto nelle lattine 400 g e 1230 g.



## LEO'S, MADE IN ITALY CONVENIENCE

Dedicated to customers of the Specialist channel looking for quality at the right price: Monge offers *Leo's*, oven-baked chunks with tasty gravy. It is the new line and an exclusive brand for specialized shops. *Leo's* chunks ensure complete products, divided according to age and life style of pets. The line for cats and dogs includes 12 recipes in 400g and 1230g tins.



## MONGE MONOPROTEIN PEZZETTI: ANCORA PIÙ GUSTO

Tre nuove ricette monoproteiche con carni pregiate distinguono i nuovi *Pezzetti Monge*, il superpremium per gatto nelle lattine da 85 g, made in Italy. La formula grain free e la presenza di una sola proteina animale, rendono il prodotto unico e molto richiesto dai proprietari pet. Ecco i tre nuovi *Pezzetti Monoprotein*: con carne di Solo Bufalo, *Pezzetti Solo Manzo* e *Pezzetti Solo Maiale*. Garantiti no cruelty test.



## MONGE MONOPROTEIN: INCREASED TASTE

Three new single-protein recipes and fine meat for *Monge Flakes* line, the super premium products for cats in handy 85g tins, made in Italy. Grain free formula and only one animal protein make it a unique product and requested among pet owners. Here are three new *Single-protein Flakes*: one with *Buffalo Meat Only* and two single serve recipes, *Flakes Beef Only* and *Flakes Pork Only*. They are guaranteed no cruelty test.

## MONGE: PIÙ VISIBILITÀ SUGLI SCAFFALI

Ecco finalmente il nuovo cartone display per esporre più facilmente a scaffale tutte le referenze *Monge Natural*, *Monge Delicate*, *Monge Jelly*, *Monge Natural Dog*. Migliore esposizione a scaffale, maggiore visibilità del prodotto, facilità di rifornimento per il punto vendita, quindi maggiori rotazioni.



## MONGE: MORE VISIBILITY ON SHELF

Here is the new cardboard display to easily place on shelf all *Monge Natural*, *Monge Delicate*, *Monge Jelly*, *Monge Natural Dog* products. Better shelf placement, better product visibility, easy shelf stocking for shops, thus increased rotation.

## L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE

Monge è un'azienda che crede e investe nelle energie rinnovabili. Fin dal 2008 ha iniziato la realizzazione di impianti fotovoltaici sui tetti dei suoi stabilimenti. Quando i consumi lo hanno consentito, nel 2014 ha deciso di implementare la sua autosufficienza realizzando un impianto di cogenerazione a gas che produce parte del vapore e l'acqua calda necessaria per lo stabilimento, per poi completare il suo fabbisogno con un secondo impianto di cogenerazione nel gennaio 2020. Monge si autoproduce circa 80% dei propri consumi elettrici e termici impiegando come fonti energetiche il sole e il metano.

Nel corso degli anni, l'Azienda ha anche consolidato le competenze per sviluppare progetti di efficienza energetica, realizzare gli impianti e gestirli con il proprio personale e con la collaborazione di consulenti partner qualificati.



## COMMITTED TOWARDS ENERGY EFFICIENCY AND SELF-PRODUCTION

Monge believes and invests in renewable sources. Since 2008 the company started placing photovoltaic panels on the roof of its storehouses, increasing them year after year. In 2014 the company decided to reach self-sufficiency and developed a gas cogeneration plant, which produces part of the steam and hot water necessary for the plant. In January 2020 a second cogeneration plant completed the company's need of steam. Monge self-produces 80% of its electrical and thermal consumption, using sun and methane as energy sources.

Cogeneration plants are CAR certified and ensure Energy Efficiency Allowances for ten years, besides producing electrical and thermal energy with over 80% overall efficiency.

Throughout the years, the company strengthened its skills to develop its own plans of energy efficiency, to produce plants and manage them with internal employees, in collaboration with qualified external partners.

Non  
abbiamo  
segreti!

La qualità  
prima di tutto.



**Monge**  
*Il pet food che parla chiaro*

Scopri i paté Monge Monoprotein per il tuo cane, formulati **senza cereali** e con **un'unica fonte proteica animale** in ogni ricetta, senza coloranti e conservanti. Monge Monoprotein è anche con frutta.

CERCALI NEI PET SHOP E NEGOZI SPECIALIZZATI.



**MONGE**  
La famiglia italiana del pet food



# REALIZZARE UN VIDEO DA ZERO

## Le tre fasi della creazione

ALESSIO LAVACCHI

**Il contenuto multimediale per eccellenza funziona se progettato con cura e strategia, eccoti i primi suggerimenti per iniziare**

**T**i sarà capitato spesso di leggere articoli che spiegano i motivi per cui è importante fare video in una strategia di vendita B2C (Business To Consumer, dall'impresa al cliente).

Non mi dilungherò e non ti annoierò elencandoli di nuovo, l'unico dato introduttivo che invece mi preme citare, è la classifica dei siti più visitati al mondo.

Al primo posto, e nessuno si sorprenderà, c'è Google, il motore di ricerca.

Al secondo invece il dato è curioso e significativo, ed è YouTube.

Se esiste un prodotto in vendita c'è sicuramente un video che ne parla su YouTube.

Spesso non ce n'è solo uno; ad iniziare dallo spot televisivo, il clip destinato alla forza vendita, quello con l'influencer di turno che ne parla, l'unboxing e la recensione di qualche utente, fino ad arrivare al video virale, simpatico e divertente, dove il prodotto appare marginalmente, magari sullo sfondo.

La medaglia di bronzo va a Facebook, e anche lì i video non mancano, anzi, l'algoritmo stesso predilige questo tipo di contenuto ad altro.

Una volta convinti che è il video lo strumento di vendita che ti serve, non resta che passare all'azione.

Qui spesso il neofita si perde e si scoraggia, pensando di non esserne all'altezza.

La risposta a questa mancanza di sicurezza la possiamo trovare in uno dei tanti consigli che danno i life coach: hai un problema enorme e apparentemente irrisolvibile? Frammentalo in tanti problemi più piccoli e semplici, e inizia a risolverli uno per uno.



In questa operazione di frammentazione, nell'individuazione di un flusso di lavoro adeguato, e in una serie di consigli per ogni argomento, posso aiutarti io. Dividiamo innanzitutto la creazione del video in tre macro aree:

- **Ideazione** ovvero che video faccio?
- **Produzione** ovvero come faccio a girarlo e montarlo?
- **Distribuzione** ovvero dove lo veicolo affinché sia visto il più possibile?

## IDEAZIONE

Forse lo scoglio più grande.

Non basta condividere sulla pagina Facebook del negozio lo spot della casa madre?

No, non basta.

Soprattutto dopo il periodo di distanziamento sociale vissuto, dobbiamo lavorare per creare, rafforzare e mantenere il rapporto di fiducia con il cliente.

In negozio non è semplice; la mascherina ci ruba il sorriso, il numero contingentato di clienti ci nega la possibilità di poter entrare in empatia con loro, e la lunga coda all'esterno dell'attività ci ruba il tempo a disposizione da dedicare a ciascuno.

Quindi ben venga un video dove possiamo parlare a viso aperto del nostro negozio, della qualità dei nostri prodotti in vendita, di cosa funziona meglio in un caso o in un altro, dei nuovi arrivi.



Proviamo a elencare alcuni tipi di video, che possano servire da spunto.

- **Presentazione dell'attività**  
Informazioni sul negozio: apertura e chiusura, parcheggi possibili, orari consigliati per avere un servizio più completo, tipi di prodotti o di servizi in vendita.  
Il tutto senza dimenticare gli aspetti personali: da quanto tempo fai questo lavoro, il perché lo fai, la passione che ci metti, e, perché no, la presentazione degli animali che hai in vendita. Ti ricordo che, nel campo dei video distribuiti sui social, sei in un settore molto fortunato, i video che contengono animali domestici sono tra i più seguiti in assoluto.  
È importante che nel video siano presenti e ben bilanciati tre temi: le informazioni pratiche dell'attività, la tua professionalità nel settore e l'aspetto personale e umano, grazie al quale potrai creare una forte empatia con i clienti presenti e futuri.

## Se esiste un prodotto in vendita c'è sicuramente un video che ne parla

- **Approfondimento di un prodotto**  
La tua professionalità e credibilità è importante per veicolare tutte le informazioni che un cliente deve conoscere sul quel prodotto; i vantaggi, gli svantaggi, le caratteristiche e con cosa è meglio associarlo. Qui puoi anche riportare le esperienze di altri clienti, e dire perché e in quale caso si sono trovati bene.



## Video Marketing

- **Novità in arrivo**

Quali sono le novità arrivate in negozio?  
Che caratteristiche hanno?

- **Offerte del momento**

Quali prodotti sono in offerta e per quanto lo saranno.

- **Recensioni video di clienti soddisfatti**

Puoi richiedere delle video recensioni (anche semplici interventi) che includerai in alcuni dei tuoi video.

- **Rubriche**

E qui puoi sbizzarrirti, per esempio con l'amico del giorno, raccontando la giornata tipica del cane o del gatto di uno dei tuoi clienti.

Tutti i video che creerai dovranno avere una serialità e rispettare un format da te elaborato. Il format è semplicemente un insieme di regole che ogni puntata dovrà rispettare, per esempio la stessa sigla, lo stesso tipo di font e di grafica, musiche simili. Ogni tuo video dovrà avere una sorta di impronta, un marchio di fabbrica, che ricondurrà a te e al tuo negozio.

**Con i video puoi mantenere il rapporto con il cliente ora limitato in negozio**

### PRODUZIONE

Una volta deciso "cosa fare" è il momento di agire, cioè girare e montare il tuo video. Ricordati che abbiamo tutti una videocamera in tasca e un computer a casa, non c'è bisogno di fare grandi investimenti per acquistare gli strumenti di ripresa o post produzione. Eventualmente qualche piccolo acquisto ben mirato può migliorare la qualità delle tue riprese. I consigli da dare per un'ottima ripresa sono tantissimi e non mancheranno nei prossimi articoli.

### DISTRIBUZIONE

Ho finito il mio video, e adesso? Come possa far sì che sia visto? Anche su questo argomento non mancheranno alcune tecniche di quello che in gergo si chiama *digital marketing*.

*Stay tuned!*



**ALESSIO LAVACCHI**

Alessio Lavacchi ha avuto esperienza nella tv, cinema, documentari e spot televisivi. Attualmente con il suo Videomaking Studio progetta, produce e dirige video per aziende e agenzie di comunicazione. Da molti anni insegna videomaking e sta attualmente collaborando con l'Istituto di Ricerca Scolastica al progetto di educazione alla creazione di contenuti audiovisivi, destinato agli insegnanti delle scuole primarie e secondarie.  
[www.alessiolavacchi.it](http://www.alessiolavacchi.it), [info@alessiolavacchi.it](mailto:info@alessiolavacchi.it)



# NATURAL INSTINCT

MADE IN ITALY  
*Primordial*  
by Mister Pet

**GRAIN FREE**



**ZERO  
CEREALS**

## HOLISTIC NUTRITION HIGHLY FRESH MEAT

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs and cats

**100% NATURAL** | **70% ANIMAL ingredients** | **30% VEGETABLES herbs and fruits**

 **MISTERPET**

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

**NOVITÀ! SNACK**





# LO SHOP ON LINE

Ecco perché ne hai davvero bisogno

**FRANCESCO CARUCCIO**

**Ormai anche il piccolo negozio di quartiere deve avere un suo eCommerce, servizio gradito ai clienti e vantaggioso per te**

**F**requento negozi di animali da una quindicina d'anni, principalmente per via della mia passione per i cani: Camelot, il mio dobermann arrivato alla veneranda età di 12 anni - passato da qualche mese a miglior vita - e Cocco, il mio amstaff di 14 anni, mi hanno dato occasione di conoscere bene questo mondo.

Ho fatto amicizia con i negozianti, con alcuni sono tutt'ora in contatto e siamo amici.

Penso ad Alice per esempio, la ragazza che per anni ha lavorato in negozio con il suo titolare e che dopo una lunga esperienza ha aperto il suo negozio a Cassina de Pecchi, nell'hinterland Milanese.

Adoravo Alice perché ha sempre fatto tanto per me, ma devo dire che tutti i negozianti che ho frequentato si sono sempre comportati bene. Da proprietario di cani, mi sono sempre sentito compreso.

Quello dei proprietari di negozi per animali mi è sembrato un mondo fatto di persone sempre disponibili, sinceramente amanti de-

gli animali, che non mancano mai di spirito di sacrificio e voglia di lavorare.

Per una strana coincidenza del destino poi, uno dei primi siti eCommerce che ho realizzato, vendeva proprio mangime per cani e credo che sia tutt'ora online, ormai da ben dodici o tredici anni.

Purtroppo però, nonostante gli sforzi immensi, non tutti i negozianti ottengono i risultati importanti che meritano.



## COME POSSIAMO MIGLIORARE QUESTA SITUAZIONE?

Per aiutarti a trovare una risposta tratterò della materia che conosco meglio: la vendita on line, via web e siti di eCommerce.

In passato ho gestito, realizzato e aiutato a progettare siti di vendita on line di tutti i tipi. Dalla multinazionale che fattura miliardi di euro (come nel caso del gruppo Lactalis che possiede il marchio Galbani, con un fatturato di 16,5 miliardi di euro) fino alle medie, piccole e piccolissime realtà, a condizione fossero agguerrite, e pronte a invadere il web. Conosco ogni tipo di sito eCommerce e ogni loro più minimo dettaglio.

Proveremo ad analizzare insieme il modello USA per aumentare gli incassi, fidelizzare i clienti e fare in modo che preferiscano sempre te a uno qualsiasi dei tuoi concorrenti.

### IL MODELLO USA: OVVERO COMPRARE QUALSIASI COSA ON LINE, ANCHE SOTTO CASA

“Perché proprio il modello USA?” ti starai chiedendo. Mettila così: quante volte abbiamo sentito la frase:

“Negli Stati Uniti tutto accade vent’anni prima. Poi arriva anche in Italia”.

La senti anche tu fin da quando eri bambino.

Allora stavolta giochiamo d’anticipo.

Andiamo a vedere quale sia il ruolo dell’eCommerce nelle attività locali in America, perché non solo i grandi brand usano il web: anche le piccole realtà usano piattaforme di vendita online per vendere ai propri clienti, perfino quando abitano a pochi isolati di distanza.

Durante il mio lavoro in Eataly, dove ero a capo dell’area tecnica del negozio on line (il sito eCommerce, appunto) ho avuto modo di toccare con mano come funzionassero le cose oltreoceano.

Eravamo nel 2013 e dopo aver aperto il mercato europeo con i negozi digitali in Italia, Germania e Regno Unito, venne la volta dell’America, dovevamo aprire il mercato degli Stati Uniti e mandammo alcuni dei miei ragazzi del reparto tecnico a lavorare in loco. Precisamente a New York, al 200 della 5<sup>th</sup> avenue, dove sorge tutt’ora il bellissimo Eataly New York e relativi uffici.

Come sempre “toccare con mano” è molto istruttivo: lì scoprimmo cose interessanti.



Ad esempio che in grandi città come New York chiunque possedeva una piattaforma per acquistare on line, e quando dico tutti, intendo proprio tutti!

Perfino la rosticceria sotto casa.

Tu ordinavi il tuo bel pollo per pranzo e pagavi on line.

E loro te lo facevano trovare pronto da portar via all’orario stabilito, oppure te lo portavano a casa.

Puoi farlo anche tu, che vendi altri prodotti e servizi e non cibo per umani.

Dico puoi per non dire “devi”.

Questa tendenza presto arriverà anche in Italia. Ci stiamo già trasformando e le ultime vicende relative al Coronavirus hanno accelerato questo processo di digitalizzazione e alfabetizzazione informatica.

### La pandemia ha accelerato il processo di digitalizzazione e alfabetizzazione informatica

Se te lo avessi detto anche solo tre o quattro anni fa, sarebbe sembrato strano, no?

La quarantena che abbiamo da poco vissuto ha fatto capire a tutti quanto anche in Italia è possibile la consegna a domicilio, anche per le piccole attività.

Basta volerlo e organizzarsi.



## Pet shop On line

Prendiamo Alice, quella ragazza del pet shop di cui ti parlavo, già da anni fa questo servizio. Non a caso ha un sacco di clienti che la amano. Se portare un pollo arrosto o una “pepperoni pizza” a casa è normale, perché non dovrebbe esserlo portare delle crocchette per cani, un guinzaglio o qualcosa che non posso venire a prendere personalmente?

### MA QUALE VANTAGGIO TI PORTA UNA PIATTAFORMA ONLINE?

I vantaggi sono molteplici.

Prima di tutto, permettere ai tuoi clienti di acquistare sul tuo sito è una freccia al tuo arco. Offri un servizio che per il cliente è un’indubbia comodità.

### Negli USA anche le piccole realtà usano l’eCommerce, presto sarà così anche in Italia

Le persone sono sempre più viziate in questo senso perché abituate a ricevere merce a casa. Amazon ha fatto scuola.

In secondo luogo, c’è un vantaggio di cassa. Spesso le consegne a casa senza shop on line, soprattutto per i clienti fidati, diventano un’occasione per non incassare subito.

“Il POS non funziona”, oppure magari non ce l’hai ancora, oppure “Non ho contanti con me, poi passo in negozio”. E magari passa un mese.

Pagare on line ti permette di incassare immediatamente ed avere sempre un buon flusso di cassa. Non escono soldi che non rientrano subito. Non fai da banca ai tuoi clienti.



Credimi se ti dico che esistono innumerevoli vantaggi nell’adottare una piattaforma di commercio elettronico.

Avere un eCommerce può aiutarti ad aumentare lo scontrino medio, cioè il valore di ogni singola transazione del cliente.

Sempre grazie all’on line puoi far acquistare più di frequente i tuoi clienti, aumentando così il fatturato e i margini che ti rimangono in cassa, ma di tutto questo parleremo in un prossimo articolo.

Per adesso ci fermiamo qui, e ti prometto che farò il possibile per aiutarti in questa nuova avventura online.



**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.



**GUARDA AVANTI E VOLTA PAGINA:  
NOI SIAMO PRONTI!**





# È GIÀ COTTO, È FRESCO, È COMPLETO!



**100% CARNE ITALIANA**



**ALTISSIMA DIGERIBILITÀ  
OLTRE 95%\***

- ALTA APPETIBILITÀ
- SENZA FARINE E DISIDRATATI DI CARNE
- MONOPROTEICO: CON UNA SOLA PROTEINA ANIMALE
- SENZA CONSERVANTI AGGIUNTI

**Novità**

## ANCHE PER IL TUO GATTO!

**ALTISSIMA DIGERIBILITÀ  
OLTRE 90%\***

- SENZA CONSERVANTI AGGIUNTI
- ALTA APPETIBILITÀ
- SENZA FARINE E DISIDRATATI DI CARNE
- IDONEO PER GATTI STERILIZZATI



\*Italian Journal of animal science - Aug. 2016 - a new in vitro method to evaluate digestibility of commercial diet for dogs and cats.  
\*La linea Freskissimo Cane è stata eletta Prodotto dell'Anno 2020. Ricerca PdA/C/IRI 01/2020 su 12.000 consumatori italiani, su selezione di prodotti venduti in Italia. www.prodotto dell'anno.it cat. PET FOOD.

# LE MANIPOLAZIONI GENTILI

che aiutano a vendere meglio

CRISTINA MANDAGLIO

**Il post Covid-19 ha reso i tuoi clienti poco inclini a tollerare approcci di vendita aggressivi, ecco una alternativa migliore**

**I**mmagina di essere al bancomat sotto casa per prelevare dei contanti. Prendi al volo le banconote e lo schermo ti domanda “Vuoi stampare la ricevuta?” In basso a sinistra campeggia il pulsante “SI”, sulla destra il “No” con didascalia “Scelta ecologica” accompagnata dall'icona azzurra e verde della Terra. Se proprio non ti è indispensabile probabilmente opterai per il No, evitando uno spreco di carta e inchiostro.

Sovrappensiero e sempre di corsa, senza quel suggerimento ambientalista avresti quasi certamente scelto di stampare la ricevuta per poi appallottolarla subito dopo l'emissione. Al contrario hai accolto un cortese appello al tuo spirito ecologista. Senza chiederti alcuno sforzo né costringerti, senza negarti la possibilità di avere la tua ricevuta e senza chiederti un euro per scoraggiarti a stamparla, ti è stata semplicemente suggerita la scelta migliore.

Quella piccola didascalia seguita dall'immagine del pianeta è un ottimo esempio di *Nudge*.

Ne avevo fatto cenno anche nel mio editoriale del mese scorso, è un concetto che mi affascina perché unisce la mia passione per le teorie di marketing alla scelta di stare al mondo in maniera costruttiva, etica, non aggressiva.

La sua traduzione letterale dall'inglese sarebbe “pungolo”, e a ben vedere un intervento che orienta una scelta in modo più positivo mettendo sotto una nuova luce la circostanza in cui viene presa ma senza proibire forzatamente nessuna opzione, è senza dubbio ‘una spinta gentile’. ‘Gentile’ sottintende anche che sia facile e senza sforzo economico.



## Business Semplice

In natura, l'immagine più dolce e illuminante per esprimere bene il concetto, è quella dell'uccello adulto che preme delicatamente col becco sul dorso del suo piccolino nel nido, per aiutarlo a superare il timore e buttarsi in un'esperienza che lo spaventa: il primo volo da solo.

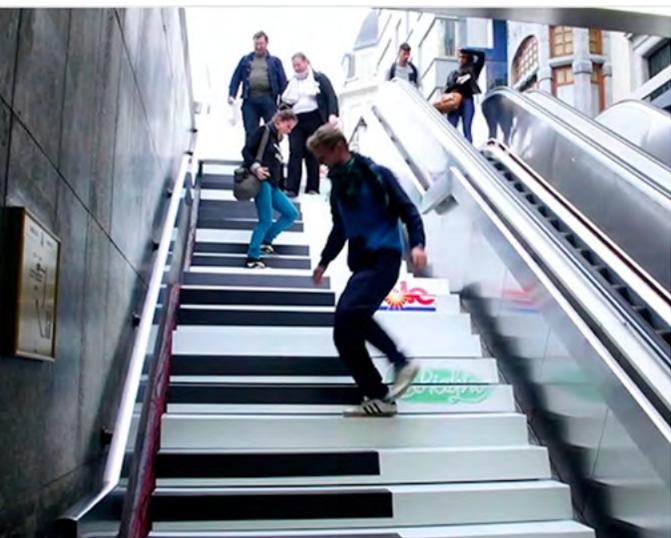
Potrebbe invece spingerlo con forza nel vuoto, obbligandolo a sforzarsi di volare.

Ma preferisce non costringerlo e incoraggiarlo, con una leggera spinta, appunto.

I nudge sono molto frequenti anche nella gestione di spazi sociali comuni: celebre l'esempio dell'adesivo di una piccola mosca nei bagni pubblici per uomini dell'aeroporto di Amsterdam.

Facendo leva sull'istinto innato di "fare centro", la mosca ha aiutato lo staff dell'aeroporto a ridurre notevolmente i comportamenti indesiderati degli utenti dei bagni, a tutto vantaggio dell'igiene e del decoro. Un semplice adesivo con una mosca, sembra incredibile.

Un minaccioso cartello che promettesse salate multe ai trasgressori, avrebbe raggiunto lo stesso un buon risultato, ma avrebbe anche lasciato nelle persone una sensazione sgradevole, controproducente per l'immagine dell'intero aeroporto.



Pensiamo anche alla metropolitana di Stoccolma, in cui i gradini che portano in strada sono stati trasformati in tasti di un enorme pianoforte, per scoraggiare l'uso delle scale mobili a vantaggio delle scale classiche, da sempre economiche, ecologiche e salutari.

Eppure sono le stesse scale di prima, semplicemente è cambiato il modo in cui i passeggeri della metro le vedono, al punto di preferirle volontariamente, senza costrizione.

O ancora un esempio direttamente dal mio vissuto: per aumentare il consumo di cibo di buona qualità nella mia famiglia, potrei far trovare in camera dei miei figli una piccola cesta riempita di frutta fresca, pur lasciando al loro posto nella credenza di cucina le merendine e gli snack.

Tutta un'altra storia sarebbe se imponessi "da oggi basta cibo spazzatura!": evitando di comprarlo o nascondendolo nello scaffale più alto del ripostiglio, li costringerei a impazzire per cercarlo, quando hanno voglia di far merenda.

Decisamente non sarebbe un "nudge", sarebbe forzare una scelta eliminando le alternative o rendendole molto più difficili da attuare, e non contribuirebbe granché alla mia popolarità in famiglia, temo.

### COME FUNZIONA IL NUDGE

Per poter sopravvivere, il genere umano si è evoluto imparando delle "scorciatoie" mentali per riuscire a prendere sempre la decisione migliore, nel minor tempo possibile.

Immaginiamo di essere soli in un campo di erba alta e di vedere spuntare qualcosa di lungo e scuro. O ci fermiamo immobili o fuggiamo di corsa, pensando a un serpente, senza prendere il tempo di verificare con calma se invece non si tratti di innocue alternative.



D'altronde se l'uomo delle caverne avesse deciso di verificare con attenzione se i passi pesanti alle sue spalle fossero di un erbivoro o di un predatore, anziché scappare o nascondersi in fretta, si sarebbe estinto ben presto.

**Se il tuo livello di attenzione è basso il cervello crea da solo degli automatismi**

Queste scorciatoie mentali si chiamano "*bias cognitivi*" e molto spesso nella fretta di decidere velocemente ci portano a fare scelte sbagliate e irrazionali.

Quante volte sei uscito a far colazione al bar la domenica mattina e poi ti sei ritrovato a guidare verso il tuo negozio?

Se il tuo livello di attenzione è basso o se sei semplicemente preso da altri pensieri che non il bar e la colazione, anziché decidere che strada prendere, il cervello per risparmiare energia crea degli automatismi e usa pigramente quelli, come se si mettesse in modalità 'risparmio batteria'.

O ancora: prova a metterti d'accordo con un gruppetto di amici e provate tutti insieme a guardare in alto, per strada.

Dopo pochi minuti vi si sarà raccolta intorno una piccola folla di persone, che continua a guardare in alto come voi, pur non vedendo niente di strano.

Vale anche per ogni volta che hai deciso di ordinare qualcosa al ristorante solo perché l'avevano ordinata tutti i tuoi compagni di tavolo: in generale diamo per scontato che la scelta fatta da un gran numero di persone sia la migliore, sempre per risparmiare troppo lavoro al cervello.

Il Nudge nasce proprio facendo leva su questi e moltissimi altri *bias cognitivi* per influenzare, indurre e persuadere gli individui a modificare il proprio comportamento, ma in maniera "dolce".

Il termine persuasione è purtroppo spesso letto in accezione negativa, anche perché legato alla parola (e quindi al concetto) di "manipolazione".

Tante altre discipline, come il marketing, la comunicazione pubblicitaria o quella politica, sfruttano i bias, l'innata irrazionalità, i difetti, l'ingenuità e la scarsa o limitata attenzione dell'essere umano per trarne guadagni o consensi.



Il Nudge, al contrario, cerca di fare leva su questi "inciampi della mente" in maniera etica, positiva e a beneficio della scelta davvero migliore per l'individuo e la società.

### **COME USARE IL NUDGE PER VENDERE MEGLIO**

Certamente hai in negozio una parte di prodotti ottimi e ad alto margine per te, che sarebbero perfetti per un certo tipo di clienti, alcuni li comprano e ne sono felicissimi, solo che essendo poco conosciuti, non ne vendi molti.

I pochi che li comprano li adorano ma appunto... sono pochi.

Questo potrebbe spingerti a non ordinarli più una volta terminate le scorte, con grande dispiacere di chi li acquistava... e a svantaggio di tutti quelli che se li avessero conosciuti e provati, certo ne sarebbero rimasti entusiasti, e anche tu non ne gioveresti, costretto a rinunciare al margine più alto.

Un Nudge è utile quando non inganna le persone o non fa pressione su qualcuno solo per ottenere un acquisto in più.



Questo tipo di azioni provoca spesso rifiuto e riduce la fiducia che i tuoi clienti hanno in te.

Cosa fare? Potresti “fingere” di aver terminato il prodotto alternativo per forzare i clienti a provare quello che vuoi tu ma non sarebbe molto leale, non sarebbe certo una spinta gentile.

Oppure potresti allestire un bel cartello con qualcosa tipo “IL 90% DEI PROPRIETARI DI CANI ANZIANI DI PICCOLA TAGLIA SONO FELICISSIMI DI USARE QUESTO”.

Così potresti orientare la scelta, in maniera più soft, utilizzando il bias visto prima.

E se invece tu desiderassi promuovere una serie di alimenti dietetici?

Potresti piazzare per terra, in punti strategici del tuo pet shop, delle enormi frecce luminose verdi che riportano scritte tipo:

“Segui la freccia per la linea del tuo cane”.

Le persone hanno imparato a riconoscere nelle frecce dei simboli da seguire (oltre che associare al colore verde un significato di benessere) e potresti ottenere ottimi risultati.

Anche scegliere di mettere un certo prodotto ad altezza occhi ne incoraggia la vendita per impulso, come sai.

Con un Nudge puoi anche promuovere iniziative di beneficenza.

Molti pet shop per loro natura sono sensibili al tema dell'assistenza di animali abbandonati e malati e spesso promuovono raccolte a favore di canili o gattili pubblici o privati. Solo che la risposta dei clienti non è sempre molto alta. Un modo efficace e non invasivo di promuovere delle donazioni potrebbe essere mettere un cartello ben visibile alla cassa con la scritta [CHI È IL MIGLIOR AMICO DELL'UOMO?] e poi sotto due barattoli con scritto Cane e Gatto che i clienti potrebbero utilizzare per “votare” mettendoci una moneta...

**Il Nudge fa leva sui bias cognitivi in maniera etica, positiva e a beneficio della scelta migliore**

A essere sinceri, tra nudging e marketing il confine è sottile, spesso la distinzione dipende solo dalla bontà dell'obiettivo finale. Più facile quindi parlare di Nudge quando lo scopo è davvero indirizzare verso un beneficio reale piuttosto che verso un puro e semplice guadagno per chi lo mette in atto.

Tutte le “spinte” dovrebbero davvero essere “gentili” in qualche modo, trasparenti e mai fuorvianti.

Dovrebbe essere il più facile possibile rinunciare alla “spinta”, facile come dirigere lo sguardo altrove, fare un piccolo passo in più o voltare la pagina di una rivista, e dovrebbe essere molto chiaro che c'è una buona ragione per credere che il comportamento che stai incoraggiando migliorerà il benessere di chi viene guidato.

Il Nudge mira infatti a rendere il processo decisionale più semplice, vantaggioso e diretto per i tuoi clienti.

Credo che il momento storico che stiamo vivendo richieda proprio questo, dentro e fuori dai negozi c'è bisogno di una delicata pressione che ci spinga verso scelte migliori, senza aggredirci, minacciarci o presentarci salati conti da pagare, un modo nuovo e gentile di interagire tra di noi e con il mondo circostante.



**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](mailto:cristina.mandaglio@zampotta.it)





# UNICA-CLASSE®

NUTRI-SIZE SUPERPREMIUM 

Focalizzante è  
l'esperienza sensoriale,  
UNICA per questa linea  
attraverso un'elevatissima  
appetibilità naturale

**NO**  
 **ARTIFICIAL AROMA**  
 **COLOURANT**  
 **SOYA**

Il sistema nutrizionale  
**CONDITION CARE**  
considera i fabbisogni della  
vita del cane, seguendo i suoi  
stati fisiologici

**GROWTH**  
**MAINTENANCE**  
**ACTIVITY**  
**SPECIAL CARE**

**Massima attenzione alle  
abitudini e ai diversi stili di vita,  
attraverso il profilo nutrizionale  
fisiologico LIFE STYLE.**

Risponde  
in maniera specifica  
ai fabbisogni nutrizionali  
di ogni taglia:  
**MINI - MEDIUM - LARGE**

**NUTRI-SIZE**

**LIFE STYLE**





# UN MOTORE DI VENDITA AVANZATO

nel cuore del tuo pet shop (IV parte). La vendita

FILIPPO GIUNTI

**S**iamo arrivati finalmente alla fase di vendita. Probabilmente fino a oggi il tuo processo di vendita personale è iniziato da questa fase: un cliente entra in negozio e tu gli vendi qualcosa.

Abbiamo visto invece che per avere un motore di vendita professionale che non lasci nulla al caso, alla fortuna, etc. ma soprattutto che non ti metta a terra di colpo quando accadono imprevisti (come questa emergenza Covid-19) serve svegliarsi presto la mattina e iniziare a ragionare, pianificare e agire molto prima di aprire la porta del pet shop.

Con questo obiettivo, per metterti in mano la buona sorte della tua attività da mesi stiamo costruendo pezzo per pezzo un nuovo sofisticato motore di vendita personalizzato per te e i tuoi obiettivi (in realtà lo stiamo “disegnando” e non “costruendo” perché ogni - pezzo - del quale parliamo avrà poi bisogno di uno studio approfondito a parte per essere inserito davvero e fatto funzionare al meglio. Noi stiamo *disegnando* il progetto, per adesso).

I tre imperativi dai quali siamo partiti sono

- Individua il target
- Individua il problema
- Sii la soluzione!

Abbiamo stabilito chi è il nostro cliente ideale (che non è TUTTI QUELLI CHE HANNO BISOGNO DI COMPRARE QUALCOSA PER IL LORO ANIMALE, mi raccomando), che problema ha (se non ha nessun problema, desiderio o bisogno fidati che resta a casa sua e non ha bisogno di venire nel tuo pet shop a comprare qualcosa) e abbiamo deciso che noi e solo noi saremo la soluzione che sta cercando (Zampotta Pet Business aprile 2020, pagina 32).

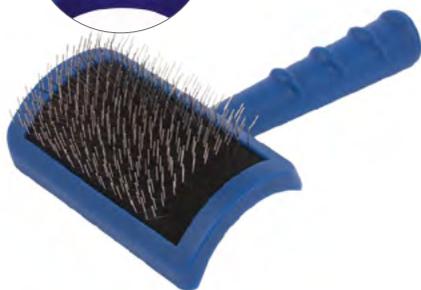
Poi siamo andati avanti esaminando nei pregi e nei difetti alcuni dei più noti mezzi di comunicazione utili a raggiungere il tuo potenziale cliente e fargli conoscere la tua offerta, e abbiamo detto che non esiste il “mezzo di comunicazione perfetto” valido per ogni occasione e ogni cliente ma che per capire qual è quello giusto per la strategia è essenziale partire dall’analisi approfondita del cliente (Zampotta Pet Business maggio 2020, pagina 16).



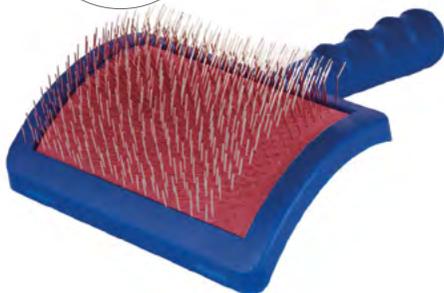
### PULSORI DIABLO



PER MANTI  
DIFFICILI E  
RICCI



PER MANTI  
DURI DI CANI  
DI GROSSA  
TAGLIA



### COLORI

Morbidi gessetti e polveri texturizzanti ricchi di pigmenti colorati usati per correggere e perfezionare le tonalità naturali del pelo del cane. Dispenser facili da usare: il gesso si stende uniformemente e facilmente sul manto, la polvere aggiunge corposità mentre colora in modo uniforme.

Colori diversi possono essere combinati per ottenere una perfetta corrispondenza.

Colori disponibili: nero, bianco, beige, marrone, marrone chiaro, marrone scuro, mogano, grigio, grigio scuro.



Nero



Bianco



Beige



Marrone



Marrone chiaro



Marrone scuro



Mogano



Grigio



Grigio scuro



### VASCA SPA

Trattamenti idromassaggio ed ozonoterapia. Dotata di due principali funzioni:

- una funzione di massaggio più intensa per donare al cane il massimo relax
- una funzione di massaggio più delicata con bolle e luci a LED accese, per offrire agli animali una lussuosa esperienza nella vasca.



### ERGO LINE

- Forbici realizzate a mano utilizzando il miglior acciaio giapponese Hitachi 440C con una durezza Rockwell di 60.
- Silenziose e resistenti, rifiniscono senza sforzo anche i manti più spessi. Presentano una speciale vite di tensione per una regolazione facile e accurata e un manico ergonomico per il massimo comfort.



Una volta trovato il giusto mezzo abbiamo progettato uno o più “imbuto” che raccogliessero una quantità di clienti più o meno grande e ci filtrasse solo quelli potenzialmente più adatti al tuo pet shop (Zampotta Pet Business giugno 2020, pagina 34).

Ora è tempo di vendere.



## Anello 4. Cliente, come posso effettuare una vendita?

*Come “vendete” tu e i tuoi dipendenti?*

*Cosa dite?*

*Cosa fate?*

*Che strategia utilizzate?*

*Scrivi adesso su un foglio la vostra strategia di vendita a grandi linee.*

Che la tua strategia di vendita sia semplice o complessa, lunga o cortissima, a un certo punto il potenziale cliente deve trasformarsi in cliente vero e proprio, cioè effettuare l'acquisto. Come avverrà questo passaggio? Cosa devi dire tu o il tuo dipendente? Come dovete comportarvi? Avete una strategia? È insegnabile? È trasferibile? È replicabile? Puoi schematizzarla o ti affidi «al talento» della persona?

La cosa peggiore che si possa fare è affidarsi solo a «motivazione» e «tecniche di comunicazione» senza seguire una strategia di vendita coerente con la comunicazione che hai deciso per il tuo pet shop.

Posso immaginare cosa stai pensando in questo momento:

*«Già è un miracolo che ogni tanto i miei dipendenti riescano a vendere qualcosa in più di quello che il cliente voleva già, figuriamoci se si mettono anche a seguire delle indicazioni! Venditori si nasce o non si nasce».*

Mi spiace dover essere chiaro e diretto ma le cose stanno in questo modo:

*Se i tuoi dipendenti non vendono, la colpa è tua!*

Lo so: da bravo comunicatore avrei dovuto usare la parola «responsabilità» e non «colpa», sarebbe stata una frase meno violenta. Ma da vecchio pubblicitario che ha ascoltato con le sue povere orecchie numerose aziende (con pessimi o insistenti sistemi di vendita) lamentarsi degli scarsi risultati delle persone che avrebbero avuto il compito di vendere nei loro negozi, trattate come carne da macello (turnover altissimi e condizioni contrattuali criminose), sono personalmente arrabbiato e infastidito da quegli imprenditori che non si preoccupano di fare “i compiti a casa” e poi accusano i dipendenti di non riuscire a vendere.

Il dipendente/venditore compie un'azione: la “vendita” non è che una ruota dell'ingranaggio. L'imprenditore, quindi tu, deve compierne altre (ne hai un assaggio con i passaggi della catena di vendita visti fin qui - poi ne vedremo altri), che portino a quel venditore potenziali clienti motivati ad acquistare. Se il venditore non vende è perché, nella maggior parte dei casi, viene mandato «in guerra» con armi spuntate, mal vestito e senza viveri!

**Devi dare ai tuoi dipendenti gli strumenti per vendere come vuoi tu!**



Come pretendi che porti a casa dei risultati quando si trova davanti un cliente con le idee confuse, che era entrato solo “a dare un’occhiata” e non è disposto a spendere la cifra necessaria a comprare le cose che vendi per il suo animale?

Se anche solo per una volta chiudesse una vendita in autonomia, dovresti stringergli forte la mano.

### **I DIPENDENTI SONO SOLO STRUMENTI**

Lo stai sperimentando leggendo questa rubrica: quante difficoltà hai avuto a rispondere a domande che dovrebbero risultare banali a un imprenditore come “*Quale è il tuo target?*” o “*Quali sono i canali più adatti per comunicare con lui?*”



La maggior parte degli imprenditori come te comunica male, utilizzando gli stessi concetti della concorrenza nella pubblicità che dovrebbe portare clienti in negozio e sfruttando strategie fallimentari per cercare di vendere... per poi dare la colpa ai “dipendenti che non si sforzano di vendere”.

Poi torneremo su questo concetto e lo approfondiremo come si deve, per ora tieni in considerazione questo aspetto: il tuo dipendente-venditore è uno strumento del marketing e non il contrario!

Se i tuoi dipendenti sono liberi di fare quello che vogliono “purché vendano”, “perché hanno la parlantina” (ed è per questo che li hai assunti), non puoi controllarli. E se qualcosa non la controlli non la puoi migliorare.

Sarebbe come rivolgersi alla mia agenzia di pubblicità dicendo: “*Scrivi quello che ti pare sul mio pet shop, purché i clienti arrivino!*”

Quello che devi fare è dare ai tuoi dipendenti gli strumenti per vendere come vuoi tu!

### **ELEVATOR PITCH: IL PRIMO PASSO DI UN VENDITORE**

Parti da questo elemento, che i venditori americani chiamano *elevator pitch*. Un *pitcher* è un imbonitore da fiera; il *pitch* è la sua argomentazione di vendita. Un *elevator pitch* è un termine tipico del linguaggio delle startup americane per arrivare a una vendita in un tempo molto breve, della durata, appunto, di una corsa in ascensore (*elevator*=ascensore in inglese).

Il concetto è semplice: ogni vostro dipendente deve saper rispondere a questa frase:

*Che cosa vendi?*

Ma non basta. Ogni venditore deve anche fare in modo che la risposta stimoli o invogli all’acquisto (se non direttamente, almeno a saperne di più) l’interlocutore - potenziale acquirente.

Può sembrare un dettaglio scemo, ma prova a chiederlo a ognuno dei tuoi dipendenti:

« *Che lavoro fai?* »

« *Vendo.* »

« *Che cosa vendi?* »

Otterrai quasi sempre risposte diverse.

Cosa ancora peggiore, la maggior parte di quelle risposte non saranno «accattivanti» dal punto di vista della vendita, vale a dire non «vendono», oppure non generano voglia di «proseguire il discorso» da parte del cliente.



“Accessori e cibo per animali”.

“Cucce per cani, sacchi di crocchette, tiragraffi per gatti, guinzagli...”.

“Cibo per cani, gatti, uccelli e pesci e oggetti per la cura di animali in genere”.

“Tutte le cose che servono a chi ha un animale in casa”.

Ognuno dei tuoi dipendenti deve saper «sintetizzare» l'attività dell'azienda in una singola frase che tocchi le motivazioni di acquisto del TUO potenziale cliente e le coniughi in modo da suscitare in lui la voglia di saperne di più e diventare cliente del tuo pet shop.

Adesso ti insegno a raggiungere questo obiettivo in modo semplice e veloce, attraverso una procedura guidata.

Domanda: Cosa vogliono sapere i **tuoi** clienti per prima cosa su quel che vendi?

Se hai risposto «*Quanto costa?*» hai sbagliato.

Quella potrebbe essere la prima domanda che ti pongono, ma non **l'informazione che realmente vogliono sapere**.

**Il tuo dipendente-venditore è uno strumento del marketing e non il contrario**

Ciò che interessa davvero al tuo cliente non è affatto il prezzo, bensì:

- *A cosa mi serve?*
- *In che modo?*
- *Di quanto migliorerà la mia vita o la vita del mio animale?*
- *In quanto tempo?*

Punto.

Solo e soltanto questo.

Le informazioni chiave – e le uniche, all'inizio – che devi saper sintetizzare in una frase sono queste.

Questo ti servirà a sintetizzare la risposta a queste domande in una sorta di slogan, cioè in una frase che ognuno dei tuoi dipendenti dovrà conoscere a memoria.

Questa frase deve essere accattivante per il tuo cliente: per renderla tale basterà parlare non dal punto di vista del tuo pet shop o dei prodotti che vendi, ma dal suo: partendo da ciò che interessa a lui (*ricordi che nei numeri scorsi di Zampotta Pet Business abbiamo definito il problema principale che hai deciso di risolvere per il tuo cliente target?*).

Ecco alcuni esempi:

*Che lavoro fai? Che cosa vendi?*

- *Vendo il miglioramento della salute degli animali dei miei clienti attraverso cibi etici 100% naturali a basso indice glicemico.*
- *Aiuto clienti altospendenti a trovare oggetti di prestigio e ricercati per i loro animali di razza posseduti come status symbol.*
- *Ti permetto di migliorare la vita del tuo cane anziano utilizzando accessori e giochi progettati apposta per lui.*
- *Aiuto gli appassionati di acquariologia a coltivare la loro passione con pesci rari europei non tropicali a basso prezzo.*
- *Aiuto le persone a divertirsi all'aperto con i loro cani con giochi particolari che importo in esclusiva dall'Australia.*

È un po' diverso dal dire “Vendo le cose per i cani”, no?

Una volta definito questo *elevator pitch* il prossimo passo consiste nel raccogliere i tuoi dipendenti e trasformare il vostro modo di vendere in qualcosa di replicabile da chiunque, affinché sia insegnabile e trasmissibile facilmente a tutti, in poco tempo.

Per fare questo ti serve elaborare o meglio, studiare, una o più tecniche di vendita nella quale utilizzare e sfruttare il tuo *pitch*.





# MANITOBA®

*la Qualità è nella nostra natura*



*LEADERSHIP: la distanza che separa  
CHI APRE UNA NUOVA STRADA  
da chi cerca di seguirlo.*



I prodotti **MANITOBA** nascono dalla pluridecennale esperienza maturata da operatori del settore che, sia per la particolare cura prestata nella selezione dei grani e dei semi, dall'origine sino al confezionamento, sia per la continua ricerca di nuovi componenti da introdurre nelle formulazioni, consente di offrire nutrienti sempre all'avanguardia per ogni fase dell'allevamento ornitologico.



MANITOBA s.r.l. - San Giovanni in Croce (CR - Italy)

info@manitobasrl.com - [www.manitobasrl.com](http://www.manitobasrl.com)

 Instagram manitobasrl -  manitobasrl

Non esiste una strategia commerciale universalmente valida. Ogni cliente e ogni situazione hanno peculiarità che obbligano a scegliere di volta in volta lo strumento e l'approccio migliore.

Lo studio delle varie tecniche di vendita è un argomento talmente vasto e complesso (coinvolge psicologia, strategia, empatia, marketing, sociologia, antropologia...) che richiede un libro intero solo per introdurlo.

Il mio scopo adesso è stato farti ragionare sul giusto approccio alla vendita e metterti sulla strada corretta suggerendoti il primo passo, ne parleremo ancora qui e probabilmente te ne parlerà anche Nicola Benincasa nella sua rubrica sulle tecniche di vendita qui su Zampotta Pet Business, ma non voglio lasciarti terminare questo articolo senza dartene nemmeno un accenno.

Alcune delle migliori tecniche di vendita sono brevettate ed è possibile studiarle solo nei corsi dei loro ideatori (cerca di non farti fregare e attirare in corsi tenuti da loro allievi che le rimpastano e vendono come proprie, trova sempre la fonte, anche se capita che non sia in Italia) quella di cui ti parlerò a grandi linee adesso si tratta di uno degli approcci più famosi nel mondo delle vendite, un classico reso celebre anche da film come "Americani" (*Glengarry Glen Ross* in originale) e si basa su quattro step precisi.

### LA TECNICA DI VENDITA AIDA

#### ● **Attenzione**

La prima cosa da fare, sempre, è ascoltare il tuo cliente, lasciarlo parlare senza interromperlo mentre ti spiega ciò che cerca e perché, prima ottieni informazioni e poi la sua attenzione: stupiscilo, provocalo, invoglialo a saperne di più o parla delle sue paure... l'importante è che la persona con la quale stai parlando si senta coinvolta e incuriosita da te.

*"È chiaro che la tua mamma è molto legata al suo cane. Se mai le dovesse scappare sai che il microchip potrebbe non bastare? In Italia, ogni anno si perdono 30.000 cani col microchip, è spaventoso!"*



#### ● **Interesse**

Ora che hai ottenuto la sua attenzione, è il momento di portare il tuo cliente un passo più vicino alla vendita. Lascia da parte (almeno per il momento) i riferimenti diretti ai prodotti che vendi e concentrati su soluzioni, strategie, vantaggi e benefici che possano risolvere i problemi del cliente.

*"Per leggere il microchip il cane va preso e portato da un veterinario o a una ASL, e magari scappa, è aggressivo e nessuno lo nota o lo avvicina. Sarebbe meglio fosse lei, la sua padrona, ad avvicinarlo. Pensa che invece potrebbe ritrovarlo da sola in un attimo da casa sua, senza andare a cercarlo alla cieca per strada. Lo geolocalizza sul suo cellulare e va a riprenderselo, oppure viene avvertita appena si allontana troppo. È più semplice, no?"*

Un unico avvertimento: non enfatizzare eccessivamente le difficoltà e i punti deboli del tuo interlocutore o rischierai di suscitare irritazione e ridurre a zero le tue possibilità di successo.

*"Tua mamma, poi, chissà quanto ci mette ad accorgersi di aver perso il cane... si mette a guardare la televisione, fa il sugo, chiama al telefono le amiche e il cane nel frattempo chissà dove arriva... meglio se l'avverte il cellulare..."* è offensivo verso la madre del cliente, evidentemente.

#### ● **Desiderio**

Sei giunto al momento in cui il probabile cliente deve volerne assolutamente sapere di più dei tuoi prodotti e ancora meglio, deve voler provare e toccare con mano i vantaggi che il prodotto che vuoi vendere può portare.





**FILIPPO GIUNTI**

Filippo Giunti è il fondatore di "SenzaCreativi", Agenzia Non Creativa di Pubblicità e Marketing. Aiuta le aziende a tirare bombe a mano sulla concorrenza con strategie di marketing scientifiche che procurano vendite, clienti e contratti senza perdere tempo con like o condivisioni inutili sui social se non servono a guadagnare.

Il suo cliente ideale è un imprenditore che è già passato attraverso idee fulminanti ma senza successo e che ora si è stufato e vuole risultati.

[www.senzacreativi.it](http://www.senzacreativi.it) - [filippo@senzacreativi.it](mailto:filippo@senzacreativi.it)

Mostragli nella maniera più diretta e concreta come cambierà la sua quotidianità o quella dei suoi familiari grazie al tuo aiuto: non è detto che porti a una vendita immediata ogni volta ma la maggior parte delle volte, avrai piantato un seme che germinerà positivamente.

*“Guarda, ti faccio vedere. Scarica questa applicazione e guarda lo schermo, io prendo questo collare con il sensore e mi allontano dal pet shop. Guarda come è facile e veloce vedere dove mi trovo. Tua madre può lasciar correre il cane anche nel bosco senza l'angoscia di perderlo”.*

### ● Azione

Sei al momento immediatamente precedente la chiusura della vendita e se avrai gestito correttamente le fasi che ti hanno portato fin qui, il tuo interlocutore sarà molto propenso a comprare.

Attenzione alla fretta! Mai dare nulla per scontato, dal momento che potresti dover ancora rispondere ad obiezioni, domande o definire aspetti tecnici: dai tutte le informazioni che servono e concedi il giusto tempo per metabolizzare il processo e prendere una decisione.

Ovviamente non far aspettare troppo tempo o interesse e desiderio potrebbero scemare.

*“Prendilo per tua madre, le semplifichi la vita. Allora, te lo vado a prendere in magazzino. Di che colore lo vuoi?” (troppa fretta, se lo fai con me mi irrita, vado a riporre pure i prodotti che avevo già pensato di acquistare e non mi vedi mai più...)*

*“...e il sensore del collare non va a batterie e quindi non va mai ricaricato. È impermeabile e non emette nessuna radiazione, quindi è sicurissimo per il cane. E non c'è nessun abbonamento da pagare per la geolocalizzazione. Tieni, studiatelo un po' con calma, ti lascio la brochure... torno tra cinque minuti e mi dici cosa ne pensi. Me ne sono rimasti un paio.”*

L'ultima frase non fa proprio parte di questa tecnica di vendita, è una mia aggiunta personale, ma fare allusione a un po' di scarsità non guasta mai per spingere all'azione.

Bene, prima di salutarti e darti appuntamento al mese prossimo per passare al V anello della nostra catena di vendita, mi rimane un ultimo punto da trattare; lo farò con una domanda:

*Quando è conclusa una vendita?*

Prova a rispondere:

- a . Quando il cliente ti «garantisce» che ci pensa un po' e poi tornerà ad acquistare.*
- b . Quando il cliente ha acquistato, c'è stato passaggio di denaro e una stretta di mano.*
- c . Quando il cliente è ancora soddisfatto dell'acquisto, passati i giorni del «diritto di recesso» previsto per legge e non ti riporta indietro il prodotto venduto.*
- d . Quando il cliente ti segnala altri potenziali clienti e ti fornisce i loro dati.*

La risposta giusta è la «d», ovviamente.

Ogni volta che concludi una vendita devi fare in modo che il tuo cliente «porti un amico».

Il modo migliore per farlo non è, come molti pensano, offrendo sconti, ma dando strumenti semplici da utilizzare.

In seguito vedremo come fare.

Al prossimo mese.

*Let The Pet Business Grow.*



# METTI IN MOSTRA I PRODOTTI

più gettonati dell'estate

GIUSEPPE TRIPODI

**Il fisiologico rallentamento estivo delle vendite si può contrastare con l'ampio assortimento e soprattutto un'efficace esposizione**

**È** estate ed è arrivato puntualmente il caldo.

Nelle vetrine dei negozi sono in bella mostra costumi e magliette.

I bambini hanno finito la scuola - o meglio, le lezioni a distanza - ed i reparti stagionali dei negozi di giocattoli sono pieni di giochi per la spiaggia e di piscine per bambini.

Ma con l'aumento della temperatura, aumenta anche la preoccupazione dei proprietari di animali domestici per la salute e il comfort dei loro amati.

Fortunatamente, il caldo offre una grande opportunità per i rivenditori specializzati di animali domestici per contrastare il fisiologico rallentamento estivo delle vendite.

Ci sono dei piccoli accorgimenti da seguire per approfittare proprio del momento in cui le città iniziano a svuotarsi, a meno che il tuo negozio non si trovi in una località di villeggiatura. Inizia con qualche piccolo cambiamento nell'esposizione dei prodotti nel tuo negozio,

offrendo ai tuoi clienti articoli progettati sia per aiutare i loro animali a rimanere freschi, calmi e in salute, ma anche per rendergli più facile la vita.

Avere anche dipendenti altamente preparati e coinvolgenti farà sì che il tuo negozio diventi il luogo preferito per questo genere di acquisti anche per le prossime festività natalizie. Ma facciamo un passo alla volta.



## I PRODOTTI STAGIONALI INDISPENSABILI

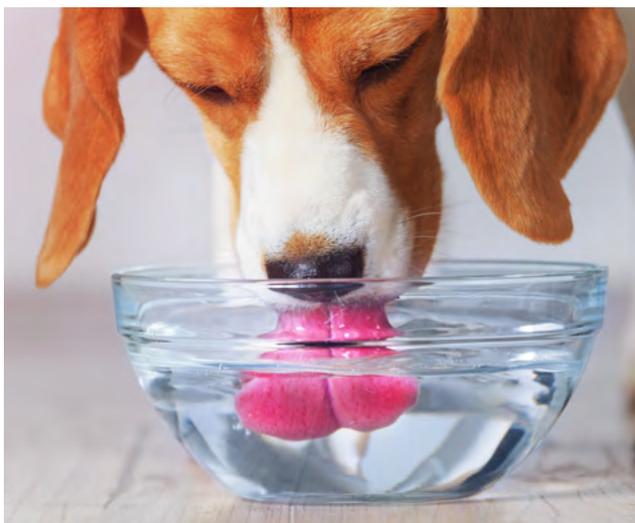
Prima di vedere come esporre correttamente questi prodotti stagionali, diamo una rapida occhiata a quali sono quelli che di solito ogni negozio espone con la bella stagione.

Iniziamo con i più importanti, ovvero quelli dedicati alla salute ed al benessere degli animali: i prodotti che promuovono l'idratazione. I mammiferi hanno bisogno di acqua per rimanere idratati e sani, e una corretta idratazione è necessaria per una corretta digestione: in altre parole, maggiore è l'umidità presente nel cibo, minore è la quantità di acqua che il corpo dell'animale deve rimediare per digerirlo.

### Il trucco sta nel capire come i clienti vivono il periodo estivo con i loro animali

Negli anni, molta enfasi è stata messa sull'idratazione degli animali domestici, e le aziende hanno introdotto nelle loro offerte prodotti che promuovono l'aggiunta di liquidi alla loro dieta. Per parte tua, è fondamentale che tu promuova i benefici di una corretta idratazione attraverso un'esposizione persuasiva, con il supporto di un merchandising efficace, il coinvolgimento dei dipendenti e ovviamente la selezione dei prodotti giusti.

Solo per fare qualche esempio sicuramente saprai che esistono salse, stufati e brodi per animali domestici che puoi consigliare ai tuoi clienti (le salse e i brodi specifici per animali domestici contengono meno sodio di quelli prodotti per l'uomo).



Ma non ci sono solo prodotti che riguardano l'alimentazione, bensì anche utili accessori che rendono più confortevoli le calde giornate estive per i nostri animali.

Ad esempio, annaffiatori e fontane automatiche, per incoraggiare e rendere più facile bere dalla ciotola dell'acqua, integrando così i liquidi che servono loro in questo periodo.

## IDEE PER UN ASSORTIMENTO STAGIONALE PIÙ AMPIO

Ci sono poi altri generi di prodotti che ti consiglio di proporre, come lettini estivi per animali e accessori per il raffreddamento.

Le cuce estive per animali domestici sono progettate con tessuti e funzionalità speciali che contribuiscono efficacemente a mantenere gli animali domestici freschi mentre dormono al riparo dal caldo. Anche in questo caso le aziende hanno messo in commercio svariate soluzioni, che vanno da lettini rialzati, a cuscini in gel auto-raffreddanti.

O ancora: imbracature di raffreddamento e stivaletti protettivi per cani, perfetti per andare a passeggiare in una giornata calda.



Ovviamente l'elenco di prodotti è interminabile, ma ciò che ti suggerisco è di valutare, come sempre, quali sono le abitudini principali di chi frequenta maggiormente il tuo negozio.

Qualche esempio?

I tuoi clienti sono persone che durante l'estate amano chiudersi in casa con l'aria condizionata oppure preferiscono sfruttare ogni momento libero per divertirsi al sole?



Allora molti di loro avranno bisogno di attrezzature per tenere gli animali al sicuro, comodi e felici durante il viaggio.

Oppure decidono di condividere avventure con i loro animali domestici, e sono alla ricerca di imbracature, attrezzature da trekking, ed accessori di protezione.

Il trucco sta nel capire come i tuoi clienti vivono il rapporto coi loro animali durante il periodo estivo, e una volta entrati nel tuo negozio fargli trovare, chiaramente e in bella mostra, quello che stanno cercando - e magari anche qualcosa di più!

### COME IMPOSTARE UN'ESPOSIZIONE EFFICACE

Come promuovere correttamente le vendite di questi prodotti?

Mentre rinnovi il merchandising del tuo negozio per l'estate, prendi in considerazione la possibilità di mettere uno qualsiasi dei prodotti stagionali di base, su un espositore separato, meglio se verso la parte anteriore del negozio. Come sempre, valuta bene gli spazi a disposizione, e decidi quale micro-layout utilizzare. L'ideale sarebbe tu dedicassi uno spazio a materiale informativo per i clienti, proprio accanto all'espositore: opuscoli informativi, volantini, poster o - perché no? - un piccolo monitor, per "educare" i tuoi clienti all'importanza dell'idratazione, sui segni della disidratazione e su come prevenirla.

### Crea ambientazioni più vivide e realistiche possibile in cui clienti e animali siano protagonisti

Per incentivare invece la vendita dei nuovi prodotti, puoi davvero sbizzarrirti nel creare una zona dedicata di forte impatto.

Hai mai pensato ad esempio di utilizzare dei manichini a forma di cane?

Esatto, proprio come si usa nei negozi di abbigliamento.

Prova a prendere in considerazione l'idea di abbinare insieme pettorine e stivaletti e creare così un vestito elegante e protettivo, e non dimenticare il cuscinetto di raffreddamento come accessorio per il dopo-passeggiata!

È vero che molti di questi prodotti arrivano già con un espositore fornito dal produttore, un grande vantaggio per le vendite fin da principio, ma in questo momento è necessa-

rio che anche tu faccia la tua parte.

In altre parole identifica delle zone specializzate creando ambientazioni più vivide e realistiche possibile, dove il cliente, assieme al suo animale da compagnia, si senta il protagonista della scena.



Purtroppo, in questo momento, molto probabilmente i tuoi clienti trascorreranno meno tempo del solito all'interno del tuo locale, ed è quindi essenziale stimolarli a scoprire le novità e i prodotti specializzati che hai deciso di proporgli per questa stagione.

Per questa puntata è tutto, alla prossima.

*Sell & Succeed.*



**GIUSEPPE TRIPODI**

Giuseppe Tripodi è cresciuto nello scatolificio di famiglia, a 12 anni era già in grado di far funzionare da solo tutti i macchinari dell'azienda. I suoi genitori lo avrebbero voluto avvocato, ma terminati gli studi la passione lo ha richiamato in fabbrica. Dal mondo del packaging è passato a quello degli espositori e del Visual Merchandising, per poi approdare a quello del Marketing.

Il suo grido di battaglia è "una vendita di successo passa sempre da un punto vendita di successo" e ha creato il sistema "Più Vendite con Zero Rotture" per contrastare le potenti lobby del commercio elettronico (...e non solo).  
giuseppe.tripodi@polypro.it



# Vivere

EQUILIBRIUM MEAL  
by Mister Pet

*Fatto con amore,  
per Vivere bene insieme.*



100%  
NATURAL  
PET FOOD

20% CARNE O  
PESCE FRESCO  
FRESH MEAT OR FISH



NO GLUTEN  
INGREDIENTS



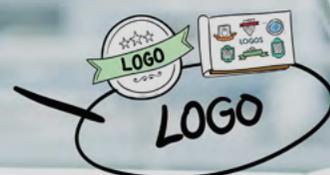
HOLISTIC  
Erbe officinali ed essenze botaniche  
Medicinal herbs and botanical essences



MISTERPET [www.misterpetsrl.com](http://www.misterpetsrl.com)

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

Graphic Design



# GRAPHIC DESIGN: LA GRAFICA NEI SITI WEB

TIZIANA SOLIDORO

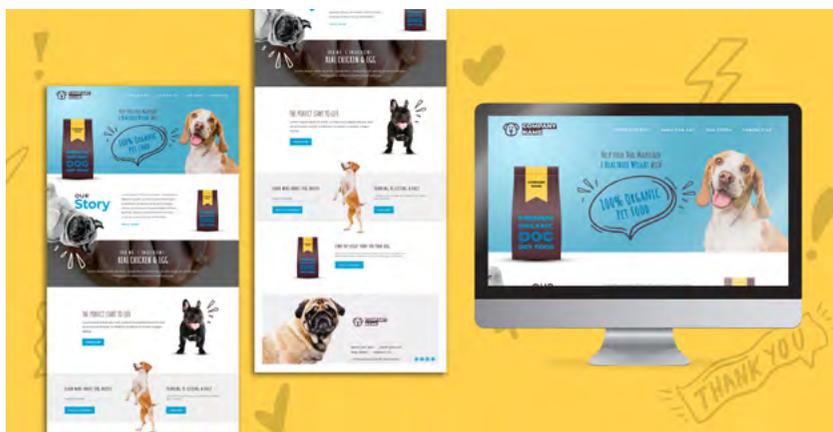
**I siti efficaci sul web devono essere chiari e attraenti, grafica e design sono decisivi per la qualità della navigazione**

**S**ebbene la grafica tradizionale e la grafica per web poggino sulle stesse basi, progettare un sito web è un'esperienza molto differente rispetto alla creazione di un supporto cartaceo, sia di un semplice volantino che di una pagina pubblicitaria su una rivista. Eppure lo scopo comune della grafica rimane immutato: comunicare al meglio il messaggio del brand per cui è stata creata.

Web design significa, letteralmente, progettare siti web, ma negli ultimi anni questa definizione è apparsa molto limitata, portando gli esperti del settore a considerare web design la fusione di due tipi di competenze, quelle sulla creazione dell'interfaccia grafica e quelle che riguardano gli interventi e le scelte che migliorano l'esperienza di navigazione.

Laddove quindi il graphic design comprende la progettazione grafica di qualsivoglia strumento che comunichi visivamente, possiamo invece definire web design oggi la concezione del design di un sito web, inteso non solo nella sua mera estetica ma in maniera funzionale ed emozionale.

Così come per la grafica tradizionale, anche il design di un sito web non si basa sull'applicazione di formule magiche o sulla concezione puramente estetica degli elementi, ma piuttosto su un progetto di comunicazione che risulti accattivante ed efficace e conquisti l'attenzione in modo immediato. Nella realizzazione di un sito web, il design assolve un ruolo essenziale. Anche se un sito presentasse contenuti eccezionalmente brillanti, difficilmente sarebbe in grado di attirare e mantenere l'attenzione dell'utente



DESIGN: OFFICINA GRAFICA . IT



# MPS RE USE DUCE CYCLE



## IL FUTURO È LA PLASTICA RICICLATA

Anche noi di MPS 2 siamo attenti al grave problema dell'inquinamento e, pur non rinunciando alla qualità ed al confort per i nostri piccoli amici, abbiamo voluto dare il nostro contributo ambientale attivando, all'inizio del 2020, un team di persone dedicato all'innovazione dei materiali che utilizziamo nei nostri processi produttivi, per trasformarli in plastica riciclata o riciclabile al 100%.



L'obiettivo è stato centrato e per questo finalmente possiamo presentare la nostra nuova linea Recycled composta dal trasportino Pratiko Recycled e dalla toilette Komoda Recycled che sono stati realizzati in plastica riciclata o con materiali provenienti da fonti sostenibili, e che rappresentano il nostro primo concreto prodotto REuse, REduce, REcycle.

Il futuro della plastica è assicurato col riciclaggio!

*Mps responsabilità... concreta*



ITALIAN PET PRODUCTS

senza l'utilizzo di immagini ed elementi grafici interessanti. Al contrario, un sito ricco di belle foto, con grafiche colorate e facili da leggere, probabilmente funzionerebbe anche con testi veramente minimali.

Il graphic design non rappresenta quindi solo lo spirito creativo del sito ma è la componente che lo rende funzionale, attraente e chiaro, ed è fondamentale per comunicare la strategia di un brand o di un prodotto. La vera sfida oggi è trovare il giusto equilibrio tra la semplicità della navigazione e la capacità attrattiva dello stile utilizzato.

### I FONDAMENTALI PER LA CREAZIONE DI UN SITO WEB

Vediamo ora insieme alcuni punti salienti nella creazione del design per un sito web.

Ci sono alcuni aspetti da considerare, prima di iniziare:

- la forma dello schermo del computer è diversa da quella del foglio di carta. Il video ha solitamente forma orizzontale, che può potenzialmente estendersi senza limiti, mentre il foglio è uno spazio finito, generalmente posizionato in verticale.
- la risoluzione della stampa su carta è molto più alta rispetto a quella di un video.
- lo schermo emette luce, mentre la carta la riflette. Questo condiziona molto i colori che possiamo usare, i font e la loro dimensione, tutti argomenti che abbiamo trattato nelle precedenti edizioni di ZPB.

Chiarito questo, è fondamentale che gli elementi grafici utilizzati siano coerenti con l'immagine e la personalità del brand e che la stessa coerenza sia mantenuta tra le varie pagine del sito. Il tutto dovrà essere riconducibile allo stesso stile ed esprimere la medesima filosofia.

**Il graphic design rende il sito funzionale, attraente, chiaro e comunica la giusta strategia**

Il secondo fondamentale passaggio è la creazione di una struttura generale del sito: quante e quali pagine deve contenere e come queste pagine saranno collegate tra loro, ossia quello che i professionisti chiamano *albero di navigazione*, grazie a cui si potrà definire come andranno distribuiti i contenuti di testo, le immagini e gli elementi puramente grafici.

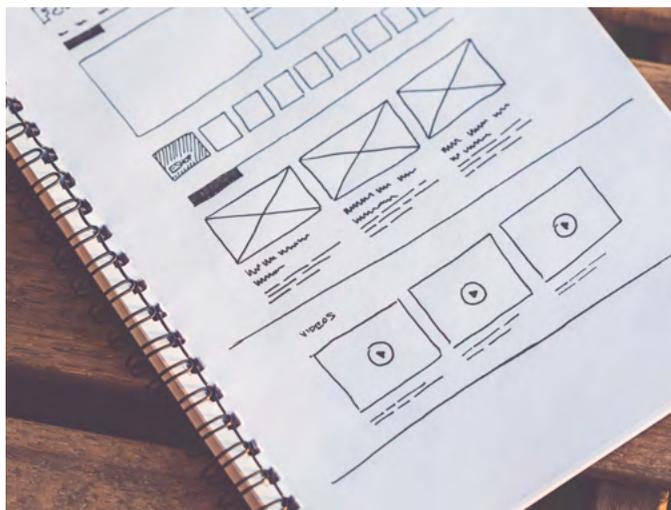
Lo sviluppo di un sito web è molto più complicato di quanto si possa supporre, ma organizzando bene i contenuti possiamo semplificare molto il lavoro di chi se ne occuperà tecnicamente.

### LA DISPOSIZIONE SPAZIALE DEI SINGOLI ELEMENTI GRAFICI

Ma veniamo agli aspetti più pratici, e iniziamo esaminando la struttura fissa del sito web, ossia la distribuzione degli elementi grafici quali il logo, il menu principale, le eventuali colonne laterali e il footer.

Qualche regola c'è: il logo va sempre in alto a sinistra, e il footer, elemento presente e uguale in tutte le pagine del sito, va sempre per ultimo: di solito si tratta di una fascia a fondo pagina che contiene tutti i dati utili all'utente, come l'indirizzo, i contatti mail e telefono, le icone social e i link alle pagine di privacy e cookie policy. La grafica del footer deve garantire che questi dati siano sempre disposti in maniera chiara e ordinata, in modo che l'utente individui immediatamente quello che cerca.

La posizione del menu è un altro degli elementi cardine del layout grafico di un sito web: presente anch'esso in ogni pagina, viene quasi sempre posizionato in alto, ed è preferibile che rimanga visibile durante lo scroll delle pagine. Il menù è fondamentale per la buona navigazione del sito, e consente all'utente di accedere facilmente ai diversi contenuti delle pagine,



muovendosi liberamente e rapidamente all'interno del sito. È quindi importante che la grafica delle aree in cui è ospitato sia il più possibile funzionale alla sua immediata identificazione. Vanno prediletti font molto leggibili e scelti colori che garantiscano un buon contrasto tra font e sfondi. Così come accade per il menù, generalmente anche gli elementi e i contenuti più importanti vanno posizionati nella parte alta delle varie pagine, mentre i lati dello schermo seguono uno schema di lettura occidentale, da sinistra verso destra, il che significa attribuire una maggior importanza al lato sinistro rispetto al destro.

Di norma è la parte in alto a sinistra a ospitare gli elementi grafici più marcati, quelli a cui si desidera dare maggior risalto, sempre tenendo presente che le eccezioni esistono e a volte rappresentano ottime soluzioni.

### SITO WEB RESPONSIVE

Probabilmente avrai già sentito parlare di sito responsive, caratteristica oramai essenziale per qualsiasi sito web attuale.

Si definiscono *responsive* quei siti in cui struttura grafica e contenuti si adattano alla dimensione del dispositivo col quale vengono visualizzati, sovente disponendosi in maniera differente. Questo significa che navigando un sito da smartphone o tablet tutti i contenuti sono correttamente visualizzabili senza bisogno di ingrandire manualmente i testi o le immagini, il che favorisce molto l'esperienza di navigazione.

È sul rendere piacevole questa esperienza che si concentrano gli sforzi di tutti gli esperti di graphic design contemporaneo.

### L'IMPORTANZA DI SCEGLIERE IMMAGINI DI QUALITÀ

L'elemento visivo determinante nel rendere accattivante un sito restano però indiscutibilmente le immagini, che devono essere ben fatte e posizionate nel giusto spazio.

Quindi sono assolutamente da evitare le immagini sgranate, in bassa risoluzione o visibilmente sbagliate. Meglio piuttosto affidarsi a pochi ottimi scatti e trovare loro il giusto spazio: le immagini belle e emozionanti vanno valorizzate, magari utilizzandole in una galleria in primo piano in homepage, le altre andranno distribuite con cura e giudizio all'interno delle varie pagine.

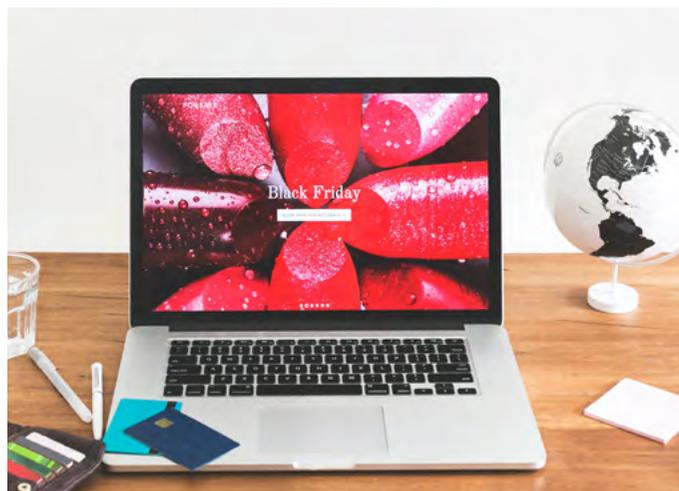
L'obiettivo resta sempre quello di rendere chiara ed efficace la comunicazione della schermata, e possiamo dire senza paura di essere smentiti che disegni grafici molto complessi non otterranno facilmente questo scopo, specie se viene meno la facilità di navigazione e comprensione dei contenuti del sito.



**TIZIANA  
SOLIDORO**

Laureata in marketing nel 2000, Tiziana Solidoro è da subito approdata al mondo delle agenzie di comunicazione. Le sue uniche religioni sono la strategia e la lungimiranza, senza le quali ogni sforzo in questo settore può dirsi vano. Ha annoverato tra i suoi clienti brand di design e di automotive, aziende del settore food e della moda, e perfino alcuni artisti.

Dal 2016 è socia di otq pro.creative, un'agenzia sui generis in cui non esistono clienti ma partner con i quali il successo si costruisce insieme ogni giorno, passo dopo passo. [www.otqprocreative.it](http://www.otqprocreative.it) - [info@otqprocreative.it](mailto:info@otqprocreative.it)



**Evitare le immagini sgranate, in bassa risoluzione, sbagliate: meglio pochi ottimi scatti**



# COME USARE LA TESSERA FEDELITÀ

per aumentare le vendite in negozio

NICOLA BENINCASA

**La tessera fedeltà è uno degli strumenti più usati nel settore retail e se ancora non ne hai una, ecco i motivi per crearla subito**

**S**ono colorate, brandizzate, col codice a barre, con il chip o senza niente. Sono le fidelity card o tessere fedeltà e sono un ottimo alleato per le vendite del tuo negozio. Prima di vedere perché sono così importanti è necessario sfatare un mito: sì, questo tipo di card funziona ancora benissimo e non sono affatto passate di moda.

Le obiezioni “oggi siamo invasi dalle tessere punti” e “non ho spazio nel portafoglio” non sta in piedi. Esistono decine di applicazioni per avere tutte le tessere che vogliamo direttamente sul telefono. Te ne consiglio una semplice e gratuita che puoi consigliare a tua volta ai tuoi clienti: *Stocard*, virtualizza la carta e ti fornisce un suo alter ego da presentare alla cassa, direttamente da cellulare.

Vediamo allora perché è fondamentale avere una tessera fedeltà e come utilizzarla per aumentare le vendite.



image: Freepik.com



**HAPPY DOG**  
All you feed is love

Il viaggio  
continua!

Bella Italia!

Ελληνική κουζίνα

¡Viva España!



Lombardia, Greece e Andalucía:  
le nostre deliziose novità 2020.

Made with in Germany



### PERCHÉ CREARE UNA TESSERA FEDELITÀ?

Prima di rispondere vediamo come creare la tessera: esistono moltissime opportunità. Il mio consiglio è quello di andare online e stamparle direttamente su un qualsiasi servizio di print on demand. Io ti consiglio [www.cardfacile.it](http://www.cardfacile.it) ma ce ne sono moltissimi altri e non hai che da scegliere quello più conveniente per te.

Quello che è davvero importante è capire il tuo gestionale o registratore di cassa che “linguaggio” utilizza per leggere il codice. Ti basterà chiedere al tuo fornitore. Una volta fatto non ti resta che creare un file excel per stampare i codici e la tua tessera è pronta.

Ora possiamo iniziare a utilizzare questo tipo di tessera. Vediamo insieme con quali vantaggi:

#### ● Creare la lista

Grazie alla tessera hai una scusa per prendere i dati di contatto dei tuoi clienti. In questo modo creerai la tua lista clienti.

Come visto anche nei numeri precedenti la lista è il vero tesoro nascosto sotto il pavimento del tuo negozio. È essenziale, fondamentale e imprescindibile.

Lo scambio è semplice: la tua tessera (e i suoi vantaggi) in cambio di email e telefono dei tuoi clienti.

Il tuo business ora può volare.

Fai solo attenzione al fattore “Privacy”. Secondo la legge italiana per raccogliere i dati sensibili dei clienti hai bisogno di ottenere il loro consenso in modo inequivocabile e consapevole. Chiedi al tuo legale quale è la formula migliore nel tuo caso.

#### ● Creare il club

Si chiama fedeltà perché l’obiettivo è quello di creare non solo clienti ma clienti migliori e fedeli. Come dice Dan Kennedy, uno dei maggiori esperti di marketing diretto: *“Un cliente è un cliente che è un cliente”*.

Questo significa che una persona che compra da te è facile presumere che comprerà da te anche in futuro, per questo motivo devi fare in modo che non inizi a comprare dai tuoi concorrenti.

La tessera fedeltà ti aiuta in questo senso.

CONSIGLIO: trova un nome carino e stimola le persone a fare parte di qualcosa di più grande. Un esempio? “Il club dei mastini straordinari”, “Il circolo delle vere gattare”.

La parola d’ordine è creare la community.

#### ● Vendere in anticipo

Grazie alla tessera puoi creare offerte speciali in periodi speciali. Come vendo in anticipo?

Ecco la soluzione. Pensa a mesi come gennaio e febbraio. Nel mondo retail sono mesi considerati freddi da un punto di vista delle vendite.

Come “riscaldare” allora questi periodi? Potresti ad esempio raddoppiare i punti della tessera per ogni acquisto effettuato. Se normalmente ogni euro di spesa equivale ad un punto della tessera, potrai pensare di raddoppiare i punti in periodi speciali.

In questo modo stimolerai le persone a comprare di più per raggiungere più velocemente i traguardi che avrai fissato.

Traguardi che potranno essere riscossi solo in una finestra di tempo che tu hai deciso.

L’operazione è così fatta: a gennaio e febbraio farai il “raddoppia punti”. Creerai poi una piramide di premi (più punti più grande sarà il regalo ovviamente). Ad aprile effettuerai la “raccolta”.

In questo modo avrai venduto in anticipo perché grazie alla semina di gennaio e febbraio avrai



**Le fidelity card sono un ottimo alleato per le vendite del tuo negozio**



spinto le persone a comprare di più per arrivare più velocemente ai premi.

Sono operazioni a costo sostanzialmente zero in grado di lavorare su diverse metriche importanti: numeri dei clienti, valore medio di un acquisto e frequenza.

Come vedi la tessera è davvero un buon alleato per le tue vendite.

● **Controllare i numeri**

Con un buon gestionale o con un registratore di cassa evoluto potrai avere un sacco di numeri e informazioni sui tuoi clienti: quanto spendono in media e che cosa comprano.

Potrai quindi impostare promozioni e offerte davvero personalizzate. Per farti un esempio: potresti mettere insieme tutte le persone che hanno cani e che comprano cibo per cani e inviare loro un'offerta speciale. Come? Ora che hai i dati sarà semplice: ti basterà una mail o un messaggio whatsapp.

Prova e poi dimmi il risultato.

Come vedi una tessera fedeltà è uno strumento a costo bassissimo in grado di far crescere le tue vendite da subito: implementala prima possibile e fammi sapere.

*Alle tue Vendite.*



**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 Confindustria. [www.turbobusiness.it](http://www.turbobusiness.it)

**Grazie alla card  
potrai misurare i  
tuoi dati di vendita**

**fiory**  
**micropills**  
VETERINARY LINE

**ALIMENTO COMPLETO  
a base di  
FIENO**

**GRAIN FREE**

**PER il BENESSERE fisiologico e NATURALE dei RODITORI**  
**DIETE Conigli: obesity - INTESTINAL - RECONSTITUENT**  
**MANTENIMENTO: puppy - ADULT - SENIOR**

**FIORETTA RAQ. GIANNI di PAOLO FIORETTA & C. S.N.C.**

Via Provinciale, 89 - 23811 - Ballabio (LC) Tel. +39 0341 530138 - Fax +39 0341 530392 [www.fiory.com](http://www.fiory.com) [info@fiory.com](mailto:info@fiory.com)



# COSA È FACEBOOK SHOP

e perché ti sarà molto utile

**SILVIA MARINI**

**La nuova funzione del social network si rivolgerà ai piccoli business offrendo la possibilità di vendita on line a costi azzerati**

**N**ell'articolo del mese scorso (a pagina 64 di Zampotta Pet Business di giugno) abbiamo visto come creare una pagina Facebook e perché sia importante averne una. Se continuerai a seguirmi imparerai i segreti, i trucchi e le strategie per comunicare il tuo negozio on line, farti trovare dai nuovi clienti o fidelizzare quelli già esistenti.

Per darti sempre più valore e per comprendere come usare al meglio Facebook per la tua attività, Mark Zuckerber, il fondatore del gigante blu, ci viene proprio in questi ultimi giorni in aiuto con una grande novità per il social network: Facebook Shop.



Negli ultimi mesi, con l'emergenza Covid-19 e a seguito del lockdown, sembra che anche l'Italia abbia scoperto l'importanza degli eCommerce. Non potendo lavorare sul punto vendita, le attività che meglio hanno retto il colpo sono state proprio quelle che avevano già da tempo impostato una piattaforma per la vendita on line, cioè la possibilità di vendere i propri prodotti direttamente dal web, con consegna a domicilio.

E quindi è arrivata la critica...

*Il problema è che l'Italia è arretrata... all'estero la maggior parte delle attività hanno un eCommerce!*

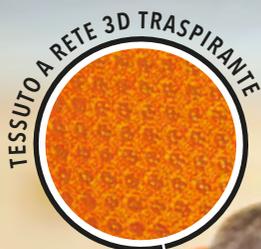
Ma siamo sicuri che le cose siano così semplici?

La verità è che l'Italia, rispetto agli altri paesi europei, ha un tessuto economico composto per la grandissima maggioranza di piccole imprese, e non tutte possono sostenere i costi di un eCommerce super professionale.



# JULIUS K-9® *THE ORIGINAL*

**IDC® POWAIR**, la nuova pettorina estiva.



## Scopri i nuovi prodotti estivi!

Julius K9® presenta le versioni estive della pettorina Belt Harness in nuovi vibranti colori e IDC® Powair realizzata in mesh, materiale con struttura a rete 3D per mantenere il cane sempre fresco.



Distributore esclusivo

 Record - Rinaldo Franco Spa

 record\_rinaldo\_franco

[www.recordit.com](http://www.recordit.com)

Da qualche giorno però, con Facebook Shop, Zuckerber ha annunciato di voler entrare anche nel mondo dell'eCommerce (in Italia e non solo...) aiutando tantissimi piccoli imprenditori che vorrebbero vendere i propri prodotti on line.

### **COSA È E COME FUNZIONA FACEBOOK SHOP?**

Secondo quanto si apprende da varie fonti accreditate del settore, i Facebook Shop (attivi per tutti da giugno in tutto il mondo) saranno dei veri e propri eCommerce che si potranno attivare all'interno delle Pagine Facebook aziendali, Instagram e, a breve, anche su Messenger e Whatsapp, sostituendo la funzione "Vetrina".

**"Facebook Shop" sarà un vero e proprio shop on line personalizzabile dentro il social network**

La principale differenza tra queste due funzioni la indica il nome stesso. Con "Vetrina" si potevano solo presentare i propri prodotti, "Facebook Shop" sarà invece un vero e proprio negozio on line dentro il social, che potrai personalizzare a tuo piacimento, e le persone potranno trovare i prodotti negli account Instagram e Facebook delle aziende, ma anche all'interno di altri luoghi (chiamati posizionamenti) dello stesso social network, come le Stories (post pubblicati cliccando sul pulsante dal segno + accanto l'immagine del profilo aziendale).

In pratica, potrai creare delle campagne promozionali che verranno visualizzate in questi luoghi e le persone vedranno i tuoi post ogni volta che vi accedono. Questi posizionamenti sono molto utili perché le immagini che si vedono al suo interno sono "immersive". Questo vuol dire che l'utente si immedesima totalmente in un'esperienza a tutto schermo, che lo invoglierà a cliccare sul tuo prodotto e accedere con un clic al tuo sito web.



### **COME VENDERE ONLINE SENZA UN ECOMMERCE**

Le piccole aziende ancora sprovviste di eCommerce potranno creare all'interno della propria Pagina Facebook il catalogo dei propri prodotti, venderli e personalizzare il proprio negozio con un'immagine di copertina che rimandi ai colori del logo e alla comunicazione della propria azienda.

Proprio come un vero eCommerce, inoltre, gli utenti potranno comunicare con l'azienda, ricevere supporto e tracciare le spedizioni attraverso Whatsapp, i messaggi diretti mandati sul Direct di Instagram e Messenger di Facebook. La logistica verrà gestita grazie alla partnership con *Shopify*, e *BigCommerce* (le più importanti piattaforme per creare i negozi on line).

A breve, inoltre, sarà possibile per le aziende taggare e inserire in evidenza i propri prodotti durante le dirette su Facebook e Instagram.

I prodotti verranno mostrati nella parte inferiore dello schermo e chi è collegato potrà acquistarli in tempo reale.

Grazie all'implementazione dell'intelligenza artificiale di Facebook, inoltre, non solo si cercherà di personalizzare l'esperienza di ogni utente, mostrando il prodotto giusto alla persona giusta nel momento giusto, ma si potrà addirittura simulare la prova dei prodotti (ad esempio, vestiti per animali).



## FACEBOOK SHOP: QUANTO SI PAGA?

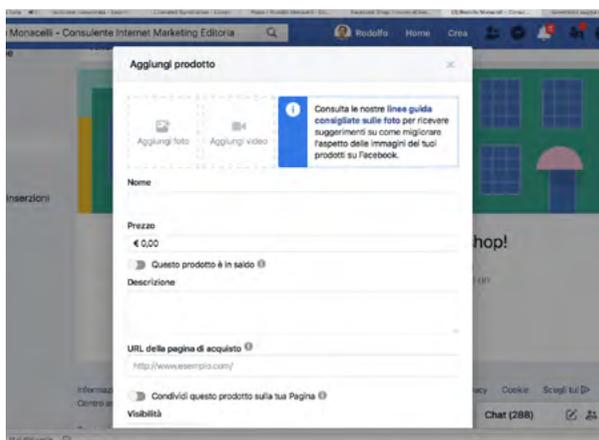
Ed ecco la bella novità: Facebook Shop è completamente gratis perché non tratterrà nessuna percentuale sui prodotti venduti (a differenza di Amazon, per esempio).

Questo vuol dire che Facebook non ci guadagnerà nulla?

Absolutamente no, anche perché non è un ente di beneficenza, ma una multinazionale.

Facebook ci trarrà guadagno in due modi:

- 1 Agli utenti non basterà avere un eCommerce per vendere in automatico i propri prodotti, dato che Facebook diminuirà ancora la visibilità dei suoi contenuti. Infatti, se ancora non lo sai, non basta avere una pagina Facebook e molte persone che hanno messo il “like” alla tua pagina. Per esempio, immagina di avere 11.000 follower (persone che seguono la pagina): tra tutte queste, se non fai delle campagne promozionali, i tuoi contenuti verranno visti da neanche il 3% delle persone. Perciò, con Facebook Shop, diminuendo ancora di più questa visibilità e questa percentuale, come negozio dovrai farti conoscere dai tuoi potenziali clienti e, per farlo, dovrai investire nella pubblicità di Facebook.
- 2 Facebook acquisirà molti più dati rispetto a quelli che ha ora. Questo vuol dire che la pubblicità sul colosso dei social sarà sempre più precisa (una cosa è sapere che un certo numero di utenti visitano un certo sito web, un altro sapere precisamente quali prodotti acquista) con un enorme vantaggio competitivo rispetto ai suoi concorrenti, come Amazon e Google.



## MA SE NON HO UN SITO WEB SU CUI VENDERE I PRODOTTI, VALE LA PENA USARE QUESTA FUNZIONE?

Sì, assolutamente. Infatti, se ancora non avevi usato la vecchia Vetrina di Facebook, potrai usare lo Shop proprio in questo modo. Mostrando alle persone che sono sui social cosa potranno trovare nel tuo negozio. Potranno così, grazie alle integrazioni di Whatsapp e Messenger, mandarti i messaggi per capire la disponibilità o, se fa al caso loro, vedendo lo shop potranno capire quali prodotti correlati ci sono, partendo da quello specifico appena visto. E molto altro ancora.

## CONCLUSIONI

Creare una Vetrina o uno Shop per i negozi è davvero importante per coinvolgere i tuoi clienti, ma tutto questo da solo non basta. Infatti, dovrai comprendere quali contenuti andare a pubblicare giornalmente sul tuo canale social e di questo te ne parlerò nel prossimo articolo.

**Grazie all'intelligenza artificiale il prodotto apparirà alla persona giusta nel momento giusto**



**SILVIA MARINI**

Silvia Marini è una Social Media Manager di professione, cresciuta leggendo libri di marketing e comunicazione. La sua passione l'ha portata a 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 sue competenze e strategie anche per il suo blog personale, che trovate a questi indirizzi: [www.social-funnel.it](http://www.social-funnel.it) - [www.lezampedifido.it](http://www.lezampedifido.it)

# LA PIANIFICAZIONE ECONOMICA

dopo l'emergenza

GIUSEPPE DI DOMENICO

**Il Covid-19 ha sferrato un duro colpo anche all'imprenditoria, vediamo quali siano le prime decisioni da prendere per ripartire**

**E**ra inevitabile: il virus ha colpito anche le aziende, togliendo ossigeno agli imprenditori, privati della liquidità necessaria a sopravvivere. Purtroppo, anche in questo caso, il Covid-19 è più pericoloso per chi ha già delle sofferenze pregresse e se non si applicano velocemente le cure giuste, si rischia di chiudere per sempre.

Il Governo ha messo in campo sistemi di aiuto alle aziende e alle famiglie, ma per quanto si parli di cifre considerevoli, sembra che queste non riescano a materializzarsi sui conti correnti delle imprese, o quando si materializzano, sono comunque insufficienti a risolvere il problema.

## **DALLO STALLO ALLA PIANIFICAZIONE PER UNA RIPARTENZA**

Marco, nostro cliente, ha iniziato la sua attività con grande entusiasmo nel 2006 e dopo quattordici anni di investimenti di energie e di capitale, si ritrova vittima di una situazione che accomuna molti come lui: il lavoro è fermo e anche quando sembra poter ripartire, l'economia generale non dà segnali di una ripresa veloce. Le persone hanno paura e tutto si muove molto, troppo lentamente.

Per Marco, l'evidenza della crisi si manifesta in maniera chiara e semplice: sul suo conto corrente ci sono meno soldi di quelli necessari per pagare fornitori, fatture, dipendenti, F24, imposte e finanziamenti.

Non ci sono prospettive di una ripresa nel breve termine.

Marco inizia a non dormire la notte cercando di trovare una soluzione, inizia a sottrarre energie al suo lavoro, per metterle nella gestione finanziaria.

Purtroppo il tempo passa e la situazione non fa che aggravarsi.

In questa situazione si trovano tantissimi imprenditori e imprenditrici che vogliono salvare le loro aziende, il loro lavoro e quello dei loro collaboratori.



NOVITÀ

# Il Valore della Semplicità

Una sola fonte proteica animale disidratata, un solo cereale nobile.

## ANIMAL MONO PROTEIN Formula



Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain è una linea di alimenti completi e bilanciati, formulati con una sola fonte proteica animale disidratata, per una ricetta chiara ed essenziale, e un solo cereale nobile di alta qualità. È integrata con Beta-glucani e preservata con antiossidanti naturali. È realizzata con un'innovativa ricetta di Superfood della tradizione Mediterranea: Canapa, Olio d'Oliva, Pomodoro, Melagrana, Broccolo e Cicoria. Senza grasso di pollo, frumento, soia e mais aggiunti.

 Get Social | [www.exclusion.it](http://www.exclusion.it)

  
**Exclusion**<sup>®</sup>  
Mediterraneo Monoprotein Formula

L'urgenza è tale che spesso, si prendono decisioni sull'onda dell'emotività, e di solito sono decisioni sbagliate: quando sono le emozioni a guidare le scelte, il rischio di buttare i soldi aumenta in maniera esponenziale. Persino professionisti bravissimi nel loro lavoro possono perdere lucidità, per paura di perdere tutto, in preda alla sensazione di impotenza.

Serve un criterio oggettivo che guidi le decisioni finanziarie.

Abbiamo quindi fatto ragionare Marco sulle prospettive future dell'azienda e su ciò che doveva fare razionalmente nell'immediato per mettere in ordine la situazione finanziaria, e l'abbiamo fatto online, con incontri periodici e pianificati, integrati con l'invio di documenti e modelli da seguire.



### **IL PRIMO PASSO: STABILIRE UNA GERARCHIA DEI PAGAMENTI**

Spesso, gli imprenditori in crisi, abituati da sempre ad agire e a non stare mai fermi, cercano di far fronte ai loro debiti, seguendo uno schema di pagamento del tutto casuale. Pagano magari le rate più piccole, sperando di recuperare il denaro per saldare anche quelle più grandi. Oppure pagano i fornitori che alzano di più la voce, rimandando il saldo delle fatture di quelli meno insistenti.

La prima cosa che abbiamo fatto assieme a Marco è interrompere questa spirale che non porta a nulla se non a un ulteriore aggravamento della situazione nel lungo periodo. Abbiamo cercato quindi di rispondere con criterio a queste tre domande su ciò che doveva pagare:

- 1) Quali garanzie ho rilasciato ai miei creditori?
- 2) Mi serve per produrre nuovo fatturato?
- 3) Posso sostituire un fornitore con un altro?

È assolutamente fondamentale iniziare stabilendo un criterio gerarchico dei pagamenti, e la gerarchia viene stabilita dalle garanzie prestate ai creditori, che sono di diverso tipo e importanza. Per esempio, la banca potrebbe chiedere a Marco di rientrare dei finanziamenti meno garantiti (proprio perché sa che ci sono meno possibilità di recuperarli). In realtà, per lui è più importante privilegiare i pagamenti di quelli garantiti: per esempio con un'ipoteca sulla casa di famiglia.

Oppure ancora, Marco era tentato di tagliare le spese legate al marketing e alla pubblicità, sembravano quelle più semplici su cui intervenire. Così facendo però, per recuperare un po' di denaro nell'immediato, avrebbe sacrificato la possibile crescita economica nel futuro, esponendo la sua impresa alla concorrenza di chi invece deciderà di continuare a fare comunicazione.

Se ci sono spese che in questo momento mi servono per generare fatturato in futuro: sono quelle da non tagliare o rimandare. Per questo, abbiamo chiesto a Marco di verificare se fosse possibile contrattare una sospensione o una riduzione dell'affitto.

Decisivo in questo caso il tema delle garanzie: se l'affitto per esempio fosse legato a una fidejussione, allora potrebbe esserci poco margine per contrattare.

Anche tra i fornitori, è utile stabilire delle gerarchie.

Marco è un imprenditore serio e onesto e vuole pagare certamente tutti.

Ma in che ordine?

Anche in questo caso, la decisione non deve essere presa con la pancia, ma con la testa: non è detto che il fornitore che sollecita di più i pagamenti sia quello che deve essere pagato per primo.



La priorità va data ai fornitori indispensabili alla generazione di fatturato e a quelli realmente insostituibili. In ogni caso, la ricontrattazione dei termini di pagamento è sempre la soluzione più utile.

Fare chiarezza su quali sono i rischi di prendere una decisione di pagamento piuttosto di un'altra è la prima cosa da fare.

Stabilite dunque le priorità nella gestione delle uscite, a questa prima analisi, ne segue una seconda.

### **AGIRE SUBITO: TRE COSE DA PRENDERE IN MANO**

Nella gestione della crisi di Marco, è subito stato evidente il problema della sua esposizione finanziaria. Per questo, i nostri consulenti gli hanno consigliato di avere sotto controllo tutti i numeri della sua azienda, per monitorare scadenze e risorse disponibili nei mesi a venire.

La cosa migliore è partire dai tre punti chiave.

RIEPILOGO COMP
INTERESSI NETTI A CREDITO
INTERESSI A DEBITO
ONERI AFFIDAMENTI E UTIL.
SPESE
TOTALI

#### **1 Il rapporto con le banche**

Normalmente, chi è in crisi finanziaria utilizza le linee di credito fino al limite massimo, lanciando un segnale di difficoltà ai propri istituti di credito, che quindi avranno timore di non riuscire a incassare. Così, il merito creditizio dell'azienda diminuisce e al momento del rinnovo, la banca può decidere di revocare l'affidamento o gli anticipi fatture o addirittura di impedire l'accesso ai conti correnti per arrivare a un rientro forzato del fido.

È sufficiente che si muova una banca, per poi vedere replicata la stessa prassi da tutte le altre, perché l'azienda venga segnalata in stato di sofferenza bancaria, con conseguente revoca delle linee di credito alla prima occasione di rinnovo utile.

Se tutti i conti correnti aziendali sono bloccati dalle banche per rientrare dei finanziamenti, è evidente che l'impresa non riesce a gestire nemmeno il minimo di liquidità per continuare a lavorare. Per questo, una soluzione utile è aprire un conto corrente che non sia collegato a nessuna linea di credito. In questo modo sarà possibile incassare il denaro dai propri clienti e ripristinare un flusso minimo di cassa.

Nel caso di Marco, le banche non si sono ancora mosse, data la situazione contingente, comune a tantissimi imprenditori. È però urgente agire per tempo, sfruttando la moratoria del Governo per i finanziamenti accesi fino al 31 gennaio 2020.

**I rapporti con banche e fornitori hanno la priorità**

Abbiamo aiutato Marco a scegliere tra la richiesta di sospensione del pagamento della quota capitale dei suoi finanziamenti, e un allungamento del piano di ammortamento, valutando il peso della componente degli interessi e quello della quota capitale sulla rata.

Ha così potuto decidere la cosa per lui economicamente più conveniente: se chiedere l'allungamento o la sospensione delle rate. È bastato recuperare i contratti di finanziamento e analizzare semplicemente i numeri, ed è riuscito a formulare una richiesta fino al 100% della durata già concessa, comprendendo anche l'allungamento delle scadenze delle ricevute o delle fatture anticipate.

Marco, ha così potuto ricominciare a respirare, iniziando la sua personale fase di guarigione dal virus. Anche in caso di impossibilità ad usufruire della moratoria, attivando accordi specifici con la banca, questa sarebbe stata una strada ugualmente percorribile.

La cosa più importante, per raggiungere soluzioni efficaci, è attivarsi subito, ben prima che le rate dei finanziamenti vadano insolute o il fido in sconfinamento.



Marco è stato bravo: non ha fatto l'eroe, aspettando di arrivare al limite di utilizzo degli affidamenti.

## 2 Il rapporto con i fornitori

Una pessima prassi nel pagamento delle fatture dei fornitori, è quella di emettere assegni postdatati per continuare a garantirsi le forniture anche quando non si dispone di liquidità immediata.

Il problema arriva quando, come nel caso di Marco, la liquidità in entrata non ha un semplice ritardo di qualche giorno, ma è bloccata per diversi mesi, rischiando così che gli assegni vadano in protesto.

Marco ha pianificato una serie di negoziazioni con i suoi fornitori, fin da subito e con una serie di comunicazioni scritte, prima che anche loro si ritrovassero in una situazione di emergenza, poi difficilmente sanabile con un dialogo sereno. Illustrando con trasparenza la sua situazione, ha concordato condizioni più vantaggiose per continuare a ricevere le forniture, pagandole in modo per lui sostenibile.

Anche i dipendenti rientrano tra le componenti indispensabili per portare avanti il lavoro di un'azienda. Senza di loro, il lavoro si ferma e di conseguenza si fermano le vendite e gli incassi.

### Serve un criterio oggettivo che guidi le decisioni finanziarie

Oltre alle ragioni economiche per chi possiede un'impresa, a maggior ragione se una PMI, è assolutamente vitale preservare il lavoro delle persone che da anni fanno parte del proprio progetto imprenditoriale, cui spesso li legano vincoli di sincera amicizia.

Abbiamo verificato le politiche della regione di Marco per la cassa integrazione in deroga e altre forme di ammortizzazione sociale, per ridurre l'impatto finanziario del costo del personale.

Se non fosse stato possibile ricorrere alla cassa integrazione, avrebbe comunque potuto ridurre il costo dei dipendenti, sfruttando le ferie non godute, che in genere rappresentano a fine anno un costo notevole per le aziende.

Dialogando con il personale, è possibile stabilire un piano ferie programmato, utilizzando il monte giornate prima che questo arrivi a pesare economicamente per l'imprenditore.



## 3 La tempistica del vostro intervento

Il problema che la maggior parte dei medici ha riscontrato nell'affrontare l'emergenza Covid-19, è rappresentato dal ritardo con cui i pazienti si recavano in ospedale per ricevere le cure necessarie. Molti pazienti arrivavano con una situazione clinica molto compromessa, rendendo molto difficile intervenire.

Si è scoperto che agire per tempo, all'insorgere della malattia, agendo in un clima di attenzione ma non di emergenza, aumenta le probabilità di guarigione dei pazienti. Il tempo, assieme alle competenze di chi sommi-

Evolution by ingredients

# NATURAL INSTINCT

**ZERO  
CEREALS**



**100%**  
NATURAL

**70%**  
ANIMAL  
ingredients

**30%**  
VEGETABLES  
herbs and fruits

## HOLISTIC NUTRITION HIGHLY FRESH MEAT

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs and cats

MADE IN ITALY  
**Primordial**  
by Mister Pet  
**GRAIN FREE**



nistra la cura, è una variabile che incide in maniera molto rilevante sull'esito della cura. Marco lo ha capito.

Si è mosso prima che la situazione fosse troppo compromessa. Non ha tralasciato la problematica affidandosi semplicemente alla speranza che “le cose si sistemino da sole”. Non ha agito impulsivamente, magari litigando con creditori, fornitori o dipendenti, tagliando le spese utili che generano fatturato come marketing, pubblicità, provvigioni ai venditori.

Marco si è guardato allo specchio e ha deciso che lui è un imprenditore e che deve concentrarsi esclusivamente nel far crescere la sua azienda come solo lui sa fare. Consapevole che le strategie finanziarie non sono il suo lavoro e che in questa fase stavano assorbendo il 100% delle sue energie e del suo tempo, Marco ha deciso di delegarle a chi fa questo di lavoro, consulenti esperti che da anni aiutano gli imprenditori a fare quello per cui sono nati: gli imprenditori.



### **DIVENTA LIBERO DAI DEBITI AZIENDALI**

Le crisi aziendali sono spesso il risultato di un processo degenerativo che si protrae per mesi o anni, ben prima che sia “troppo tardi” per salvare tutto. Quindi sarebbe l'ideale riconoscerle per tempo ed agire per spegnere l'incendio, ma gli imprenditori talvolta sottovalutano i segnali, gestendoli come quotidianità. Questo libro insegna come misurare lo stato di difficoltà dell'azienda a partire dai primi segnali, e come NON affrontare la crisi, evitando i metodi tradizionali. Attraverso alcuni casi studio, conosceranno il metodo di lavoro dell'autore, i suoi effetti e i principi sui quali si basa. Troveranno così le istruzioni per il piano di risanamento e il superamento della crisi finanziaria che rischia di distruggere la loro impresa.



Marco adesso è pronto per ripartire. Seppure con tempi più lenti del previsto e rivedendo le stime di crescita, è comunque tornato ad avere la sua azienda sotto controllo, progettando strategie per il futuro e rimanendo competitivo sul mercato.

Spero davvero questo articolo ti sia utile per fare le prime mosse e per decidere come muoverti nel prossimo futuro.

Fai come Marco, fallo per tempo.



**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.didomenicoassociati.com](http://www.didomenicoassociati.com)  
[giuseppe@didomenicoassociati.com](mailto:giuseppe@didomenicoassociati.com)





RECORD | linea delicata



SCOPRI LA GAMMA COMPLETA  
DEGLI SHAMPOO RECORD

 Record - Rinaldo Franco Spa  record\_rinaldo\_franco

[www.recordit.com](http://www.recordit.com)

# COSA FARE QUANDO SBAGLI

(e non è colpa tua)

FILIPPO GIUNTI

**Niente scuse quando sei in errore; inutili per il cliente e pericolose per la tua credibilità. Al posto suo cosa ti aspetteresti?**

**C**apita a tutti nella vita che si arrivi al punto in cui qualcosa va storto. Succede perché a tutti capita di commettere errori. Potrà capitarti di:

- promettere che un certo prodotto del quale il cliente ha assoluto bisogno sarebbe arrivato un dato giorno e invece così non è stato;
- vendere qualcosa di difettoso che procura qualche genere di danno;
- assumere un dipendente maleducato o disonesto che maltratta o addirittura deruba i clienti.

Quando qualcosa va storto non servono scuse, **ma un'ammissione di colpa**: "Mi dispiace, è colpa mia."

Al cliente non importa quale sia il motivo che ha portato al disastro piccolo o grande o all'inconveniente.



Non serve scaricare la colpa su un evento straordinario o ordinario o di cattiva gestione altrui. Al cliente non importa niente. Lui ha un problema e deve sentirti dire "È colpa mia".

Dopo averti sentito dire "È colpa mia", lui sta meglio perché vuole sentirsi dalla parte del giusto.

Se tu gli dici "Non è colpa mia perché il distributore... e l'emergenza virus... e quello che doveva venire a togliermi l'umido dal magazzino... e il dipendente che avevo prima..." quello che lui certamente

# FRONTLINE

## TRI-ACT PER CANI

SOLUZIONE SPOT-ON

Proteggi  
la sua  
libertà



Proteggi il tuo cane con Frontline TRI-ACT tripla azione:

**1** AZIONE MIRATA  
E DI LUNGA  
DURATA

**2** AZIONE  
INSETTICIDA

SU PAPPATACI,  
ZANZARE,  
PULCI E ZECCHE

**3** AZIONE  
REPELLENTE

SU PAPPATACI,  
ZANZARE  
E ZECCHE.



PULCI



ZECCHE



ZANZARE



PAPPATACI

CONFEZIONI DA 3 E 6 PIPETTE

[frontlinecanegatto.it](http://frontlinecanegatto.it)

È UN MEDICINALE VETERINARIO. LEGGERE ATTENTAMENTE IL FOGLIO ILLUSTRATIVO. Tenere fuori dalla portata dei bambini e usare particolare attenzione finché il sito di applicazione non sia asciutto. Non utilizzare nei cuccioli di età inferiore alle 8 settimane o di peso inferiore a quello indicato per ogni confezione. **Non usare nei gatti e nei conigli. L'uso scorretto può essere nocivo, chiedi consiglio al tuo veterinario.**  
Aut. Pub. 23/VET/2020

 **Boehringer  
Ingelheim**

pensa e risponde è “Eh, vabbè... io i soldi li ho dati a te” perché in quel momento non vuole sentire le tue scuse, ma vuole un testa a testa con te dove tu dici che sei stato tu a sbagliare e lui ha ragione.

Quando arriva il problema, il cliente vuole un'ammissione di colpa chiara.

Non è una questione di trasparenza, ma specialmente ora appena usciti dall'emergenza virus con tutti i disagi che ha comportato (ma la situazione era la stessa pure prima), i clienti ne hanno già sentite abbastanza e sono stufo di comunicazioni e tira e molla come “Ci dispiace ma a causa di un imprevisto il negozio non riuscirà a fare etcetera etcetera perché le consegne sono arrivate in ritardo e purtroppo contrariamente a quanto detto oggi non sarà possibile ritirare etcetera etcetera. Ci auguriamo che questo problema indipendente dalla nostra volontà si risolva presto etcetera etcetera..”

Al cliente tutto questo NON INTERESSA.

### FALLA CORTA

Più la tiri per le lunghe dando dettagli sulla tua organizzazione, su come lavori, sui rapporti che hai con i tuoi fornitori, su come gestisci gli ordini, “e l'hanno bloccato in dogana”, “e mi avevano assicurato che oggi...”, “ci arriva già chiuso nella confezione e non potevamo controllare...” prima di scusarti e meno il cliente è disposto a passarci sopra.

Più ti dilunghi e specifichi il motivo del problema, le scusanti, la responsabilità condivisa con altri soggetti e qualsiasi cosa che allunghi inutilmente la strada che porta finalmente al momento in cui dici “MI DISPIACE” e più sarà meno credibile.

Invece no, è successo, è colpa nostra, adesso faremo questa cosa qui per risolvere e ci dispiace moltissimo perché non è questo il modo in cui vogliamo aiutare i nostri clienti ad acquistare prodotti, a facilitarli la vita per la cura dei loro animali, a spendere in modo intelligente etc etc etc...



L'ammissione di colpa deve essere semplice e senza fronzoli, altrimenti sembra una giustificazione.

Ma questo avviene raramente, perché per una visione distorta della comunicazione prendersi la colpa sembra una cosa negativa, significa dire “abbiamo sbagliato” e ormai viviamo in questo delirio di aziende perfette, leader di settore, che mettono il cliente in primo piano, con personale altamente qualificato... che non sbagliano mai.

Il problema è che questa cosa la vediamo solo noi imprenditori, nella nostra testa, loro, i clienti, gli errori che facciamo ogni giorno li vedono tutti, non se ne perdonano uno.

**Chiedi scusa, senza troppi giri di parole**

### E ADESSO CHE SUCCUDE?

Come secondo punto vuole sapere cosa farai per rimediare.

Il tuo - mi dispiace - non ha valore se non mi dici anche come farai a riparare il danno avuto.

- Te lo sostituisco con qualcosa di maggior valore.
- Te lo faccio arrivare a casa a mie spese.
- Ti restituisco i soldi aggiungendo un piccolo omaggio.
- Licenzio quel dipendente o farò in modo di servirti sempre personalmente.



Nessuno crederà che tu sei disposto ad assumerti la responsabilità dell'inconveniente se restano solo parole senza un'azione da parte tua che le segua.

È fondamentale per il tuo cliente sentirsi spiegare cosa farai concretamente per risolvere il problema.

### IL TASSELLO MANCANTE

Quindi la traccia perfetta da seguire quando ti trovi davanti a un tuo errore è:

- È successo
- Ci dispiace
- È colpa nostra
- Adesso per rimediare faremo questo

...ma manca ancora un pezzettino per rassicurare il cliente.

Il cliente vuole sapere che questo problema non succederà più e cosa farai per fare in modo che non ricapiti di nuovo.

Il cliente non vuole avere la percezione che nel tuo pet shop una volta su dieci succedono problemi: vuole sapere che domani subito cambierai corriere, che stai valutando di non vendere più quel tipo di tiragraffi, che farai causa alla ditta che produce quelle crocchette... vuole sapere che non te la stai cavando comodamente dicendo "Mi dispiace".

**Attivati da subito  
concretamente  
per risolvere il  
problema**



Il tuo cliente vuole sapere che quel tuo "mi dispiace" è un "mi dispiace" reale a tal punto che immediatamente ti attivi e metti in moto un meccanismo, che farà in modo che quell'inconveniente non capiti mai più, o almeno farai tutto quello che è in tuo potere fare.

Poi tutti sono pronti a capire che tu, ad esempio, non puoi controllare uno a uno tutti i guinzagli che ti arrivano in negozio e se ne vendi uno col moschettone difettoso che al cliente si apre e fa scappare il cane non sia direttamente responsabilità tua ma il cliente dalle tue parole vuole sentire certe cose.

Quello che accade solitamente è invece che nessuno vuole mai essere responsabile, tutti vogliamo la coscienza pulita, dire "non dipende da me", "può succedere a tutti" e questo allontana i clienti.

### UNA PROMESSA È UNA PROMESSA, PUÒ CROLLARE IL MONDO

Ti assicuro che anche in eventi incontrollabili e straordinari come il Coronavirus il cliente non è interessato a sentir dire che "siamo in mezzo a una situazione eccezionale che ha rallentato tutti, etc etc" (come ha fatto chiunque fino ad ora. Se vuoi sapere come NON si comunica accendi tv e radio e ascolta...).

Non importa quello che è successo, non esiste "mi dispiace ma questa cosa ci ha procurato questi problemi" esiste solo "Mi dispiace, questa cosa non potrà essere fatta come doveva essere fatta, ma sarà fatta lo stesso in modo diverso e sarà ancora migliore".



## Comunicazione di Crisi

Non potrà essere fatta perché abbiamo fatto male i conti, ci siamo sbagliati, avremmo dovuto organizzarci prima in modo diverso però adesso faremo così. Questo vuole sentire dire un cliente. Inutile spiegare che i rallentamenti dei fornitori, e la distanza sociale, e le nuove norme del governo... non importa.

Probabilmente c'è stata una promessa, e quando fai una promessa deve essere contro il mondo, contro tutte le variabili. Non importa nulla a nessuno se c'è stato il lockdown e tutto si è fermato. Da clienti siamo tutti degli egoisti e se ci è stata fatta una promessa siamo pronti a crocifiggere chiunque. Punto.

Quindi, completando la traccia data sopra e riassumendo, di fronte ai problemi:

- Sono stato io
- È colpa mia
- Ecco cosa succederà adesso
- Ecco cosa farò per evitare che questa cosa possa ripresentarsi nella tua esperienza di cliente

Non c'è davvero altro di diverso che tu possa dire per dare soddisfazione al cliente e uscire a testa alta e con la tua reputazione più inossidabile di prima.



**FILIPPO GIUNTI**

Ogni business, di ogni dimensione, è a rischio di una crisi aziendale.

Se credi davvero che le stesse capacità che ti permettono di lavorare con successo siano sufficienti ad affrontare con lo stesso successo una crisi che può distruggere la reputazione della tua attività, sei ancora più in pericolo.

Filippo Giunti è esperto di strategie di comunicazione, ha lavorato come pubblicitario in Italia e negli Stati Uniti fin dal 1992 ed è abituato a difendere i brand sotto attacco dal fuoco delle false notizie, dai danni procurati da incidenti aziendali o terribili errori strategici commessi dai titolari stessi. E può insegnartelo.

[pecoranera@me.com](mailto:pecoranera@me.com)

### IN BREVE

Quando qualcosa va storto non servono scuse, ma un'ammissione di colpa:

"È colpa mia".

Deve essere chiara e semplice, non dilungarti e non specificare il motivo del problema, se altri soggetti ne sono responsabili e qualsiasi cosa che allunghi inutilmente la strada che porta alle parole "È colpa mia".

Non farlo perché al cliente non interessa.

È molto meglio chiedere scusa, farlo in tempi veloci, ammettere la tua responsabilità e tutto quello che puoi fare concretamente per risolvere il problema.

Inoltre, il cliente vorrà sapere come agirai per evitare che l'errore capiti nuovamente.



**Vuoi il nostro team di esperti di comunicazione gratis al tuo servizio? Allora partecipa a**

# **ZPB PRO FOR YOU**

**MANDACI IL TUO MATERIALE PUBBLICITARIO  
E VINCI UNA REVISIONE GRATUITA**

Per approfittare di questa opportunità invia i tuoi

- Annunci
- Affissioni
- Volantini
- Video di YouTube
- etc

alla email [info@zampotta.it](mailto:info@zampotta.it)



specificando nell'oggetto **ZPB PRO FOR YOU** e, se vuoi, indicando tutte le informazioni che potrebbero aiutarci a valutarlo e a consigliarti meglio (hai già usato questo materiale pubblicitario? Come lo hai utilizzato? Con che risultati? In quali aspetti vorresti che fosse analizzato con più attenzione, nel testo o nella grafica? Etc)

**SE VERRAI SELEZIONATO**

**i professionisti che collaborano con Zampotta Pet Business offriranno la loro consulenza gratuita esaminando il tuo materiale e fornendoti di alcuni suggerimenti per perfezionarlo e renderlo più efficace.**

Il tuo materiale dovrà essere inviato in **JPG** ad altra definizione (minimo **300pixel/pollice**). In caso di materiale video dovrà essere inviato il link al clip caricato su YouTube.



# LA TUTELA DEL NEGOZIANTE

nella compravendita di animali

**DORIANA CHIANESE**

**Come ogni vendita, anche quella dei pet è un contratto tra le parti: vediamo insieme gli accorgimenti da prendere per tutelarsi**

**C**ome noto, l'acquisto di animali da compagnia può avvenire sia presso i numerosi allevamenti sia nei negozi di animali e vi sono regole e garanzie specifiche a carico del venditore che è meglio conoscere, per consentire tale vendita in totale sicurezza.

L'acquisto dell'animale domestico avviene mediante un contratto di compravendita, ai sensi dell'art. 1470 c.c., stipulato tra compratore e venditore e consiste nel trasferire la proprietà dell'animale domestico oggetto del contratto attraverso il pagamento di un corrispettivo a carico dell'acquirente.

I negozianti devono prestare attenzione a tutte le opportune tutele e garanzie per evitare di incorrere in conseguenze indesiderate!

Difatti, come in qualsiasi contratto di compravendita anche quello che riguarda gli animali domestici deve essere correlato da una serie di garanzie per il compratore; lo stesso venditore deve garantire la razza pura del cucciolo e che non sia affetto da malattie o problemi genetici idonei a incidere sulla regolarità del pedigree e che lo rendano inidoneo alle competizioni cinofile.

## **DI QUALI VIZI I VENDITORI POSSONO ESSERE RESPONSABILI?**

È incontestabile che come venditore tu sia tenuto a garantire la salute degli animali domestici al momento della vendita a un nuovo acquirente... ma quali sono le eventuali irregolarità che potrebbero presentarsi a seguito della vendita degli animali?

La compravendita degli animali è prevista dall'art. 1496 c.c. che disciplina la tutela dell'acquirente per i vizi della cosa venduta prevedendo in capo al venditore l'obbligo di garantire che il bene non abbia vizi che lo rendano inidoneo all'uso a cui è destinato o ne possano diminuire il valore in modo apprezzabile.

Lo stesso art. 29 del codice del consumo prevede l'obbligo per il venditore di consegnare all'acquirente beni conformi al contratto di vendita e qualora non possedano le caratteristiche e/o



qualità presenti nella descrizione il compratore ha il diritto di chiedere il risarcimento del danno.

Nel caso degli animali, qualora a seguito della vendita il cucciolo non presenti le qualità e caratteristiche tipiche della razza o risulti affetto da malattie tali da renderlo inadatto alle competizioni cinofile, il proprietario potrà richiedere il risarcimento del danno, ai sensi dell'art. 1494 c.c., per spese mediche o potrà riconsegnare il cucciolo al venditore che ha occultato il vizio o non lo ha espressamente comunicato all'acquirente, entro otto giorni dalla scoperta, purché il vizio non sia facilmente riscontrabile o conosciuto dall'acquirente.

In tal senso si riconosce all'acquirente il diritto al risarcimento del danno derivante dalle spese mediche sostenute nel caso in cui l'animale manifesti una malattia alcuni giorni dopo la consegna e prevedendo l'onere, in capo al venditore, di dimostrare che la malattia è sorta successivamente e non era presente all'atto di vendita.

### **QUALI SONO GLI OBBLIGHI PER IL VENDITORE?**

La legge prevede una specifica tutela nei confronti del compratore qualora sia lesa il pacifico godimento del bene, o qualora lo stesso bene compravenduto non presenti le caratteristiche pattuite nel contratto, è sempre prevista la garanzia, ai sensi dell'art. 1492 c.c., in capo al venditore del bene.

I contraenti possono aumentare o diminuire gli effetti della garanzia, ma è opportuno sottolineare che la garanzia per i vizi nella compravendita degli animali è tacita e pertanto, anche se non è stata dichiarata al momento della stipula del contratto la stessa è sempre dovuta da parte del venditore!

È comunque prevista la possibilità per il venditore di escludere l'obbligo della garanzia per i vizi qualora però ci siano espresse clausole, non si prevede l'obbligo della loro predisposizione in forma scritta ma devono comunque essere documentabili e facilmente dimostrabili da parte del venditore per esser tutelato... un esempio? La testimonianza di soggetti che hanno assistito alla compravendita e alla determinazione delle relative clausole.

Attenzione però, la clausola di esclusione o diminuzione della garanzia non ha effetto nel caso in cui i vizi e/o irregolarità siano stati taciuti anche se si conoscevano.

### **COSA SUCCEDERÀ IN CASO DI VENDITA DI UN ANIMALE DOMESTICO CON PROBLEMATICHE?**

Vediamo ora quali sono invece le tutele previste per i negozianti.

Ai sensi dell'art. 1492 c.c. il compratore nel caso in cui l'animale presenti delle caratteristiche genetiche o malattie non dichiarate dall'allevatore all'atto dell'acquisto, attraverso l'azione redibitoria, può restituire l'animale al venditore nello stesso stato in cui si trovava all'atto della vendita e l'allevatore dovrà restituire la somma ricevuta.

Il negoziante può anche chiedere la riduzione del prezzo pattuito in relazione alla diminuzione della funzionalità subita rispetto al valore reale dell'animale acquistato.

A ciò si potrebbe aggiungere una domanda di risarcimento del danno qualora l'animale acquistato presenti entro 8 giorni delle malattie taciute dall'allevatore e di cui era a conoscenza.

Il danno è calcolato sull'esborso di somme di denaro per le cure dal veterinario affrontate dal proprietario/compratore.

**Il compratore può recedere dall'acquisto entro otto giorni dalla scoperta del vizio**



### **COSA FARE E COSA DIRE AL MOMENTO DELLA VENDITA?**

Il suggerimento importante per il venditore è che per evitare di incorrere in responsabilità civile e risarcitoria, il venditore all'atto della compravendita evidenzia eventuali irregolarità nelle caratteristiche della razza dell'animale per rendere sin da subito partecipe il futuro proprietario della condizione dell'animale e delle sue caratteristiche che lo rendono difforme rispetto a quelle proprie della razza/ pedigree dichiarato.



Così si eliminano da subito eventuali scenari negativi che si potrebbero prospettare nel caso di iscrizioni a gare che richiedano determinate caratteristiche dell'animale.

Allo stesso modo il venditore deve informare il compratore all'atto della vendita della presenza di eventuali malattie nell'animale; difatti è lo stesso art. 1491 c.c. che disciplina l'esclusione della garanzia in capo al venditore nel caso in cui al momento dell'atto di compravendita il compratore fosse a conoscenza dei vizi dell'animale o erano facilmente conoscibili; ciò consente di escludere la malafede del venditore che non ha taciuto relativamente ad eventuali malattie e/o irregolarità genetiche che ne comportino una diminuzione del valore o restrizioni, o nel caso della malattia ad eventuale esbor-

so di somme di denaro per le varie visite veterinarie.

Pertanto, è di fondamentale importanza tu conosca al meglio la situazione clinica dei pet che sono in procinto di trovare una nuova casa grazie a te.

Occorre adottare tutte le cautele previste per garantire la salute degli animali ed evitare così spiacevoli conseguenze.

In conclusione, assicurati delle reali condizioni degli animali o se ne hai contezza comunica immediatamente all'atto della compravendita eventuali irregolarità nelle caratteristiche della razza o malattie presenti negli animali.

### **QUALE È IL TERMINE DI DENUNCIA DEL VIZIO E DELLE MALATTIE DEGLI ANIMALI VENDUTI?**

Ulteriore tutela prevista per i negozianti riguarda l'aspetto temporale della denuncia di eventuali irregolarità genetiche e/o malattie riguardanti il pet appena venduto al compratore.

Il compratore deve far valere i propri diritti e denunciarli al negoziante entro otto giorni dalla scoperta del vizio e comunque entro un anno dalla consegna dell'animale.

Tali termini consentono di circoscrivere entro un determinato arco temporale il potere di esercitare il diritto del compratore per veder riconosciuta la tutela della propria posizione e al contempo, garantire una responsabilità per il negoziante entro un determinato periodo e per evitare di incorrere in responsabilità senza limiti di tempo!

È necessario che sia l'allevatore, sia il negoziante, sia il compratore attuino dei comportamenti idonei e chiari prima di arrivare alla firma del contratto in modo da evitare possibili incomprensioni che possano generare futuri contrasti.

Sicuramente tu negoziante che ti adoperi per



migliorare le condizioni degli animali domestici destinati alla vendita, ad esempio sottoponendoli a diagnosi di malattie ereditarie e attuando tutte le visite e vaccinazioni necessarie consentite di fatto la tutela della salute degli animali e informando il compratore di eventuali malattie dell'animale consentirai una piena chiarezza nei rapporti; così dimostrerai la tua buona fede e sarai in grado di garantire una trasparenza nei rapporti commerciali verso i futuri acquirenti!

### **I NEGOZIANTI POSSONO ADOTTARE MISURE VOLTE ALLA TUTELA DEI CANI E GATTI MENO FORTUNATI?**

Durante questo periodo di pandemia sono state tante le manifestazioni di solidarietà che ognuno di noi, nelle proprie possibilità, ha messo in moto e tanti sono stati gli interventi a favore dei più deboli.

Tutti possono essere solidali verso animali meno fortunati, e sappiamo bene che molti negozianti lo sono già!

Per andare in soccorso di tutti quei cani e gatti presenti nei canili e nei gattili che molto spesso si trovano in difficoltà per lo stato dei luoghi ma anche e soprattutto, per la carenza di sussidi economici idonei a garantire la copertura efficiente di tutte le spese necessarie e soprattutto alimentari, è intervenuto il Ministero della Salute.



Certamente lo sapete, ma ricordate che i prodotti regalati devono essere sempre conformi alle norme igienico – sanitarie!

**Allevatore, negoziante e compratore devono essere chiari prima di arrivare al contratto**

Questa iniziativa consente alle imprese produttrici e ai rivenditori di non affrontare i costi dello smaltimento dei prodotti rimasti invenduti, le rimanenze, i prodotti non idonei alla vendita per difetti di imballaggio o quelli prossimi alla scadenza. Contemporaneamente le organizzazioni che si occupano della protezione e cura dei nostri amici a quattro zampe recuperano gratuitamente le risorse alimentari.

Ma i furbetti sono sempre dietro l'angolo!

Per evitare una vendita illegittima dei prodotti a scopo di lucro destinati invece alla fornitura gratuita ai canili e ai gattili, le aziende, i negozianti e le strutture destinatarie devono sempre predisporre la tracciabilità delle forniture ed entrambi sono tenuti a informare la Regione e la Asl veterinaria prima della donazione.

Questa iniziativa durante la lotta al COVID-19, è lodevole verso i più svantaggiati; non dobbiamo mai dimenticarli, la loro vicinanza è un aiuto davvero prezioso per noi essere umani e per questo è bene pensare anche alla loro salute!



**DORIANA  
CHIANESE**

Avvocato a tutto tondo, Dorian Chianese ha da poco celebrato le nozze d'argento con il diritto, svolgendo l'attività da più di venticinque anni. Avendo iniziato la professione quando ancora non era consuetudine specializzarsi, può oggi vantare una "visione d'insieme" del problema civilistico, penale e amministrativo. È avvocato anche presso l'Alta Corte di Giustizia a Strasburgo, giudice tributario presso la Commissione tributaria provinciale di Roma e mediatore e conciliatore in campo civile, commerciale e ambientale. Svolge attività di formazione in materia di mediazione e diritto tributario presso l'Istituto Regionale di Studi Giuridici del Lazio Arturo Carlo Jemolo.

[chianesetorchiaepartners@gmail.com](mailto:chianesetorchiaepartners@gmail.com)

Con nota del 9 Aprile 2020 ha difatti consentito la cessione gratuita di pet food non più idonei alla vendita a canili e gattili; nel rispetto della normativa prevista dalla legge n. 166 del 2006 che consente la distribuzione gratuita degli alimenti e prodotti farmaceutici con finalità di solidarietà sociale e volta ad evitare gli sprechi.

Questa normativa consente ai negozianti di prodotti alimentari e/o farmaceutici che non sono più idonei alla vendita o sono eccedenti a cederli gratuitamente alle associazioni, ai canili, ai gattili.



# Super morbida per i più piccoli

**Pensata per clienti esigenti in cerca di una comoda borsetta di design dove trasportare e far riposare i loro cagnolini. Mia Pet è una soluzione pratica ed elegante ma anche impermeabile e molto resistente**



I clienti proprietari (ma soprattutto proprietarie) di piccoli cagnolini ne andranno matti! Morbida, pratica e sicura, ma anche robusta e resistente e all'ultima moda: ecco la borsa Mia Pet. La novità risponde alla mission di Bama, quella di creare prodotti belli, innovativi, funzionali e resistenti, con materiali garantiti, riciclabili e non tossici e con un design curato dalla progettazione fino al prodotto finito. Quello che differenzia Bama è proprio la capacità di innovare tenendo conto delle reali esigenze del pubblico e delle evoluzioni del mercato, con occhio attento anche al senso pratico, alla funzionalità e all'estetica.



**BAMA SPA**  
[www.bamagroup.com](http://www.bamagroup.com)  
[enjoylifewithbamapet.com](http://enjoylifewithbamapet.com)



Ma la sua caratteristica speciale è senz'altro il design, che strizza l'occhio alla moda e sarà molto apprezzato dalla clientela attenta al fashion. Le dimensioni cm 40x15x24h e le cinghie regolabili, la rendono confortevole per il cagnolino che può stare comodamente insieme alla sua padroncina durante lo shopping o le passeggiate. Mia Pet è disponibile in due varianti colore molto fashion: acquamarina e rosso corallo. (V.L.)



## Immaneabile per pet inseparabili

Mia Pet è una borsa morbida, pratica e sicura per l'amico a quattro zampe, ideale per i pet di taglia XS che possono affacciarsi dall'apertura su un lato oppure riposare al suo interno nel massimo comfort, sentendosi come abbracciati dal loro amico a due zampe. Robusta e resistente, è impermeabile e igienica, tanto da poterla lavare facilmente con acqua e sapone neutro.

### EXTRA SOFT FOR SMALL BREEDS

Dedicated to demanding customers looking for a design pet carrier. Mia Pet is the handy and elegant, rainproof and resistant solution

Owners of small dogs will definitely love it! Soft, handy, and safe, but also strong, resistant and fashionable: here is Mia Pet. The new product is in line with Bama mission: developing beautiful, innovative, functional and strong products with quality, recyclable, non-toxic materials, attentive design from sketch to finished product. What makes the difference is Bama innovation skills, paying attention to the real needs of customers and to the evolution of the market, to practicality, functionality and look.

#### A MUST-WEAR FOR INSEPARABLE PETS

Mia Pet is the soft, handy and safe bag for pets. It is particularly suited for XS pets: they can look out of the side opening or relax comfortably, as if they were hugged by their human friend. The bag is strong, resistant, rainproof and hygienic: it can be washed with water and mild soap. Its special feature is the design: it is very trendy and it will be particularly by customers attentive to fashion (female customers in particular). Its measures (40x15x24h cm) and adjustable straps makes it comfortable for pets: they can stay beside their owner during shopping or walks. Mia Pet is available in two trendy colours: aquamarine and coral red.



enjoy life with

bama  pet

# Giocando si impara

il gioco sviluppa capacità motorie ed intellettive



## CURIOSITA':

Sapevi che secondo gli esperti cinofili, il gioco è il mezzo più importante con il quale il padrone può entrare in sintonia con il proprio cane, stimolando la sua capacità di ubbidire e di comunicare le proprie esigenze?



Il tuo cane ha bisogno di te e del tuo tempo.

Giocate insieme con **Orma** e **Tuttomio**, i giochi **atossici** che **rimbalzano** e **galleggiano**... in casa, in giardino ed anche in vacanza.

**Condividi le tue foto e noi le pubblicheremo!**



# Tosare a lungo e senza sforzo: oggi è possibile

**Alte prestazioni e comodità d'uso: una tosatrice leggera, potente, silenziosa e con batterie di tre ore, per una toelettatura meno faticosa**



La storia delle tosatrici AEscULAP inizia nel 1912, anno di produzione della prima “clipper”, ma già molto tempo prima l'azienda produceva strumenti chirurgici in ambito medico e veterinario. Nel 1994 AEscULAP viene acquisita da B.BRAUN, che ne accresce la diffusione mantenendo il livello qualitativo e la prestigiosità acquisiti negli anni precedenti. Oggi sono molti i toelettatori e i veterinari, in Italia come nel resto del mondo, che scelgono le tosatrici di questo marchio tedesco che con il suo ricco catalogo di prodotti sofisticati, affidabili e duraturi, soddisfa i professionisti più esigenti. Una preferenza legata anche all'unicità delle testine dedicate AEscULAP, che si distinguono per la possibilità di adeguare la pressione delle lame alle proprie necessità di utilizzo e per una qualità dell'acciaio che ne garantisce una lunga durata.

AESCULAP® – a B. Braun brand  
**B BRAUN**  
 SHARING EXPERTISE

**B.BRAUN VET CARE ITALIA**  
 tel. 0266218356  
 marco.leone@bbraun.com

## Caratteristiche d'eccellenza

Le tosatrici AEscULAP sono pensate per i professionisti del settore, curando nel dettaglio la qualità dei materiali e la progettazione degli apparecchi, per garantirne un funzionamento ottimale con ridotta manutenzione: la scocca è prodotta in materiale plastico infrangibile, il sistema di ventilazione è studiato per evitarne il surriscaldamento nell'uso, il bilanciere non è soggetto a usura e la tecnologia Li-Ion delle batterie agli ioni di litio assicura una lunga durata di esercizio e l'assenza di “effetto-memoria”. Tutte queste caratteristiche abbinate alle consuete prestazioni evolute dei motori AEscULAP, ne fanno un punto di riferimento nel segmento delle tosatrici professionali.

## La novità 2020: DURATI PROWHITE per testine universali

L'ultima nata di casa AEscULAP non delude le aspettative, grazie all'aumento di potenza del motore (che con 3300 battute/minuto eroga il dieci per cento in più rispetto al modello precedente) ed alla sua potente batteria con durata superiore alle tre ore. Questo abbinamento permette un'operatività prolungata, grazie a uno strumento leggero, che non affatica il braccio, e potente al punto tale di scivolare facilmente anche attraverso mantelli di pelo sporco e spesso. Il tutto correlato ad un livello di rumorosità molto contenuto, per il confort del toelettatore e dell'animale.





Eccone riassunti i dati tecnici:

- velocità di taglio elevata con 3300 battute/min per un taglio ottimale;
- avvio soft a protezione del motore/trasmissione e della batteria;
- alimentazione a batteria ed impugnatura ergonomica;
- elevata potenza di taglio;
- peso ridotto per utilizzo prolungato;
- base di ricarica con scomparti per tosatrice e batteria aggiuntiva;
- batteria a tecnologia Li-Ion (compatibile con tutta la gamma DURATI e con FAVORITA CL e FAV5 CL);
- durata della carica (circa) 240 minuti;
- tempo di ricarica (circa) 240 minuti;
- rumorosità 63 dB;
- peso 380 g incluse testina universale e batteria.

DURATI PROWHITE è disponibile nella confezione con una batteria (cod. XT434-WP) o con due batterie (cod. XT436-WP), entrambe comprendenti anche una testina universale #10 da 1,5 mm (cod. GT330), e un Olio AESCULAP (cod. GT604), elemento indispensabile per una corretta manutenzione dell'apparecchio. Se ne consiglia l'applicazione di qualche goccia ogni venti minuti di utilizzo, avendo subito prima utilizzato lo spray AESCULAP BLADE COOL (cod. GTA100) per raffreddare e pulire la testina.

La tosatrice DURATI PROWHITE con le sue caratteristiche ha le carte in regola per esaudire tutti i desideri dei professionisti: un giusto equilibrio tra tecnologia, comodità d'uso e alte prestazioni, per gestire anche la tosatura più lunga e difficoltosa con uno sforzo ridotto. (M.F.)



## LONG AND EASY GROOMING: YES YOU CAN

Technology, high performance and comfort: light, powerful, quiet clipper with three-hour battery, for an easier grooming

The story of AEscuLAP clippers starts in 1912 with the first clipper. The company, however, used to manufacture surgical tools already. In 1994, AEscuLAP was bought by B.BRAUN: the company increased the brand's popularity, still preserving the quality and prestige gained previously. Several groomers and veterinarians, in Italy and abroad, choose the German clippers: thanks to its catalogue of fine, reliable and long-lasting products, the brand meets the needs of demanding customers. AEscuLAP heads are part of the success: the blade's pressure can be adjusted as necessary, and the quality of steel ensures durability.

### EXCELLENCE FEATURES

AEscuLAP clippers are dedicated to professionals: special attention to the quality of materials and design ensure the excellent performance with reduced maintenance. The shell is made of unbreakable plastic material, the vent system avoids overheating, the rocker switch does not wear out and the Li-Ion battery technology ensures long durability and no "memory-effect". Such features, combined with the performance of AEscuLAP engines, makes them a point of reference in the sector of professional clippers.

### NEWS 2020: DURATI PROWHITE FOR UNIVERSAL BLADES

The latest product by AEscuLAP does not disappoint expectations, thanks to the improved engine power (3,300 strokes per minute with +10% compared to the previous model) and to the powerful battery run time over three hours. The combination ensures extended operating, thanks to a light tool

capable to glide easily through dirt and thick coats. The noise level is limited to ensure the comfort of groomers and pets.

Here are the technical features:

- a high cutting speed via a high stroke rate of 3300 strokes per minute for an optimal cutting results;
- soft start to protect engine/transmission and battery;
- ergonomically shaped handle area;
- elevated cutting power;
- fatigue-free operation due to its extremely low weight;
- charger with charging compartments for clipper and battery;
- a strong battery with lithium ion technology (also suited for DURATI range and for FAVORITA CL and FAV5 CL);
- run time (approx) 240 minutes;
- charging time (approx) 240 minutes;
- sound pressure level 63 dB;
- weight 380g including universal head and battery.

DURATI PROWHITE is available with one battery (cod. XT434-WP) or with two batteries (cod. XT436-WP). Both versions include a 1.5 universal head #10 (cod. GT330) and AEscuLAP Oil (cod. GT604), which is necessary for the correct maintenance. Just apply one oil drop every twenty minutes of use, right after using AEscuLAP BLADE COOL (cod. GTA100) spray to cool down and clean the head. DURATI PROWHITE clipper with its features has everything professionals wish for: the right combination of technology, comfort, high performance to manage even a long and hard grooming with little effort.



# Il crudo subito pronto

**Vera carne per il cliente che sceglie il crudo comodamente confezionato**



Anche in Italia, nel canale specializzato, la richiesta di prodotti naturali crudi è cresciuta sensibilmente in un mercato sempre più attento ed esigente. Per questi proprietari pet, Vema Petfood&care propone *Natures Menu*, azienda inglese del Norfolk pioniera dell'alimentazione cruda naturale all'insegna del claim "Real in every way": cioè tutto reale, veri ingredienti, vera carne, vera competenza.

Nella convinzione che gli animali da compagnia meritino vero cibo, *Natures Menu* propone diete fresche, bilanciate e biologicamente appropriate che il proprietario esigente può somministrare con la massima tranquillità e semplicità di utilizzo. Tutti gli alimenti *Natures Menu*, buste, lattine, snack e surgelati sono prodotti con ingredienti di altissima qualità e studiati per soddisfare in modo naturale le esigenze di cani e gatti, senza aggiunte di farine, derivati animali o conservanti.



**VEMA PETFOOD&CARE**  
tel. 0249474139  
[www.vemapetfood.it](http://www.vemapetfood.it),  
[info@vemapetfood.it](mailto:info@vemapetfood.it)



## Nuovo packaging per vendere meglio

Oltre alla qualità di sempre, *Natures Menu* propone ora il restyling del marchio per una nuova identità attualizzata che ne incrementi visibilità e riconoscibilità. Le confezioni di impatto sugli scaffali hanno colori decisi per identificare le referenze sulla base dei toni naturali crema e verde inglese, scritte nitide e indicazioni chiare. L'ampia proposta di prodotti si articola su tre linee.

## Crudo e naturale

La ricetta originale *Natures Menu* è la risposta senza problemi, completa e bilanciata per una dieta cruda e naturale. In buste, in lattine o surgelati solo veri ingredienti di qualità.



- *Dog Pouches*, buste da 300 g in 7 varianti;
- *Dog Cans*, lattine da 400 g in 5 varianti;
- *Dog Treats*, snack da 60 g in 3 varianti;
- *Cat Pouches*, buste da 100 g in 5 varianti;
- *Cat Treats*, snack da 60 g in 3 varianti;
- *Raw Nuggets*, pasti completi surgelati in cubetti da 1 kg in 8 varianti.



## Frutta, verdure e superfoods

Natures Menu Country Hunter è la linea di alimenti e snack pluripremiati con i migliori ingredienti selezionati, grain-free con aggiunta di frutta, verdure e superfoods.



- Country Hunter Cans, lattine da 600g in 9 referenze;
- Country Hunter Cans, lattine da 400g in 5 referenze;
- Country Hunter Dog Pouches, buste da 150g in 4 referenze;
- Country Hunter Superfoods Crunch sacchi da 1,2 kg 5 referenze;
- Country Hunter Superfoods Bars, barrette da 100g in 5 referenze;
- Country Hunter Cat Pouches, buste da 85g in 4 referenze;
- Country Hunter Raw Nuggets, pasti completi surgelati in cubetti da 1 kg in 9 referenze.

## Un menu da creare in casa

E per chi ama preparare pasti crudi naturali fatti in casa, ecco Natures Menu Home Prepare: 100% carne di primissima scelta di origine responsabile e semplice da utilizzare.

- Raw Freeflow, focchi di macinato facilmente porzionabili da 2 kg in 5 gusti;
- Just Raw Mince, macinato monoporzione da 400 g in 11 referenze;
- Raw Bones/Chews crudo surgelato in pezzi 100% carne in 2 gusti. (L.D.)



## RAW FOOD READY TO SERVE

Real meat for customers choosing packed raw food

The Italian specialized channel also recorded a sensible growth in the demand of natural raw food, due to an increasingly attentive and demanding market. That is why Vema Petfood&Care presents Natures Menu, English company from Norfolk. The company was a pioneer in natural raw nutrition, with the claim "Real in every way", from ingredients to meat and professionalism. Believing that all pets deserve real food, Natures Menu offers fresh, balanced and biologically appropriate meals: owners can feed them safely and easily. All Natures Menu products (pouches, cans, treats and frozen food) are made with high-quality ingredients, developed to naturally meet the needs of cats and dogs, without flours, animal derivatives or preservatives.

### NEW PACKAGING TO BOOST SALES

Besides the usual quality, Natures Menu offers a restyled brand: new and modern identity to increase visibility and recognizability. Packages feature bold colours to detect products according to cream and English green natural shades and clear instructions. The broad range of products is divided into three lines.

### RAW AND NATURAL

The original Natures Menu recipe is the balanced and complete solution for a natural and raw diet. Pouches, cans, frozen food: only quality ingredients.

- Dog Pouches, 300g pouches and 7 recipes;
- Dog Cans, 400g cans and 5 recipes;
- Dog Treats, 60g treats and 3 recipes;

- Cat Pouches, 100g pouches and 5 recipes;
- Cat Treats, 60g treats and 3 recipes;
- Raw Nuggets, complete meals in frozen nuggets. 1kg and 8 recipes.

### FRUIT, VEGETABLES AND SUPERFOOD

Natures Menu Country Hunter is the line of award-winning food and treats with the best ingredients. They are grain free and supplemented with fruit, vegetables and superfood.

- Country Hunter Cans, 600g cans and 9 recipes;
- Country Hunter Cans, 400g cans and 5 recipes;
- Country Hunter Dog Pouches, 150g pouches and 4 recipes;
- Country Hunter Superfoods Crunch 1.2kg bags and five recipes;
- Country Hunter Superfoods Bars, 100g bars and 5 recipes;
- Country Hunter Cat Pouches, 85g pouches and 4 recipes;
- Country Hunter Raw Nuggets, complete meals in frozen nuggets. 1kg and 9 recipes.

### DIY MENU

For those who love to make home-made natural raw meals, here is Natures Menu Home Prepare: 100% first choice meat from responsible origin, simple to use.

- Raw Freeflow, minced meat, easy to divide. 2Kg and 5 recipes;
- Just Raw Mince, 400g single-serve minced meat and 11 recipes;
- Raw Bones/Chews raw meat in chunks, 100% meat and 2 recipes.

# Una strada nuova per il problema plastica



**Per clienti che chiedono prodotti riciclati o da fonti sostenibili i due best seller dell'azienda si rinnovano e diventano green**

La tutela dell'ambiente e della natura sono argomenti che destano interesse in moltissimi proprietari pet, in particolare lo scottante tema della plastica. Proporre prodotti che abbiano attenzione per il riciclo e per la lavorazione sostenibile è sicuramente una strategia di vendita vincente. Mai come in questi ultimi anni uno dei maggiori problemi mondiali è l'aumento della plastica, che si riversa sui nostri mari e il riscaldamento globale che deriva dall'inquinamento.

Con una mentalità pratica, MPS ha posto il problema in cima alla sua agenda e ha iniziato a trasformare ulteriormente i suoi processi di progettazione e produzione impegnandosi concretamente verso l'utilizzo di materiali plastici riciclati o provenienti da fonti sostenibili, proprio quello che il mercato sta richiedendo ora.

Per MPS, dare nuova vita alla plastica è diventata una realtà, un Credo che ha coinvolto fortemente anche l'organizzazione aziendale, focalizzando su questi obiettivi i progetti di innovazione del team di Ricerca



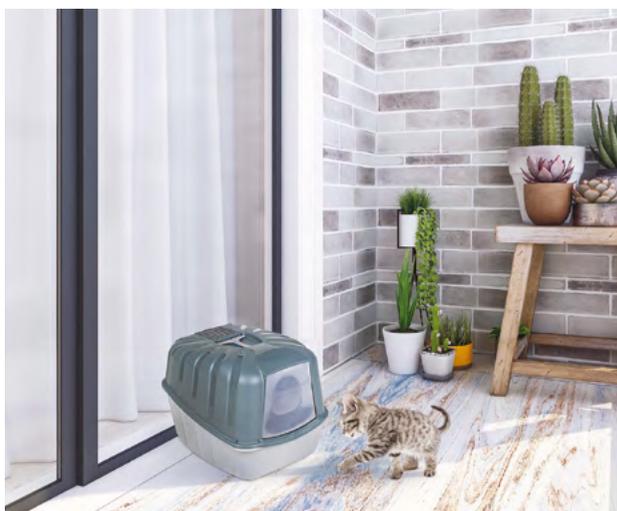
**MPS 2**  
tel. 0444572280  
[www.mpsitalia.it](http://www.mpsitalia.it)  
[info@mpsitalia.it](mailto:info@mpsitalia.it)

& Sviluppo. Sono nati (e nasceranno) nuovi progetti in grado di rispettare il Pianeta, ma allo stesso tempo prodotti di qualità che sappiano soddisfare le richieste dei proprietari pet e i bisogni di comfort dei loro piccoli amici.

## Nuova immagine green

Seguendo questo Credo, *Pratiko* e *Komoda*, i due best-seller in casa MPS, si rinnovano e diventano green. Con loro, infatti, MPS ha centrato l'obiettivo e ha tenuto a battesimo la nuova linea *Recycled*: sia il trasportino che la toilette sono realizzati in plastica riciclata, riciclabile al 100% ed ecosostenibile, e si colorano di novità nella versione eco-green ed eco-blue.





La strada avviata dall'azienda con *Recycled* parte proprio dai due articoli più venduti in modo da sostenere il pet shop nel suo business con un articolo già noto e apprezzato. E che d'ora in poi lo sarà ancora di più grazie a questa nuova immagine green.

*Pratiko* è il trasportino già conosciuto e apprezzato dai proprietari di cani e gatti per l'assenza di ganci laterali, che vengono sostituiti da un aggancio a scorrimento, un sistema di chiusura brevettato a livello internazionale. Per venire incontro alle diverse esigenze della clientela, è disponibile nella versione con porta in plastica o in metallo, e in due misure, una più grande e una più

piccola. Per il benessere dell'animale, *Pratiko* ha fori di aerazione su tutta la superficie del top ed è dotato di una comoda maniglia per il trasporto e gancetti superiori per poterlo allacciare in modo tale che non si muova durante il trasporto.

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



## NEW SOLUTION AGAINST PLASTIC

Dedicated to customers looking for recycled products or sustainable sources: the company's best sellers go green

Environment and nature protection are interesting topics among pet owners, especially the plastic issue. Offering products attentive to recycle and sustainable processing is therefore a winning strategy. Over these past years, one of the biggest world issues is the increase in plastic in the oceans, as well as pollution-related global warming.

Thanks to its "hands-on" approach, MPS placed the issue at the top of the agenda and started changing its design and production processes, shifting to recycled plastic or sustainable materials. That is what the market is looking for right now.

Giving new life to plastic became a reality for MPS, a Creed involving also the company organization: R&D team focused its innovation plans on these goal. Environment-friendly projects were born (and will be), just like quality products capable to meet the demand of pet owners and the comfort need of pets.

### NEW GREEN LOOK

According to this Creed, the two MPS best-selling products *Pratiko* and *Komoda* have gone green. MPS reached the goal

with them and launched new *Recycled* line: both pet carrier and litter box are made of recycled plastics, 100% recyclable and eco-sustainable. They are brand new and available in eco-green and eco-blue version.

The path started with *Recycled* begins with the two best-selling products, in order to support specialized shops with a famous and popular product. It will be even more popular thanks to the new green look.

*Pratiko* is the famous pet carrier free from side hooks: they are replaced by a sliding fastening, an internationally patented system. In order to meet the needs of customers, the pet carrier is available with plastic or metal door and two sizes. *Pratiko* has ventilation holes all over the top and it features a handle as well as upper hooks to keep it fixed during transport.

*Komoda* is the traditional litter box with active carbon filter. The rear part is higher to prevent leaking liquid. The scoop can also be used as handle. The special fastening system between lower and upper part is functional and handy: lifting the litter box is safe.



# L'equilibrio prelibato e completo

**LIBRA, l'alimentazione sviluppata da esperti nutrizionisti è la giusta proporzione tra nutrienti e beneficio della salute del pet**

Qual è la risposta per quei clienti alla ricerca di un'alimentazione equilibrata e di qualità che contenga tutto ciò di cui il loro animale ha bisogno senza complicarsi la vita e a un giusto prezzo?

La risposta è **LIBRA**, il marchio che offre un'alimentazione sviluppata da esperti nutrizionisti che garantisce il perfetto equilibrio tra proteine, acidi grassi essenziali, vitamine, minerali e fibre e che fornisce molteplici benefici per la salute.

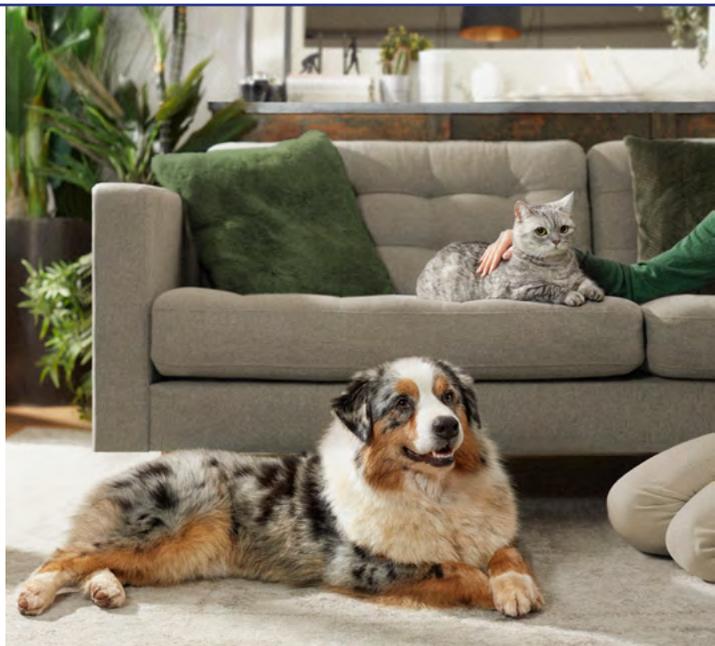


**LIBRA** è un'alimentazione equilibrata, varia e di qualità: con il giusto equilibrio tra ingredienti e adatta alle caratteristiche di ogni cane e gatto in base alla sua età e alle sue esigenze specifiche; con gustose alternative dall'ottimo sapore per incontrare il gusto degli animali e offrire un'ampia scelta al cliente; con ingredienti selezionati, senza aromi artificiali, conservanti e coloranti.

## Nuovo pack per i punti di forza

Tutto questo, con un nuovo look più moderno che comunica in maniera chiara i punti di forza. La nuova immagine sul pack mostra l'essenza del brand per rispondere alle esigenze del proprietario pet e focalizza l'attenzione sui concetti di equilibrio, varietà e qualità.

La linea cane comprende le varietà *Puppy* e *Adult* nei gusti *Pollo*, *Salmone*, *Agnello* e *Manzo*



**AFFINITY PETCARE ITALIA SRL**  
[www.libra-affinity.it](http://www.libra-affinity.it)  
[customeritalia@affinity-petcare.com](mailto:customeritalia@affinity-petcare.com)

e la gamma per esigenze specifiche *Adult Mini*, *Light in Fat* e *High Energy*. La linea gatto propone le ricette *Kitten* e *Adult Pollo* o *Salmone* e la gamma per esigenze speciali *Urinary*, *Sterilized Pollo* e *Sterilized Tonno*.

Scopri di più su **LIBRA** su [www.libra-affinity.it](http://www.libra-affinity.it). Contatta il tuo fornitore di fiducia o invia una email a [customeritalia@affinity-petcare.com](mailto:customeritalia@affinity-petcare.com).

## TASTY AND COMPLETE BALANCE

Expert nutritionists developed the line of food with balanced nourishing substances to support the health of pets

Some customers look for balanced and high-quality food, which also contains what cats and dogs need, without too much complication or extra cost. What is the best product for them?

The answer is **LIBRA**, the line developed by skilled nutritionists that correctly balances proteins, essential fatty acids, vitamins, minerals and fibres to positively affect pet health.

**LIBRA** is a balanced, varied and quality brand: ingredients are correctly balanced and suit all needs of cats and dogs, according to age and specific needs. It offers tasty alternatives, to provide pets with delicious food and customers with a broader choice. Selected ingredients, no artificial flavouring, preserving or colouring agents: Affinity skilled nutritionists developed the quality recipes.

### NEW PACKAGING ENHANCES PRODUCT PLUS

The new look better conveys the product pluses. The new pictures portrays the brand essence, which meets the needs of pet owners and immediately draw the attention on balance, variety and quality. Dog line includes premium puppy and adult products: *Chicken*, *Salmon*, *Lamb* and *Beef*. The dog range for specific needs includes: *Adult Mini*, *Light in Fat* and *High Energy*. Cat range includes premium products: *Kitten* and *Adult Chicken* or *Salmon* and the recipes for special needs *Urinary*, *Sterilized Chicken* and *Sterilized Tuna*.



# Silenziosa a 3.100 doppi colpi al minuto

**Una novità assoluta: velocità record, rumore quasi assente e batteria ultrarapida**



Quale toelettatore non vorrebbe una tosatrice che risponda a tutte le esigenze di rumore, prestazioni ed ergonomia nella tosatura di piccoli e grandi animali? Eccola: *Opal* è il nuovo gioiello di Heiniger AG, l'azienda che nel cuore della Svizzera sviluppa e produce tosatrici, lame e pettini d'alta qualità ed esporta i suoi prodotti in oltre 50 Paesi del mondo.

## Precisione, potenza, durata

Con *Opal*, Heiniger stabilisce nuovi standard. La tosatrice è quasi silenziosa, solo 59 decibel (poco più di una moderna lavastoviglie), ma allo stesso tempo è incomparabilmente potente e ha due livelli di velocità. Con 3.100 doppi colpi al minuto nel secondo stadio (2.600 nel primo), il toelettatore può scorrere facilmente e rapidamente attraverso il pelo sporco, tappetinato e spesso. La più recente tecnologia delle batterie agli ioni di litio garantisce una rasatura senza filo per oltre 240 minuti e, grazie all'indicatore del livello di carica integrato, il tempo rimanente è sempre visibile. Nel giro di un'ora, poi, la batteria è di nuovo completamente carica. Piccola e molto leggera, *Opal* è ergonomicamente aggiornata e si adatta perfettamente alla mano, in modo da permettere al professionista di lavorare senza sforzo. *Opal* è sviluppata e prodotta in Svizzera.



**HEINIGER AG**  
tel. +41/629569200  
[www.heiniger.com](http://www.heiniger.com)  
[marketing@heiniger.com](mailto:marketing@heiniger.com)



Precisione, potenza, durata e un controllo esaustivo della qualità sono le massime priorità dei prodotti Heiniger, azienda che, fondata a Herzogenbuchsee nel 1946, è gestita oggi nella terza generazione da Daniel Heiniger. (E.P.)



## SILENT, 3,100 DOUBLE STROKES PER MINUTE

Brand new: record speed, almost no noise and ultra fast-charging battery

Every groomer would like a clipper complying with noise, performance and grooming needs on small and large pets. Here it is: *Opal* is the new jewel by Heiniger AG. The company is located in the heart of Switzerland and manufactures high-quality clippers, blades and combs. It exports in over 50 countries around the world.

### PRECISION, POWER, DURABILITY

With *Opal*, Heiniger sets new standards. The clipper is almost silent and powerful at the same times, with two speed regulations. With 3,100 double strokes per minutes in second stage (2,600 in first stage), groomers can easily and quickly slide through dirt and thick fur. The most recent technology in lithium-ion battery ensures cordless grooming for over 240 minutes. The integrated charge indicator shows easily the remaining time. The battery can be fully charged in just one hour. *Opal* is small and light, ergonomically modern and perfectly fits the hand: groomers can work at ease.

*Opal* is developed and manufactured in Switzerland. Precision, power, durability and thorough quality control are the priorities of Heiniger products. The company, born in Herzogenbuchsee in 1946, is now managed by the third generation with Daniel Heiniger.

# Il kit più utile per i viaggi con il pet

**Dal trasportino alla ciotola pieghevole, rapida panoramica di una gamma pensata per gli spostamenti con animali al seguito**



Sia che si tratti di brevi tragitti (ad esempio per andare dal veterinario) o che si parta per le vacanze, il proprietario pet deve avere con sé tutto il necessario. E il negozio deve tenersi pronto a soddisfare tutte le richieste. Per questo Vitakraft propone un'ampia gamma di prodotti specifici pensati per le trasferte con i propri animali.

## Indispensabile il trasportino

Tra gli accessori più richiesti ci sono i trasportini in plastica, atossici, resistenti e facilmente lavabili sono disponibili in vari colori e misure e adatti a gatti e cani di piccola e media taglia. Se l'animale è di taglia small c'è anche l'esclusivo e pratico trasportino pieghevole in nylon, con doppia apertura, sia frontale che superiore e una doppia possibilità di trasporto, con maniglia o con tracolla. Grazie al tessuto in rete mesh l'animale ha la possibilità di vedere ciò che lo circonda e ha la massima circolazione d'aria. Il trasportino è dotato di comode tasche laterali, un fondo removibile e può essere ripiegato completamente occupando pochissimo spazio.



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



## L'igiene viaggia in auto

All'interno dei trasportini è sempre consigliabile inserire tappetini assorbenti. Tra gli ultimi nati da Vitakraft ci sono i tappetini igienici multistrato super assorbenti con carbone attivo. Lo strato superiore assorbe l'umidità, mentre quello inferiore, completamente impermeabile, la trattiene evitando di bagnare la superficie sottostante. La speciale combinazione con carbone attivo garantisce un'aria più sana, elimina i cattivi odori e riduce la loro formazione in modo naturale.

Per i viaggi in automobile, il pet shop può proporre tanti altri accessori specifici. C'è il coprisedile per auto, resistente e impermeabile, si aggancia in un attimo ai poggiatesta e protegge i sedili posteriori da sporco, peli, graffi e odori. C'è poi la cintura di sicurezza per cani che consente di agganciare il collare (o meglio la pettorina) ai blocchi delle cinture posteriori. Infine c'è la barriera per auto, un accessorio universale dotato di capienti tasche porta oggetti e facile da collocare grazie alle fettucce in nylon.



## Una sosta per dissetarsi... e divertirsi

Naturalmente più il viaggio è lungo e più occorre un adeguato numero di soste. Per questi pit stop il negozio può consigliare la Ciotola da viaggio doppia in silicone, perfetta per contenere cibo e acqua. Grazie allo strap in velcro le ciotole si possono staccare per una facile pulizia; dopo l'uso, si ripiegano su se stesse con una semplice pressione della mano e si richiude l'astuccio con la zip.

Per dissetare i nostri amici c'è anche la borraccia da viaggio con vaschetta e con valvola di gomma sul tappo che impedisce perdite d'acqua.



Sulla scelta del cibo da proporre ai pet in queste situazioni, l'assortimento Vitakraft di alimenti e soprattutto di snack, offre infinite possibilità al cliente e al pet shop, che possono conoscere tutto l'assortimento navigando nel sito [Vitakraft.it](http://Vitakraft.it)

Una volta usciti a fare una sgambatina sono indispensabili i sacchetti ecologici e il catalogo dell'azienda offre un'ampia linea di dispenser e sacchetti di vari formati e dimensioni. Il negozio può consigliare quelli biodegradabili, per rispettare l'ambiente al 100%.

La gamma *Enjoy Your Summer* comprende anche tanti giochi per divertirsi all'aria aperta, prodotti per comfort, tappetini rinfrescanti, piscine, shampoo, salviette antibatteriche, accessori per l'igiene, display dedicati e tanto altro. Per scoprire tutta la linea estiva [www.vitakraft.it](http://www.vitakraft.it) o chiedete a Vitakraft l'invio via email del catalogo specifico. (C.G.)



## USEFUL KIT FOR TRIPS WITH PETS

From per carrier to collapsible bowl, quick overview of the range dedicated to travelling with pets

Whether it is a short trips (for example to veterinarian visit) or holidays, pet owners must travel with everything they need. Retailers must be ready to meet their requests. That is why Vitakraft offers a broad range of specific products dedicated to travelling with pets.

### PET CARRIER IS ESSENTIAL

Among the most wanted accessories there are plastic pet carriers: non-toxic, resistant and easy to wash. They are available in various colours and sizes and suited for cats and medium-small dogs. For small pets there is also the collapsible nylon pet carrier: double door (front and upper) and two carrying choices (shoulder strap or handle). Thanks to mesh net fabric, pets can see what is around them and enjoy the best air flow. The carrier is equipped with comfortable side pockets, removable bottom and it can be fully folded taking little space.

### HYGIENE IN THE CAR

It is always better to place absorbing pads inside pet carriers. Among the latest products by Vitakraft there are multi-layer sanitizing pads, extra absorbing with active coal. The upper layer absorb dampness, while the lower rainproof layer prevents liquid from wetting the carrier. The special combination with active coal ensures a healthier air, removes foul odours and naturally reduces their formation.

There are plenty of accessories for trips in the car. There is the seat cover, resistant and rainproof. It can be easily fixed to the headrest and protect the back seats from dirt, fur, scratches and odours. Moreover, there is the safety belt for dogs, which allows to fasten the collar (or better the harness) to back seat belts. There is also the dog barrier: the universal accessory with broad pockets, easy to place thanks to nylon bands.

### TIME TO DRINK...AND HAVE FUN

The more a journey is long the more it is necessary to take a break. The double silicone bowl for food and water is recommended for such pit stops. Thanks to Velcro straps, bowls can be separated to be cleaned. After use, they can be folded by pressing with the hand and closed. There is also the water bottle with tray and rubber valve on the lid to prevent leaking water. Vitakraft also offers a range of food and treats: the full range is available on [Vitakraft.it](http://Vitakraft.it)

Poo-bags are necessary during walks. Vitakraft catalogue offers a broad line of bag dispenser and poo bags of various sizes and shapes. Retailers can recommend biodegradable bags, 100% eco friendly. *Enjoy Your Summer* range also includes plenty of outdoor toys, comfort products, cooling pads, pools, shampoos, antibacterial wipes, hygiene products, specific displays and more.



# Tutti gli strumenti per lo stripping

**Per ottenere risultati con questa tecnica servono utensili studiati ad hoc, per ridurre anche lo sforzo fisico del toelettatore**



Letteralmente la parola “stripping” significa strappare il pelo, tuttavia non si tratta di una tecnica dolorosa, consistendo semplicemente nell’eliminare il pelo “morto” ossia quello maturo, che ha già concluso il suo ciclo vitale.

Se correttamente esercitato, infatti, lo stripping ha la funzione di rigenerare il pelo in modo naturale, soddisfacendo un’esigenza indispensabile per i cani che vivono in appartamento, quella di sostituire il processo naturale di caduta del pelo.

Questa tecnica viene effettuata a mano o con l’ausilio di coltellini speciali privi di lame rimuovendo il pelo morto con un’azione meccanica costante. Richiede un’esperienza particolare da parte del toelettatore, che deve innanzitutto saper valutare se il pelo è maturo e pronto per essere rimosso: se così non fosse lo stripping causerebbe irritazione della pelle e dolore all’animale.

È un lavoro abbastanza complicato e faticoso perché richiede una buona forza delle mani e l’impegno di una notevole quantità di tempo, perché si asportano pochi ciuffi alla volta. Si conclude con il “fine stripping” ovvero il taglio coi coltellini in modo da garantire che il pelo sia omogeneo su tutto il corpo, con lunghezze diverse tra muso, zampe, coda e tronco.

Con questa tecnica oltre a far risaltare tutte le peculiarità del soggetto, come la muscolatura e l’espressione del muso, si aiuta la salute di pelle e pelo. Ha anche la funzione di lasciare inalterati i colori del mantello che altrimenti perderebbero di intensità nel caso di interventi con la macchinetta tosatrice, solitamente usata per il taglio degli altri tipi di pelo. Quindi, utilizzare gli strumenti adeguati aiuta a ottenere i migliori risultati.



**CESARANO SAS**  
tel. 0818507330  
www.cesarano.it  
info@cesarano.it

## Strumenti dello stripping e loro funzioni

- **Pietre ovali** - possono essere utilizzate per lo stripping oppure come strumento di rifinitura per rimuovere i peli sciolti. Ciò che rende uniche queste pietre è che sono progettate per essere utilizzate su manti bianchi o grigi e, a differenza delle pietre da stripping tradizionali, non lasciano polvere nera sui manti chiari. Dimensioni: 8,5x4,9x2 cm.



- **Pietra Pro** - può essere utilizzata come ausilio per lo stripping manuale e anche come strumento di rifinitura per rimuovere i peli sciolti. La superficie irregolare della pietra intrappola i peli rendendola perfetta per rimuoverli da qualsiasi superficie, anche vestiti e tessuti d’arredamento. Misura 13x5x2,5 cm e presenta bordi arrotondati per una presa comoda.



- *Stick per stripping in acciaio inossidabile* - è ideale per i cani a pelo duro e si usa per la rifinitura dello stripping. Ha una comoda impugnatura morbida per ridurre l'affaticamento e prevenire vesciche o mani doloranti ed è disponibile in 2 misure.
- *Stick per stripping in pietra* - si usa per la rifinitura dello stripping in particolare dei cani a pelo duro. È molto più leggero degli stick in acciaio e presenta una comoda impugnatura morbida per ridurre l'affaticamento.



- *Ditale in gomma* - riutilizzabile più volte, è antiscivolo grazie ai fori gommati presenti lungo tutta la circonferenza. Grazie alla morbidezza del materiale, il pelo del cane non si spezza. È disponibile in cinque diverse misure ed è venduto in confezioni da 10 pezzi.



- *Coltellini da stripping Yento* - sono meticolosamente realizzati a mano da maestri artigiani per garantire che non vi siano spigoli vivi che possano danneggiare o tagliare il pelo. Hanno il manico ergonomico in legno massiccio progettato da esperti toelettatori per il massimo comfort e la minima fatica durante lo stripping. (A.C.)



## STRIPPING TOOLS

Specific tools are necessary to ensure the best result with stripping, which also ease groomer's job

Stripping is the process of pulling "dead" hair out of the dog's coat. If the technique is correct, stripping helps natural fur regeneration, which meets an essential need for dogs living in flats: replacing the natural process of hair loss.

The technique is performed by hands with special blade-free knives, which remove dead hair with constant mechanic action. It requires specific grooming skills: first of all, groomers must be capable to decide if the hair is dead and ready to be removed, otherwise stripping would cause skin irritation and pain.

It is a hard and complicated job: it requires strength and time, since it removes only a few locks at a time. It ends with "fine stripping" with knives, to make fur even all over the body with different length on muzzle, paws, tail and torso. Besides enhancing pets features such as muscle and expression, the technique supports the health of skin and fur. Moreover, it helps preserve unaltered the coat's colour: they would fade with clippers, which are usually used for other fur types. Using the right tools ensures better results.

### STRIPPING TOOLS

- *Oval stones* - they can be used for stripping or as finishing tool to remove loose hair. They are designed for white or grey coats. Unlike traditional stripping stones, they do not leave black powder on white coats. Size: 8.5x4.9x2 cm.
- *Pro Stone* - it can be used to support hand stripping or as finishing tool to remove loose hair. The uneven surface removes hair from any surface, including clothes and furnishing fabric. Size: 13x5x2.5 cm with rounded edges for comfort grip.
- *Stainless steel stick for stripping* - it is suited for rough coats and as finishing tool. The soft handle is comfortable to ease groomers and prevent blisters or hand aches. Two sizes are available.
- *Stone stick for stripping* - it can be used as finishing tools on rough coats in particular. It is lighter than stainless steel sticks and features a soft handle to reduce fatigue.
- *Rubber thimble* - reusable and non-slip thanks to rubber holes all over it. Thanks to the soft material, the hair does not break. Five sizes are available; each package contains 10 thimbles.
- *Yento stripping knives* - they are thoroughly hand-made by skilled craftsmen to ensure that there are no sharp edges damaging or cutting the hair. The ergonomic wooden handle is designed by skilled groomers to ensure the utmost comfort and the minimum fatigue during stripping.



# L'alimento rivoluzionario contro i disturbi alimentari

**La proposta sana e ipoallergenica per clienti interessati ai vantaggi di una dieta alternativa**



Un regime alimentare per cani basato sul crudo a volte può presentare qualche disagio per i proprietari, mentre una dieta esclusivamente di crocchette, alla lunga, può dare fastidio ai cani. *Tribal* offre una terza via. Cosa lo differenzia dai prodotti tradizionali? *Tribal* è un alimento rivoluzionario che rappresenta una primaria alternativa alle crocchette o all'alimentazione a crudo perché

**TRIBAL**  
FRESH  
PRESSED

è "pressato fresco", ovvero realizzato con una nuova tecnologia produttiva da *Tribal*, azienda indipendente che si propone in esclusiva per il canale specializzato.

## Il pressato a freddo

A differenza della maggior parte degli alimenti tradizionali, cotti a temperature elevate, *Tribal* impiega una cottura gentile, che preserva grandi quantità di nutrienti delle materie prime utilizzate – proteine, vitamine, minerali - così da poterle sigillare all'interno del prodotto e racchiudere quanta più bontà naturale possibile, così da fornire al cane la dieta migliore.

I plus di *Tribal* sono semplici da spiegare al proprietario pet:

- 100% carne fresca utilizzata, non sono impiegate farine;
- alta appetibilità, le basse temperature di cottura preservano aromi e sapori;
- non si gonfia nello stomaco, ma si scioglie lentamente;
- è privo di cereali;
- 100% naturale;

**TICINESE  
PETFOOD**

**TICINESE PETFOOD SRL**  
tel. 0382573789  
fax 0382575576  
www.laticinese.it  
info@laticinese.it



- contiene elevati livelli di condroprotettori;
- ipoallergenico;
- in grado di offrire una gamma che copre le diverse fasce di età.

## Non si gonfia ma si scioglie

Uno degli aspetti tecnici degli alimenti secchi estrusi tradizionali è che assorbono acqua e si gonfiano, cosa che può indurre una sensazione di malessere, flatulenza o rigurgito. Grazie alla speciale tecnologia produttiva del "pressato a freddo", le "pepite" di *Tribal*, uniche nel loro genere, si sciolgono lentamente, in modo da essere più delicate e facilmente digeribili.

La gamma *Tribal Fresh Pressed* impiega carni e pesce freschi, insieme a uova, patate dolci, erbe aromatiche ed elevate integrazioni in condroprotettori.

La ricetta quindi risulta adatta a tutti i cani, ma in particolare a quelli che soffrono di allergie, problemi dermatologici, turbe digestive e con gusti difficili.





La linea copre le esigenze di cani di tutte le taglie ed età con le sue varianti: *Puppy Fresh Turkey*, *Adult Fresh Turkey*, *Adult Fresh Salmon*, *Adult Fresh Duck*, *Senior Fresh Turkey*.

Accanto al secco, è disponibile la linea di *Salamotti Gourmet Monoproteici* con l'80% di carne: ricette semplici, 100% naturali, ipoallergeniche e complete, prodotte con carni e pesce da allevamenti e prelievi responsabili, nei gusti *Pollo*, *Tacchino*, *Anatra*, *Agnello*, *Salmone* e *Pesce Bianco*.



La linea Tribal si completa infine con la gamma di snack *Tribal Rewards*.

La linea Tribal si completa infine con la gamma di snack *Tribal Rewards*.

### Attenzione e supporto per il canale specialist

Il design del packaging è stato studiato per un grande appeal a scaffale e per sfruttare il trend salutistico dei proprietari. Per i rivenditori sono previsti materiali informativi e di approfondimento.

Anche per *Tribal*, Ticinese Petfood garantisce al pet shop tutti i vantaggi che da sempre contraddistinguono la sua offerta. Prima di tutto la focalizzazione sul canale specialist, *Tribal* non viene fornito alla GDO, alle grandi catene e ai leader e-commerce quali Amazon, Zooplus, Miscota, ecc.



L'azienda assicura una logistica interna con evasione rapida degli ordini e controllo della spedizione ed è vicina alla clientela attraverso minimi d'ordine contenuti, un'attenzione esclusiva al negoziante specializzato. (S.C.)

### REVOLUTIONARY FOOD AGAINST NUTRITION DISORDERS

The healthy and hypo-allergenic diet for customers attentive to the pros of an alternative diet

Raw food can sometimes be awkward for owners, while kibble-only diets can sometimes be annoying for dogs, in the long term. *Tribal* is the third way. What makes it different from traditional products? *Tribal* is the revolutionary food representing the primary alternative to treats or war nutrition: it is "cold pressed" according to the new technology by *Tribal*, the independent company dedicated to the specialized channel.

#### COLD PRESSING

Unlike almost all traditional pet food, which is baked at elevated temperatures, *Tribal* cooks the food gently: it preserves the nourishing substances of raw ingredients almost unaltered (proteins, vitamins and minerals). They are sealed inside the product, to provide dogs with the best diet.

*Tribal* pros are easily explained:

- 100% fresh meat, no flours;
- high palatability, since low cooking temperatures preserve aroma and flavour;
- it does not swell up in the stomach, it gently breaks down;
- it is free from cereals;
- 100% natural;
- it contains high quantities of chondroprotectors;
- hypoallergenic;
- the range covers all life stages.

#### NO SWELLING UP: IT BREAKS DOWN

One of the problems related to traditional extruded dry food is that they absorb water and bloat, causing discomfort, flatulence or sickness. Thanks to the special "cold pressing" technology, *Tribal* unique chunks gently melts, being easily digested.

*Tribal Fresh Pressed* range only uses fresh meat and fish besides eggs, sweet potatoes, herbs and chondroprotectors. The recipes is suited for all dogs, in particular those suffering from allergies, skin or digestive ailments and picky dogs.

The range covers the needs of dogs of all ages: *Puppy Fresh Turkey*, *Adult Fresh Turkey*, *Adult Fresh Salmon*, *Adult Fresh Duck*, *Senior Fresh Turkey*.

Besides dry food, there is the line of *Single-protein Gourmet Sausage* with 80% meat: simple recipes, 100% natural, hypoallergenic and complete. The recipes contain fish and meat from responsible farming and fishing: *Chicken*, *Turkey*, *Duck*, *Lamb*, *Salmon* and *White Fish*. *Tribal* range is completed by *Tribal Rewards* treats.

#### ATTENTION AND SUPPORT TO SPECIALIZED CHANNEL

The packaging design has been developed for shelf appeal and to follow the healthy trend of pet owners. Information material is available for retailers.

The advantages of Ticinese Petfood also cover *Tribal* products. First of all, the focus on the specialized channel: *Tribal* is not available for supermarkets or e-commerce web sites such as Amazon, Zooplus, Miscota etc. The company ensures quick order fulfilment and shopping control. Moreover, it supports customers with reduced minimum orders and exclusive attention to specialized retailers.



# Uno snack con tanti PRO!

Tre linee di snack morbidi, appetitosi, studiati per il loro benessere



La presa di coscienza del ruolo svolto dall'alimentazione sul benessere generale di cani e gatti, fa sì che oggi il proprietario pet richieda snack caratterizzati da effetti addizionali dovuti alla presenza di componenti che interagiscono più o meno selettivamente con una o più funzioni fisiologiche dell'organismo portando effetti positivi sul mantenimento della salute.

Come ricompensa, durante l'addestramento, per gratificare ogni buon comportamento e per rinforzare opportunamente le situazioni positive, gli snack semiumidi Cliffl Pro danno il giusto supporto in ogni

occasione, svolgendo un ruolo chiave nel mantenimento della salute del cane, con una scelta ricca e diversificata per soddisfare ogni possibile richiesta da parte del cliente.

I Cliffl Pro sono stati concepiti per favorire il benessere con tre diverse linee,



**CHEMI-VIT SRL**  
tel. 0522887959, fax 0522888200  
www.cliffl.com, info@chemivit.com



*Dietetic, No Grain Added e Functional*, confezionate in sacchetti doypack da 100 g e presentate in tray box o in porta blister da 8 pezzi. Un espositore da terra bifacciale renderà infinite le opportunità di vendita per i pet shop.

## Intolleranze?

### Dietetic Line si fa in tre

Il cliente ha un cane che manifesta problemi legati ad intolleranze alimentari? *Pro Dietetic Line* ha la risposta giusta con 3 diversi snack morbidi e gustosi studiati per la riduzione di intolleranze a ingredienti e sostanze nutritive:

- *Pro Hypoallergenic Agnello* - formulato con una sola fonte di proteine animali (dall'agnello), non contiene frumento e soia aggiunti ed è senza coloranti, conservanti e aromi artificiali aggiunti;

DieteticLine



- *Pro Hypoallergenic Vegetal* - formulato con una sola fonte di proteine vegetali ad alta tollerabilità (dalla soia), non contiene cereali, ingredienti di origine animale, coloranti, conservanti e aromi artificiali aggiunti;
- *Pro Hypoallergenic Salmone* - in una formula testata dall'Università, contiene una sola fonte di proteine animali derivata dal pesce, naturalmente ricco di Omega 3, utile per la salute di pelle e pelo. È privo di frumento, soia, coloranti, conservanti e aromi artificiali aggiunti.

### NOGRAIN Line



### Meno cereali, più salute

Per i clienti che amano seguire le tendenze che sottolineano la natura carnivora del cane, secondo cui è opportuno ridurre al massimo l'apporto di cereali nella loro alimentazione, è stato formulato *Cliffl Pro-No Grain Added* che comprende due referenze, *Pro No Grain Added Pollo* e *Pro No Grain Added Salmone*. Le due ricette sono formulate senza cereali aggiunti e contengono inulina (fonte di frutto-oligosaccaridi), prebiotico utile per favorire il benessere intestinale.

### Gustosi, ma funzionali

Al proprietario che cerca in uno snack soprattutto una caratteristica utile per l'organismo, è indirizzata *Cliffl Pro - Functional Line*. In otto diverse varianti, offre snack gustosi, ricchi di sapore e apportatori di benessere, che hanno anche una componente funzionale con benefiche proprietà su specifiche funzioni fisiologiche.

- *Pro Oral Care* contiene prezzemolo e tè verde utili per mantenere un alito fresco e gradevole in modo naturale, e tripolifosfato di sodio che contribuisce a rallentare la formazione del tartaro. Senza zuccheri, coloranti e aromi artificiali aggiunti.
- *Pro Training*, perfetto nell'addestramento e come ricompensa, è uno snack morbido con formaggio naturalmente privo di lattosio, molto appetibile e di piccole dimensioni, e con meno di 3,5 Kcal. Formulato senza coloranti, aromi artificiali e zuccheri aggiunti.
- *Pro Serenity*, appetitoso e morbido, contribuisce al relax dei cani iperattivi, ansiosi, irritabili, agitati; contiene camomilla e passiflora, rilassanti naturali, e triptofano, un aminoacido essenziale che favorisce il benessere e la tranquillità.
- *Pro Light* è morbido e saporito, ricco in fibra e povero di grassi; contiene L-carnitina e dà al cane senso di sazietà senza appesantire.
- *Pro Puppy*, particolarmente indicato per i cuccioli, ha un'ottima appetibilità, grazie al formaggio stagionato, privo di lattosio che apporta calcio e fosforo. Contiene inulina e lieviti, utili per la flora microbica intestinale e semi di lino, fonte naturale di Omega 3.
- *Pro Agility*, studiato per i cani sempre in movimento, contiene Glucosamina e Condroitina solfato per supportare le articolazioni,

### FUNCTIONAL Line



L-Carnitina come supporto alla muscolatura, al cuore e al controllo del peso, inulina per favorire la buona digestione.

- *Pro Longevity* contribuisce a proteggere l'organismo dall'azione negativa dei radicali liberi. Contiene 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) ed inulina (fonte di frutto-oligosaccaridi) per una corretta digestione.
- *Pro Immunity* contribuisce a mantenere il cane vitale e in forma. Contiene vitamine antiossidanti ed Echinacea, per limitare l'ossidazione cellulare e rinforzare il sistema immunitario. (G.P.)



## PRO TREATS!

Three lines of soft, palatable treats developed for their well-being

Owners are aware that nutrition affects the general well-being of cats and dogs. That is why they look for treats and ingredients with positive effects on one or more functionality of the organism, in order to preserve the pet healthy.

As reward, during training, *Cliffi Pro* half-wet treats provide the right support in any occasion. They play a key role in preserving dogs' health, with a broad and varied choice to meet all possible demands from customers.

*Cliffi Pro* treats are designed to support well-being with three different lines: *Dietetic*, *No Grain Added* and *Functional*. They are available in 100g doy packs and tray box or blister rack with 8 pieces. Two-face floor display will ensure endless selling chances for specialized shops.

### INTOLERANCE? DIETETIC LINE SPLITS IN THREE PRODUCTS

What if dogs suffer from ailments related to food intolerance? Pro Dietetic Line has the right answer with three soft and tasty treats designed to reduce intolerances to ingredients and nourishing substances:

- *Pro Hypoallergenic Lamb* - with a single source of animal proteins. No added wheat or soy, free from added colouring, preserving and artificial flavouring agents;
- *Pro Hypoallergenic Vegetal* - with a single source of tolerable proteins (soy), no cereals, ingredients of animal origins or added colouring, preserving and artificial flavouring agents;
- *Pro Hypoallergenic Salmon* - the formula has been University tested. It contains a single source of animal proteins from fish and it is naturally rich in omega 3, useful for the health of skin and fur. It is free from wheat, soy, added colouring, preserving and artificial flavouring agents;

### LESS CEREALS, MORE HEALTH

Dedicated to customers willing to enhance dogs' carnivorous nature, reducing the intake of cereals: *Cliffi Pro-No Grain Added* includes two products: *Pro No Grain Added Chicken* and *Pro No Grain Added Salmon*. The recipes have been developed without added cereals and contain inulin (source of fructo-oligosaccharides), the prebiotic promoting intestinal well-being.

### TASTY AND FUNCTIONAL

Some owners look for treats with useful effects on the organism. For them there is *Cliffi Pro - Functional Line*. Eight different products, tasty treats that provide well-being as well as a functional ingredient with beneficial effect on specific physiological functionalities.

- *Pro Oral Care* contains parsley and green tea to preserve fresh breath naturally, plus sodium tripolyphosphate to slow down tartar. Free from added artificial colouring, flavouring agents and sugar.
- *Pro Training*, the perfect training reward. The soft treat contains lactose-free cheese. It is small, palatable and featuring less than 3.5 Kcal. It is free from artificial added flavouring, colouring agents and sugar.
- *Pro Serenity*, palatable and soft. It promotes the relax of hyperactive, anxious, irritable and upset dogs. It contains chamomile and passion flower (natural relaxing substances) and tryptophan, an essential amino acid promoting well-being and tranquillity.
- *Pro Light* soft and tasty, rich in fibre and low on fats. It contains L-carnitine and provides satiety without overloading the dog.
- *Pro Puppy*, particularly suited for puppies. Excellent palatability thanks to lactose-free aged cheese, which provides calcium and phosphorus. It contains inulin and yeasts, useful for the intestinal microbial flora, and linseeds, natural source of omega 3.
- *Pro Agility*, dedicated to active dogs. It contains glucosamine and chondroitin sulphate to support articulations, L-Carnitine to support muscles, heart and weight control, inulin to promote correct digestion.
- *Pro Longevity* it protects the organism from free radicals. It contains antioxidants (vitamins 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.
- *Pro Immunity* helps preserve dogs lively and healthy. It contains antioxidating vitamins and echinacea, to reduce cell oxidation and strengthen the immune system.



# Proteine 3 volte superiori rispetto al fresco

**Per i clienti che apprezzano i superfood: carne disidratata e riso con canapa, broccolo, olio di camelina e alghe, in veste nuova**



Ricetta chiara ed essenziale, nuovi imballi e importanti novità nella formulazione *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula – Noble Grain*, distribuita da marzo ai pet shop. La linea, suddivisa per taglia, età e stile di vita del cane, è formulata con una sola fonte proteica animale disidratata per un maggior apporto di nutrienti, un solo cereale nobile di alta qualità e ingredienti innovativi come i superfood della tradizione mediterranea.



## Carne, riso, alghe e olio di camelina

La ricetta conferma l'inclusione di carne disidratata, ottenuta attraverso uno specifico processo di cottura che elimina circa il 60% di acqua, rimuove batteri, virus e parassiti. Il risultato è un prodotto con una concentrazione proteica di circa tre volte superiore rispetto alla carne fresca, a parità di peso.

Rimane l'utilizzo delle proteine di pollo, agnello e tonno, alle quali si aggiunge il gusto manzo. Viene inoltre impiegato solo il riso, cereale nobile di alta qualità, senza utilizzo di mais, frumento e soia.

Un plus sono i superfood: canapa, broccolo e olio di camelina - ingrediente novità, definito

**Dorado**

**DORADO SRL**  
tel. 042659140, fax 0426308158  
[www.exclusion.it](http://www.exclusion.it)  
[infoservice@exclusion.it](mailto:infoservice@exclusion.it)



dalla fitoterapia un vero elisir - ricco di vitamina E, antiossidante in grado di proteggere le cellule dai radicali liberi, migliorare la funzione immunitaria e prevenire le malattie cardiache. Un altro plus è l'inclusione di alghe *Euglena gracilis*, ricche di acidi grassi polinsaturi essenziali Omega 6 e Omega 3 e beta-glucani per rafforzare le difese immunitarie e promuovere il benessere dell'organismo. La ricetta è made in Italy e cruelty free ed è preservata con antiossidanti naturali. (A.L.)

### 3 TIMES MORE PROTEIN COMPARED TO FRESH PRODUCT

Dedicated to superfood lovers: dehydrated meat and rice with hemp, broccoli, gold-of-pleasure oil and seaweed, and a new look

Clear and essential recipes, new packaging, new formula: *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain* is available since March to specialized shops. The line is divided according to age, size and life style of dogs. It contains a single dehydrated animal protein source for an increased intake of nourishing substances, a single noble and high-quality cereals and innovative ingredients such as Mediterranean superfood.

#### MEAT, RICE, SEAWEED AND GOLD-OF-PLEASURE OIL

The recipe includes meat dehydrated through a specific cooking process: it removes 60% water, bacteria, virus and parasites. The final product contains three times more proteins compared to fresh meat for the same weight. There are still chicken, lamb and tuna proteins, plus beef. There is rice, high-quality noble cereal, and no corn, wheat and soy.

It also contains superfood ingredients: hemp, broccoli and gold-of-pleasure oil. Gold-of-pleasure oil is a new ingredient, a phytotherapeutic elixir: it is rich in vitamin E, antioxidant and protects cells from free radicals; moreover, it improves the immune functionality and prevents heart diseases. *Euglena gracilis* algae are rich in omega 3 and 6 polyunsaturated essential fatty acids and beta-glucans, to strengthen the immune defences and promote the well-being of the organism. The recipe is made in Italy and cruelty free. Moreover, it is preserved with natural antioxidants.

# La mascherina perfetta da vendere nel tuo pet shop



**Pensata per i pet shop - da un marchio che li conosce molto bene - arriva la mascherina brevettata per bloccare il droplet**

In momenti delicati come quello stiamo vivendo, sta al negoziante “inventarsi” il suo business inserendo in assortimento anche prodotti non propriamente per gli animali da compagnia. Ecco perché può essere interessante promuovere la vendita di mascherine, un articolo che nei mesi scorsi è andato a ruba e che continua a essere richiesto dalla clientela.



## Dalla solidarietà un'idea per il business

Un marchio molto noto del nostro settore, MyFamily di Valenza, ha deciso di progettare e realizzare una mascherina in tessuto, STOPDROPLET™. L'idea nasce da un'iniziativa solidale. Nel momento più critico dell'epidemia da Covid-19, MyFamily ha deciso di donare 30.000 mascherine sia alle Istituzioni che ai cittadini. Successivamente, il titolare Alessandro Borgese percependo l'enorme richiesta di questo prodotto, ha deciso di fare un altro passo in avanti e ha pensato a un modello più efficace e comodo rispetto a quelle in tessuto esistenti, in modo da



**MYFAMILY SRL**  
 tel. 0131950063  
[www.stopdroplet.it](http://www.stopdroplet.it)  
[customer@stopdroplet.it](mailto:customer@stopdroplet.it)



tutelare meglio chi la indossa. Con il supporto di uno staff dedicato si è messo subito all'opera, valorizzando l'esperienza sartoriale ed ingegneristica per arrivare a progettare una mascherina in tessuto innovativa, STOPDROPLET™.



Prodotta interamente a mano in Italia, STOPDROPLET™ è una mascherina ergonomica in tessuto con un trattamento idrorepellente ad alte prestazioni, che aiuta a contenere la diffusione di droplet potenzialmente infetti proteggendo allo stesso momento sia la persona che la indossa sia chi gli sta attorno, in ogni momento: la passeggiata con il cane, la spesa quotidiana, l'appuntamento dal tolettatore....

## Ognuno decide come indossarla

Il droplet è il fenomeno delle goccioline generate quando si parla, tossisce o starnutisce.





## SI USA E SI RIUSA

*SILVERDROPLET* è l'igienizzante specifico per mascherine in tessuto, formulato con ingredienti a efficacia antibatterica, con aloe biologica e argento attivo. Dopo ogni uso, una volta rimossa la mascherina *STOPDROPLET™*, è possibile igienizzarla con *SILVERDROPLET* per poterla usare fino a 50 volte. La composizione deriva da uno studio condotto dalla Prof.ssa Daniela Gaudiello docente aggiunto del Dipartimento di Chimica dell'Università di Torino.

## USE IT AGAIN AND AGAIN

*SILVERDROPLET* is the specific sanitizer for fabric face masks, developed with antibacterial ingredients, organic aloe and active silver. After use, once *STOPDROPLET™* is removed, it can be sanitized with *STOPDROPLET*: it can be used up to 50 times. The formula is the result of a study carried out by Daniela Gaudiello, adjunct Professor at Chemical Department, University of Turin.

La via primaria di trasmissione da Coronavirus sono le goccioline del respiro delle persone infette. Ma il droplet è anche la via di contagio principale di molti altri virus, basti pensare al raffreddore o alla comune influenza. *STOPDROPLET™* è una mascherina facciale igienica per la protezione delle alte vie respiratorie che, indossata correttamente, aiuta a bloccare i droplet piccoli fino a 5 micron (le classiche goccioline generate da tosse e starnuti). Si può indossare a lungo, oltre 8 ore di morbido comfort grazie alle particolari plissettature e all'elasticità del tessuto. Il vantaggio è che è riutilizzabile fino a 50 volte: dopo ogni uso, una volta rimossa la mascherina, è possibile igienizzarla con *SILVERDROPLET* fino a cinque volte prima di dover procedere al lavaggio.

Grazie al velcro elastico e agli occhielli presenti sulla mascherina è possibile modificare in un attimo il modo di indossarla. Sarà possibile decidere se fermarla dietro le orecchie o dietro la testa, e se la si vuole più o meno aderente alla faccia. Che la si indossi sul posto

di lavoro, durante l'attività sportiva, all'uscita del parrucchiere o nella quotidianità degli spostamenti o dello shopping, si ha sempre la vestibilità adeguata alla situazione.



Inoltre, utilizzando il lembo posizionato sotto il mento si può evitare di toccare il tessuto della mascherina durante la vestizione e i piccoli gesti quotidiani (bere, mangiare o assumere un medicinale) proteggendola da sporco e eventuali contaminazioni presenti sulle mani. (S.A.)

## THE PERFECT FACE MASK FOR PET SHOPS

Dedicated to specialized shops - developed by a company that knows them well - here is the patented droplet-blocking face mask

In critical moments as the one we are currently experiencing, retailers also need to "reinvent" their business, offering products not strictly related to pets. That is why it might be a good idea to promote the sale of face mask. Face masks went sold out in the past months, and there is still a high demand for them.

### BUSINESS IDEA FROM SOLIDARITY

A famous brand in the pet sector, *MyFamily* from Valenza, decided to design and develop a face mask made with *STOPDROPLET™* fabric. The idea was born after a solidarity initiative. During the most critical period related to Covid-19 pandemic, *MyFamily* donated 30,000 face mask to both citizens and government. Later on, due to the great demand for the product, founder Alessandro Borgese decided to take another step forward and studied a most effective and comfortable model compared to existing fabric face mask, in order to ensure increased protection. In collaboration with a pool of experts, the innovative fabric face mask was born: *STOPDROPLET™*. *STOPDROPLET™* is hand made in Italy: the ergonomic face mask is made of a special performing fabric with waterproof treatment, which helps block

potentially infective droplet. It protects the person wearing the mask and the people around at the same time: walking with dogs, daily shopping, at the grooming centre...

### EVERYONE DECIDES HOW TO WEAR IT

Droplet is a small amount of liquid emitted coming out of the mouth when people speak, cough or sneeze. Droplet is also the main way to spread several viruses, such as common cold or flu. *STOPDROPLET™* is the hygienic face mask that helps block small droplets up to 5 micron (traditional droplets from cough and sneeze). The face mask can be worn over 8 hours and ensures comfort thanks to special pleating and elastic fabric. Moreover, the mask can be used up to 50 times: after each use, the face mask can be sanitized with *SILVERDROPLET* five times before washing it.

Thanks to the elastic Velcro and loop on the mask it is possible to fasten it behind ears or behind the head: vestibility ensured at any time. Moreover, the strip under the chin makes sure that it is not necessary to touch the mask fabric while wearing it or during small gestures (drink, eat or take medicine). This ensures protection from dirt or contamination on hands.



# Come premiare il cane in modo sano

**Monoproteiche e senza glutine, ecco le ricompense fuori pasto adatte anche ai cani allergici e/o sensibili**



Per il cliente che cerca la novità nell'ambito degli snack e dei fuoripasto, l'estate ha portato con sé il lancio di un nuovo prodotto nato da un marchio molto conosciuto e prestigioso del pet food, *Happy Dog*. Una novità che fa leva su un duplice stimolo alla vendita: da un lato, una ricetta gustosa e con ingredienti di qualità; dall'altro, l'aspetto emozionale dato dalla forma a cuore della linea *Soft* (in sei varietà), mentre la linea *Meat* (in quattro varietà) si presenta nella veste dei più tradizionali bastoncini.

## Un cuore in sei varianti

Le morbide leccornie a forma di cuore *Happy Dog Sensible Soft Snack* sono disponibili in speciali bustine ermetiche, per una freschezza duratura. Gustose e pratiche, sono ideali per cani adulti di media e grossa taglia, sia come premio durante l'addestramento, sia come semplice leccornia o come intermezzo fra i pasti. Altamente digeribili, non contengono zuccheri aggiunti né conservanti chimici.



Sono caratterizzate da un'unica fonte proteica animale (eccetto *Soft Snack Toscana* e *Soft Snack Ireland*) e sono senza glutine, quindi possono essere somministrate anche a cani particolarmente sensibili, dallo stomaco e intestino delicati. E la loro forma a cuore non passa inosservata!



**REBO SRL**  
[www.happydog.it](http://www.happydog.it)  
[www.happycat.it](http://www.happycat.it)  
[info@happydog.it](mailto:info@happydog.it)

La linea è disponibile in sei varietà:

- *Happy Dog Soft Snack Neuseeland*, con agnello e riso altamente digeribile, senza grano e senza glutine;
- *Happy Dog Soft Snack Africa*, con struzzo e patate, senza cereali e senza glutine;
- *Happy Dog Soft Snack France*, con anatra, senza cereali e senza glutine;
- *Happy Dog Soft Snack Ireland*, con salmone e coniglio, senza grano e senza glutine;
- *Happy Dog Soft Snack Montana*, con cavallo e patate, senza cereali e senza glutine;
- *Happy Dog Soft Snack Toscana*, con anatra e salmone, senza grano e senza glutine.



## Per i veri amanti della carne

Proteine animali di alta qualità e carne delicatamente disidratata sono le caratteristiche delle ricette della linea *Happy Dog Sensible Meat Snack* per cani adulti. La carne contenuta proviene dai dintorni dell'azienda a Wehringen, in Baviera, il che rende la produzione di queste leccornie responsabile e sostenibile.

Senza cereali e con una singola fonte proteica, questi snack possono essere somministrati anche a cani particolarmente sensibili, affetti da intolleranze, allergie alimentari o dallo stomaco delicato. La formulazione è priva di zuccheri aggiunti e conservanti chimici.



Gli snack *Happy Dog Sensible Meat* sono piccoli e pratici, somministrabili sia come premio durante l'addestramento, sia come semplice leccornia, e sono disponibili in speciali bustine ermetiche, per una freschezza duratura. La linea propone quattro varietà:

- *Happy Dog Meat Snack Black Forest*, con carne di cavallo e patate prive di glutine;
- *Happy Dog Meat Snack Bavaria*, con carne di manzo e patate prive di glutine;
- *Happy Dog Meat Snack Grassland*, con carne di agnello e patate prive di glutine;
- *Happy Dog Meat Snack North Sea*, con carne di anatra e patate prive di glutine.

# HAPPY DOG

All you feed is love

## HEALTHY REWARDS FOR DOGS

Single protein and gluten free: here are the treats suited for allergic and/or sensitive dogs as well

Dedicated to customers looking for innovation as far as treats are concerned. Summer introduced new products from a well-known brand in pet food, *Happy Dog*. The new products rely on two sales incentive: a tasty recipe with quality ingredients, plus an emotional look thanks to their shape. *Soft* line (six recipes) features a heart shape, while *Meat* line (four recipes) comes in traditional sticks.

### A HEART IN SIX RECIPES

Soft and heart-shaped *Happy Dog Sensible Soft Snack* are soft delicacies in special airtight pouches to ensure long-lasting freshness. Tasty and handy, they are suited for adult medium-large dogs as reward during training or as simple delicacies or in-between meals. They are extremely digestible and do not contain added sugar or chemical preservatives. They feature a single animal protein source (except *Soft Snack Toscana* and *Soft Snack Ireland*) and they are gluten free: they can be fed to dogs with sensitive stomach or intestine. Moreover, their heart shape never goes unnoticed!

Six recipes are available:

- *Happy Dog Soft Snack Neuseeland*, with digestible lamb and rice, without wheat and gluten;
- *Happy Dog Soft Snack Africa*, with ostrich and potato, without cereals and gluten;
- *Happy Dog Soft Snack France*, with duck without cereals and gluten;
- *Happy Dog Soft Snack Ireland*, with salmon and rabbit, without wheat and gluten;
- *Happy Dog Soft Snack Montana*, with horse and potatoes, without cereals and gluten;
- *Happy Dog Soft Snack Toscana*, with duck and salmon, without wheat

### FOR REAL MEAT LOVERS

High-quality animal proteins and gently dehydrated meat are the features of *Happy Dog Sensible Meat Snack* for adult dogs. Meat comes from the company's surroundings in Wehringen, Bavaria: production is responsible and sustainable delicacies. Thanks to a single protein source and to no cereals, such treats can be fed to sensitive dogs, suffering from intolerances, allergies or with delicate stomach. The formula is free from added sugar and chemical preservatives.

*Happy Dog Sensible Meat* are small and handy, useful as reward during training or as simple delicacy. They come in special airtight pouches for long-lasting freshness. The line features four recipes:

- *Happy Dog Meat Snack Black Forest*, with horse and gluten free potatoes;
- *Happy Dog Meat Snack Bavaria*, with beef and gluten free potatoes;
- *Happy Dog Meat Snack Grassland*, with lamb and gluten free potatoes;
- *Happy Dog Meat Snack North Sea*, with duck and gluten free potatoes.



# ABBANDONARMI È UN REATO.



# TESTIMONIA!

ABBANDONARE UN ANIMALE NON È SOLO UNA CRUDELTÀ, MA UN REATO PUNIBILE ANCHE CON L'ARRESTO. SE VEDI COMMITTERLO, CHIAMA I SOCCORSI, SEGNALA E TESTIMONIA. SARAI LA COSCIENZA DI CHI NON CE L'HA.



Ente  
Nazionale  
Protezione  
Animali

[www.enpa.it](http://www.enpa.it)

# Selvatico e sostenibile

**Carne di maiale iberico, una scelta ecofriendly a partire dal packaging**



BEWITAL presenta le sue novità per il pet shop, per soddisfare la voglia dei clienti di proporre gusti sempre diversi ai loro animali, in nuovi packaging rispettosi dell'ambiente.

*BELCANDO® Adult Iberico & Rice* è una ricetta con freschissima carne di maiale iberico che permette di offrire nel vostro assortimento un'ulteriore varietà senza pollame o carne di manzo. La particolarità dei maialini neri è che vivono semibradi nella Spagna meridionale e occidentale e grazie a molto esercizio fisico e a un lento ingrasso a base di ghiande ed erbe, sviluppano un gusto unico.

La ricetta, arricchita con riso facilmente digeribile, è adatta anche a cani sensibili.

Questo ingrediente di grande qualità è anche alla base degli umidi in lattina *Iberico con Ceci & Mirtilli rossi* e *Salmone & Pollo*.



## Più bello e sostenibile

Nuovo design per l'assortimento di base *BELCANDO®* e le bustine salva freschezza, con un packaging dotato di zipper richiudibile, pratico per i formati da 10 e 12,5 kg. Argomenti di vendita? Le ricette rimangono invariate con un'alta percentuale di carne fresca e i migliori ingredienti. Il packaging, che è stato testato dal Fraunhofer Institute e ha ricevuto il sigillo *Made for Recycling* da Interseroh, è sostenibile, può essere riciclato e offre la massima protezione al prodotto. Tutte le confezioni *BELCANDO®* hanno ora un aspetto più uniforme, moderno e accatti-

**BEWITAL**  
petfood

**BEWITAL PETFOOD**  
[www.bewital-petfood.com](http://www.bewital-petfood.com)  
[www.belcando.com/it](http://www.belcando.com/it)  
[info@bewital-petfood.com](mailto:info@bewital-petfood.com)



vante, dallo scaffale del pet shop. BEWITAL inoltre offre numerosi e potenti supporti alla vendita e soluzioni individuali come ulteriore sostegno. (M.C.)



## WILD AND SUSTAINABLE

New flavour from Spain, eco-friendly choice for packaging as well

With its news for specialized shops, BEWITAL pleases customers looking for new flavours for pet food and new eco-friendly packaging.

Here is new *BELCANDO® Adult Iberico & Rice* with fresh Iberian pork: broader choice without poultry or beef. Black pigs live nearly wild in southern and western Spain. Thanks to plenty of physical exercise, a slow fattening and a diet based on acorns and herbs, their flavour is unique. The recipe is supplemented with digestible rice and suited for sensitive dogs as well.

Fine Iberian pork is also the ingredient of wet canned food *Iberico with Chickpeas and Cranberries* and *Salmon & Chicken*.

### MORE BEAUTIFUL AND SUSTAINABLE

New design for *BELCANDO®* range and freshness-preserving pouches with re-sealable fastening, suited for 10 and 2.5 kg bags. Selling points? Recipes are unaltered with elevated percentage of fresh meat and the best ingredients. The packaging was tested by Fraunhofer Institute and also received *Made for Recycling* seal by Interseroh. It is sustainable, it can be recycled and offers the utmost product protection.

All *BELCANDO®* packages now look uniform, modern and captivating in shop. Moreover, BEWITAL also offers several and powerful selling tools and individual support solutions. *Mia Pet* is available in two trendy colours: aquamarine and coral red.

# IL KERRY BLUE TERRIER

in collaborazione con Paola Acco

### La razza: origini e aspetto

Il KBT è un cane delle cui origini sappiamo poco, salvo che è sempre stato con il "popolo", contadini o pastori, e che non è salito di classe, nei salotti. Come per le altre razze di terrier irlandesi, si presume che il Kerry Blue sia vissuto in Irlanda per secoli, ma a causa delle sue origini di cacciatore di topi e di cane da fattoria "tutto fare", sia apparso raramente nelle cronache a causa del suo umile impiego.

Si suppone fosse molto diffuso nel Kerry, ma si sia sparso anche nelle altre contee. Il Kerry Blue non comparve in esposizione prima del 1913 e il Club che lo riguarda fu creato a Dublino nel 1920. Divenne popolare così velocemente - era la mascotte dei patrioti irlandesi - che in breve tempo vi furono quattro club per promuoverne gli interessi; fra il 1922 e il 1924, questi club sponsorizzarono non meno di sei esposizioni. Verso il 1928, il valore di questo terrier armonioso e impressionante per il suo aspetto nero bluastro venne scoperto dal mondo intero, e la sua reputazione di ottimo cane da lavoro e da compagnia concordò con il giudizio secondo il quale la razza era "ben vicino alla perfezione".

*"Possa il vento essere sempre alle vostre spalle e un Kerry Blue alla fine del vostro viaggio"* dice un famoso detto irlandese.

Nell'aspetto presenta un tronco muscoloso e ben sviluppato, la testa lunga e asciutta che termina con stop leggero, muso e mascelle forti, profonde e solide. Il tartufo di questa razza è nero, gli occhi se non neri, il più possibile di colore scuro, piuttosto piccoli, piccole anche le orecchie e a forma di "V". La coda ha un'attaccatura alta e viene portata dritta. Il pelo è setoso, dolce, abbondante e ondulato e la tonalità tipica della razza è importante, anche se si accettano tutte le colorazioni di blue. Di indole coraggiosa e intelligente, sono eccellenti guardiani e facilmente addestrabili per quanto non sempre lineari nel comportamento con altri cani. È un cane molto tranquillo e pulito in casa, data l'inesistente perdita di pelo e scarsità di odore, il che ne fa il compagno perfetto anche per igienisti e allergici. Ama giocare con i bambini sempre in modi intelligenti, cerca molto le coccole e le occasioni di giocare.

### Bagno e asciugatura

Per mantenere il pelo in ottime condizioni ha bisogno di lavaggi frequenti almeno ogni quindici giorni, negli esemplari da esposizione meglio se settimanali. Uno shampoo volumizzante e una maschera che aiuti a rendere il pelo ben pettinabile sono i prodotti da preferire. Dopo lo shampoo risciacquare abbondantemente, poi applicare la maschera, durante la cui posa è fondamentale pettinare con un pettine a denti larghi la sola zona del tronco fino al collo per eliminare i nodi ed evitare che in fase di asciugatura si debba spazzolare. Risciacquare abbondantemente. Usare dapprima un aspira liquidi, quindi un soffiatore eliminando solo l'acqua in eccesso, con attenzione soprattutto alla zona del tronco, avendo cura di non spazzolare per poter preservare il pelo secondario, che servirà a rendere l'effetto ondulato (a differenza ad esempio del lagotto, il KBT non è un vero riccio). Quindi coprire con un asciugamano il corpo e puntare il phon senza far aprire il pelo. A fine asciugatura il mantello risulterà compatto, mentre zampe, coda e barba si possono stirare.



c/o Elite Toelettatura di Carella Vincenzo  
tel. 3295728745  
elitetolettatura@yahoo.it



## Taglio

Scegliete l'attrezzatura idonea per la toelettatura:

- forbici diritte, curve, dentate e chunkers;
- tosatrice con lame 40-15-10-7f;
- spruzzino con acqua e un buon condizionatore volumizzante.

Il Kerry Blue ha un pelo molto particolare, che cambia colore, nascono neri e i primi cambiamenti si notano intorno ai 15 mesi, da nero diventa rossiccio e poi incomincia a colorarsi di blu. Generalmente inizia dalle zampe posteriori (nella parte dell'angolazione posteriore). Il procedimento lavorativo sul pelo dal punto di vista delle linee è uguale per le gare di toelettatura e di bellezza, sebbene il risultato sia un po' diverso: cambia la lunghezza del pelo, in esposizione i giudici richiedono un manto più abbondante, al contrario nelle gare di toelettatura si preferisce un cane più rifinito.

Esaminiamo oggi la versione per la gara di toelettatura: il tempo di esecuzione è di 2 ore 30.

In fase di preparazione ai pregiudizi si fanno le rasature, interno orecchio e sotto il piede con lama 40, poi l'interno coscia con la 10 mettendo in evidenza solo il muscolo, che deve sembrare un triangolo scaleno, a seguire tutte le parti igieniche.

Con la 40 si procede alla rasatura delle orecchie, con la 10 lo scudetto perianale, quindi una parte del cranio con la 15, creando una piccola V al contrario, che parte dall'angolazione

esterno occhio sinistro al destro fino al centro del cranio, senza oltrepassare quella linea immaginaria che va dall'attaccatura interna dell'orecchio destro a quello interno sinistro, poi si continua con tutto il massetere e la commessura labiale (solo la parte inferiore). Partendo da due dita prima del canino, creare una V nel collo che parta dall'attaccatura esterna dell'orecchio destro al sinistro e arrivi quasi allo sterno, e infine con la 7f occuparsi della spalla e del sotto coda fino alla punta.

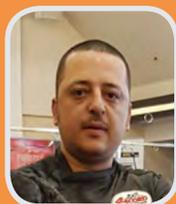
Lavorare prima il tronco con le chunker; frontalmente deve sembrare un trapezio, più stretto davanti che va allargandosi leggermente al posteriore, la parte frontale del cane è piatta come tutti i terrier e guardandolo dall'alto il corpo ha una forma quasi cilindrica ai lati. Il collo ha linea obliqua ripida che va dal cranio al garrese, si collega alla linea dorsale e devono andare a creare un angolo ottuso, quindi il cane, guardandolo nel suo profilo, non deve sembrare rampante verso la top line.

Ultimato il tronco a forbice, bagnare con lo spruzzino di acqua e aiutandosi con la pin brush ad ondulare il pelo (procedimento da ripetere varie volte durante la gara).

Le zampe anteriori devono risultare cilindriche, il posteriore deve essere omogeneo all'anteriore, la natica spigolosa ma non costruita, angolare ben definito e il garretto deve scendere alla linea di terra.

Collegare la linea inferiore al gomito segnando la grassella più avanti, la linea deve essere obliqua e ripida. Infine regolare il ciuffo con dentata scoprendo solo per 1/3 occhio destro e sinistro, la testa deve avere la forma del mattone, coprendo anche il tartufo, così da avere tutte le difese coperte.

Le tempistiche sono fondamentali, cercare di finire nelle 2 ore, così per avere gli ultimi 30 minuti per rifinire bene, meglio sempre cronometrare i procedimenti in modo da ripartire il tempo di esecuzione. A lavoro ultimato il pelo del cane deve avere linee ben definite e pulite e attenersi sempre allo standard della razza.



### Vincenzo Carella

Nasce nel 1982 a Foggia, nel 2008 si trasferisce a Pesaro, dove vive e lavora. Nel 2012 intraprende il corso di toelettatura dal maestro Marco Marastoni, non appena terminato apre il suo salone "Elite Toelettatura" a Pesaro. Fin da subito partecipa a gare di toelettatura ed esposizioni di bellezza con ottimi risultati, grazie al suo cavallo di battaglia, il Kerry Blue Terrier. Nel mondo espositivo fa il suo ingresso nel 2014 con il suo primo Kerry Blue BALBOA CLAIM TO FAIM in "Deep", acquistato da uno degli allevamenti più importanti al mondo con l'affisso Balboa, da allora da anni espone e collabora con il team Balboa con Roberto e Filippo Tasselli, allevatori trentennali di questa razza, cui si affida per conoscerla in tutti i particolari. Con il suo Deep vince numerosi campionati in Italia, Montecarlo, Austria, San Marino, oltre ai vari Best in show, Best of group e Best of breed. Nel 2019 entra a far parte del team Master Groomer a marchio Record.



# IN VACANZA CON IL PET, MA DOVE?

Strutture e recensioni nella app da consigliare ai clienti per trovare e organizzare il soggiorno pet friendly

Vacanze estate 2020.

Complice la situazione sanitaria, quest'anno il turismo vedrà la riscoperta dell'Italia e delle mete di prossimità.

È quindi probabile che i proprietari pet siano alla ricerca di una location pet friendly per trascorrere qualche giorno sereno con la famiglia senza rinunciare alla compagnia dei loro amici animali. Come consigliare il cliente per organizzare le vacanze?

*Vacanzeanimali.it* – sia app che sito internet - raccoglie le migliori strutture turistiche e ricettive in Italia che accettano cani ed altri animali. Basterà scaricare la app per trovare hotel, agriturismi, villaggi turistici, campeggi, bed & breakfast, ristoranti, spiagge e case vacanze, al mare, in montagna o nelle città d'arte, in cui sono ammessi cani, gatti e altri pet.



## UN SOGGIORNO A PROVA DI ZAMPA

Il sistema è molto semplice.

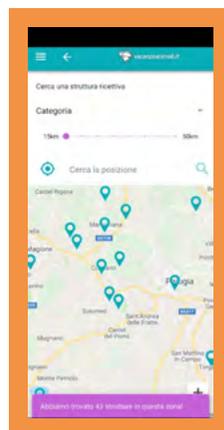
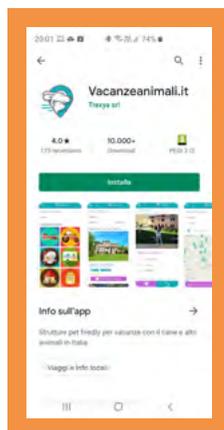
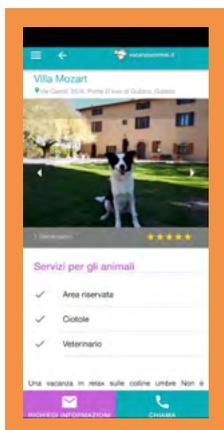
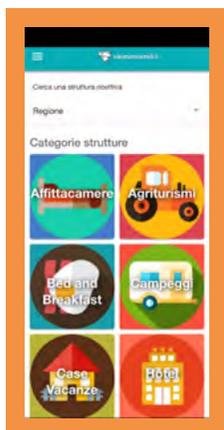
Si può partire selezionando la categoria o la regione preferita.

Si cerca un agriturismo o un campeggio? Un ristorante o una spiaggia? Al mare o ai monti? In Sicilia o in Trentino? Attraverso i vari passaggi, è facile scegliere e prenotare il proprio soggiorno a prova di zampa, al miglior prezzo.

Per ogni struttura è possibile visualizzare le informazioni generali, l'elenco dei servizi disponibili, una galleria di immagini e poi la tipologia di animale accettato e anche la taglia dell'animale. Qualche dubbio o qualche domanda?

Il sistema permette di contattare direttamente le strutture per fugare ogni perplessità.

Inoltre si può anche accedere direttamente alle offerte e alle proposte last minute, così come scoprire gli sconti di cui usufruire prenotando prima la vacanza nelle strutture ricettive che accettano animali.





## NASO A TERRA PER IL SESTO GRUPPO DI CLASSIFICAZIONE

Segugi e intrusi 'eccellenti' che compongono il Gruppo 6

DI LORENA QUARTA

È il gruppo dei segugi, cani impegnati nella caccia da seguita a selvaggina di pelo, come lepre e cinghiale, ma ospita anche alcuni "intrusi" come il dalmata e il rhodesian ridgeback e tre cani (segugio di Hannover, segugio bavarese e bassotto delle Alpi) chiamati "cani per pista di sangue", utilizzati nel recupero di ungulati feriti.

- Qual è la razza più diffusa del gruppo? Il primato spetta al segugio maremmano, seguito dal segugio italiano a pelo raso, dal beagle e dal segugio italiano a pelo forte.

- Il segugio maremmano è un cane robusto dall'aspetto rustico, che può avere pelo raso o pelo forte, di colore fulvo, nero-focato e tigrato, con o senza bianco. Da buon segugio, è un cane resistente, atletico e sportivo.

**Consiglio:** *durante la stagione venatoria un segugio si trova a lavorare su terreni accidentati e sassosi, come quelli di montagna, oppure su terreni coperti di neve o di ghiaccio. In caso di lesioni ai polpa-*

*strelli può essere utile una crema realizzata per lenire il dolore, in grado anche di stimolare la ricrescita dei tessuti e ridurre eventuali infiammazioni, da applicare sempre previa visita veterinaria.*

- Il segugio di Hannover è un apprezzato cane da recupero dotato di buona ossatura, è agile ed elastico, con orecchie pendenti con la punta arrotondata, pelo corto, folto e duro, di colore rosso cervo più o meno striato.

**Consiglio:** *a un cane dall'olfatto sviluppato come il segugio di Hannover consigliate come gioco un tappetino olfattivo, realizzato in tessuto lavabile e resistente a usura e morsi. Oltre a essere ideale per la pulizia dei denti stimola e rafforza la capacità olfattiva perché il cane dovrà far ricorso a tutto il suo fiuto per riuscire a trovare il cibo nascosto.*

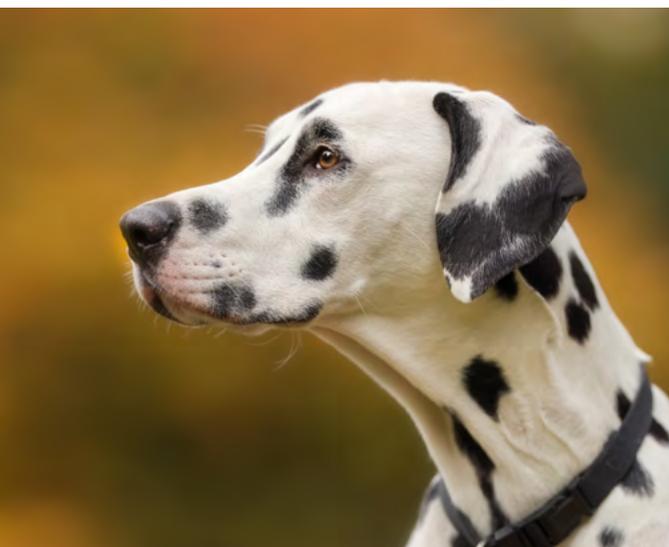
- Il bassethound è un segugio a gambe corte con orecchie molto lunghe che ha un innato istinto della muta e una voce profonda e melodiosa. È un cane placido, mai aggressivo o timido e molto affettuoso.



*Consiglio: le unghie del bassethound crescono molto in fretta e se non cammina molto, andrebbero accorciate ogni 10-15 giorni. Le unghie non tagliate possono rompersi e far appoggiare male le zampe impedendo una corretta andatura. Per un taglio sicuro consigliamo un trimmer ergonomico con manici antiscivolo.*

- Anche se più raro a vedersi, il dalmata può avere anche macchie color fegato. Che siano nere o fegato, devono essere distribuite a creare un effetto armonico ed elegante; i cuccioli nascono bianchi, le macchie cominciano a formarsi nelle prime settimane di vita.

*Consiglio: una patologia che interessa il dalmata è la calcolosi; i problemi di calcoli possono essere evitati adottando una dieta che alcalinizzi le urine e riduca la formazione di acido urico (non deve quindi essere troppo proteica), consigliando di lasciare acqua fresca sempre a disposizione, perché l'urina troppo concentrata favorisce la formazione di calcoli, tutto sempre subordinato a visita e consigli medici appropriati.*



- Originario del Sudafrica, il rhodesian ridgeback è un cane agile e attivo, resistente, veloce ed elegante, la cui princi-

pale caratteristica è la cresta sul dorso dovuta ai peli che crescono in direzione opposta agli altri e che deve essere ben delineata, simmetrica e affusolata.

*Consiglio: può capitare che il rhodesian sia affetto da otite superficiale da malassetia, che si manifesta con orecchie arrossate e calde, in attesa di visita veterinaria e relativa diagnosi, potete iniziare subito una cura tampone per evitare che cronicizzi usando anche apposite soluzioni fisiologiche per rimuovere l'eccesso di secrezione sebacea.*



Rhodesian ridgeback e dalmata seppur non segugi appartengono al Gruppo 6

- Il segugio italiano a pelo forte si differenzia da quello a pelo raso non solo per la tessitura del pelo: il segugio a pelo raso, infatti, ha temperamento ardito, vivace e brioso sul lavoro ma carattere poco espansivo, il pelo forte è più riservato, meno esuberante, calmo e ponderato nel lavoro.



*Consiglio: robusto e resistente, il segugio italiano è un valido compagno di caccia anche nelle giornate più fredde, in questo cas, però, il dispendio energetico è molto elevato, quindi vanno privilegiati alimenti con un'alta quota lipidica e proteica.*

- Molto apprezzato anche come cane da compagnia, il beagle è un cane brioso, molto attivo, resistente e determinato, intelligente, affettuoso ma anche un po' testardo.

*Consiglio: il beagle è un cane molto vorace con una certa tendenza all'obesità, molta attenzione quindi dovrà essere fatta nel somministrare il giusto quantitativo di alimento senza eccedere in bocconcini premio. Nel caso sia sovrappeso sono ideali gli alimenti light che aiutano a ritrovare il peso forma.*

- Il briquet griffon vendeen è un segugio francese intrepido e intraprendente dall'aspetto molto rustico con pelo lungo senza esagerare, rude al tatto, con buon sottopelo.

*Consiglio: robusto e resistente, il briquet griffon vendeen si adatta senza problemi a vivere in giardino. In questo*

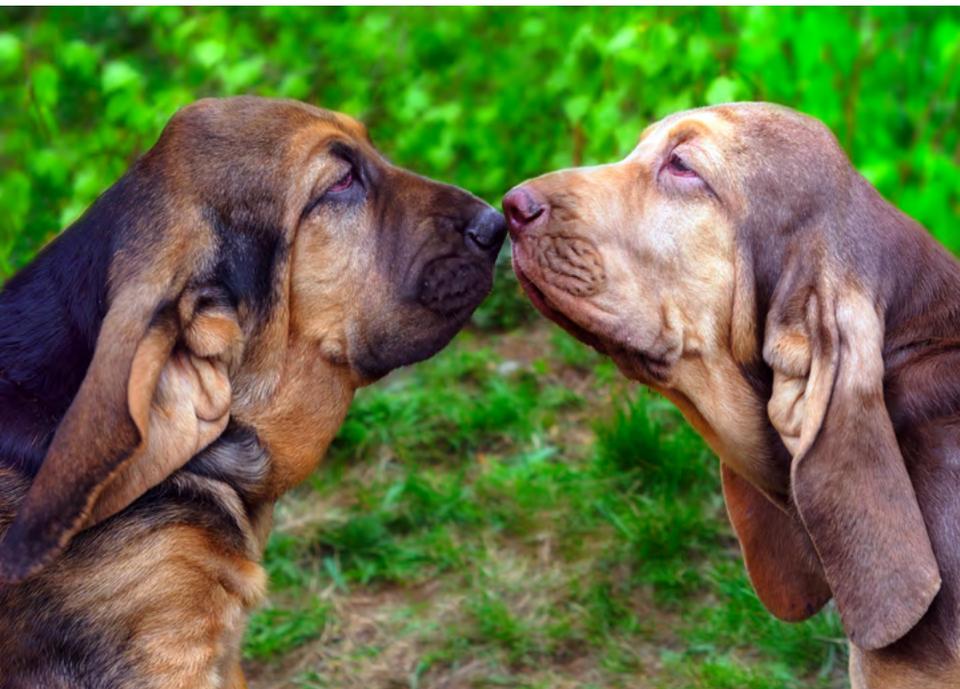
*caso andrà scelta una cuccia per esterni di dimensioni giuste, che offra il giusto riparo sia dal caldo sia dal freddo.*

- Il bloodhound, è il più grande dei segugi ma è anche, con oltre 250 milioni cellule olfattive, la razza con il fiuto più potente.

*Consiglio: il bloodhound è un cane da lavoro estremamente attivo che richiede un intenso esercizio quotidiano e lunghe passeggiate al guinzaglio. Nei boschi o in campagna può essere utile per fargli seguire la pista in libertà utilizzando una lunghina di circa 5 metri o anche più.*

- L'ariegeois è un segugio francese dotato di grande voce, molto veloce nella seguita e di carattere socievole e allegro, molto ubbidiente. È un cane distinto ed elegante con pelo corto e fine, bianco a tacche nere.

*Consiglio: che sia al ritorno da una giornata di caccia piovosa o da una passeggiata sotto l'acqua, l'ideale per asciugare il mantello è un panno in fibra sintetica che con un minimo spessore garantisce il massimo potere assorbente. Il panno dopo l'uso va riposto ancora umido nella sua confezione affinché mantenga la sua efficacia.*



Il basset hound ha bisogno di cure costanti alle unghie: consigliate a dovere i vostri clienti





## TUTTE LE SFUMATURE DEGLI INSEPARABILI

Molte specie per una sola razza, scopriamo insieme gli Agapornis: le loro abitudini, i loro bisogni

DI GIANNI RAVAZZI

### Le specie

Il loro nome scientifico *Agapornis* deriva dal verbo greco *agapao* = amare e *ornis* = uccello, quindi uccelli dell'amore, per la loro tipica caratteristica di muoversi sempre in coppia e di scambiarsi molto spesso effusioni. Ne abbiamo nove specie viventi, tutti di taglia ridotta, tutti diffusi nel Continente Africano, otto in Africa e una in Madagascar.

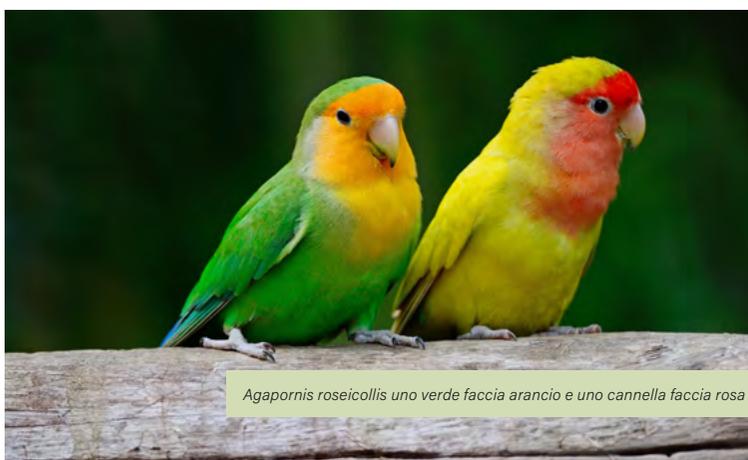
#### Classificazione scientifica delle specie

Regno	Animale		
Sottoregno	Metazoi		
Tipo	Vertebrati		
Classe	Uccelli		
Sottoclasse	Neognati		
Ordine	Psittaciformi		
Famiglia	Psittacidi		
Genere	<i>Agapornis</i> (Selby)		
Specie	<i>A. cana</i> (Gmelin, 1.788)		
		Sottospecie	<i>A. c. cana</i> (Gmelin, 1.788)
			<i>A. c. ablectanea</i> (Banks, 1.918)
	<i>A. pullaria</i> (von Linné, 1.758)		
			<i>A. p. pullaria</i> (von Linné, 1.758)
			<i>A. p. ugandae</i> (Neumann, 1.908)
	<i>A. taranta</i> (Stanley, 1.814)		
	<i>A. roseicollis</i> (Vieillot, 1.818)		
			<i>A. r. roseicollis</i> (Vieillot, 1.818)
			<i>A. r. catumbella</i> (Hall, 1952)
	<i>A. swinderniana</i> (Khul, 1.820)		
			<i>A. s. winderniana</i> (Khul, 1.820)
			<i>A. s. zenkeri</i> (Reichenow, 1895)
			<i>A. s. emini</i> (Neumann, 1.908)
	<i>A. fischeri</i> (Reichenow, 1.887)		
	<i>A. lilianae</i> (Shelley, 1.894)		
	<i>A. nigrigenis</i> (Sclater, 1.906)		
	<i>A. personata</i> (Reichenow, 1.887)		



Il gruppo *Cana*, *Taranta*, *Pullaria* è senza dubbio quello più antico e che ha subito un'evoluzione più lenta come si deduce dal fatto che si tratta di specie con evidente dimorfismo sessuale, in cui sussiste la tendenza delle coppie a isolarsi per nidificare e la scarsa numerosità dei gruppi, comportamenti sociali che tendono a scomparire nelle specie più evolute, nelle quali se ne osservano di molto più marcati.

Osservando il gruppo *Personata*, *Fischeri*, *Liliana*e e *Nigrigenis*, vediamo affinità notevoli tra loro; l'anello perioftalmico di pelle nuda comune a tutte le specie è il più importante. Il dimorfismo sessuale inesistente, l'intensa vita sociale e la grande predilezione per la nidificazione in colonia sono dimostrazioni di un maggiore livello evolutivo rispetto al gruppo precedente.



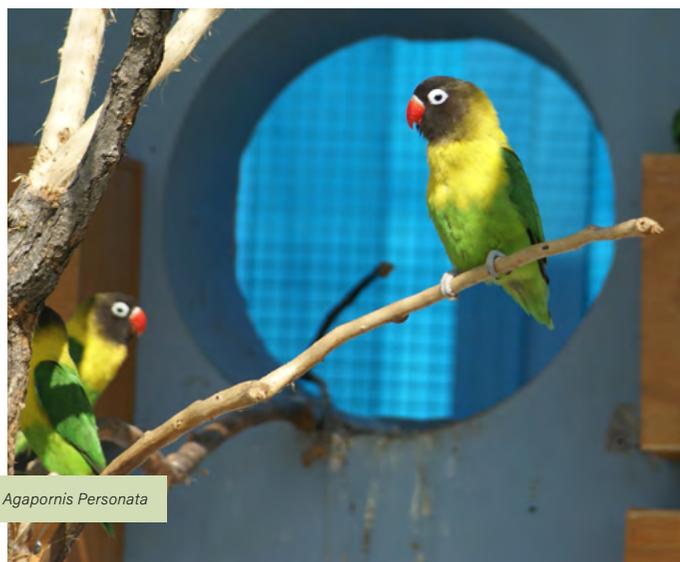
Agapornis roseicollis uno verde faccia arancio e uno cannella faccia rosa

**Agapornis** deriva dal verbo greco "agapao" = amare e "ornis" = uccello, quindi uccelli dell'amore

Il *Roseicollis* è senza dubbio la specie più recente ed evoluta, quella che meglio si è adattata alle diverse situazioni am-

bientali dividendosi in due popolazioni che hanno prodotto una sottospecie classificata ed è in grado di ibridarsi con gli appartenenti al gruppo precedente trasferendo alla prole (che è fertile) caratteri dominanti. È sicuramente la specie più sociale e più riproduttiva e questo è sicuramente indice di un'evoluzione ancora maggiore rispetto al gruppo precedente. La sua adattabilità è stata sfruttata anche in cattività dove ha generato moltissime mutazioni di colore.

Lo *Swinderniana* è invece una specie in qualche modo contraddittoria; probabilmente derivata dalle specie più antiche, l'assenza di dimorfismo sessuale e la presenza di sottospecie con caratteristiche ben distinte indicherebbero uno stadio evolutivo avanzato, tuttavia le abitudini alimentari molto ristrette (esclusivamente fichi) testimonierebbero il contrario. Per le sue abitudini alimentari è l'unica specie mai allevata in ambiente controllato.



Agapornis Personata



Ogni specie ha un proprio ben definito areale di distribuzione che può leggermente variare, stagionalmente, con il variare delle condizioni climatiche, delle disponibilità di pascolo, dei mutamenti ambientali dovuti anche all'opera dell'uomo: coltivazioni che variano annualmente e gestione non troppo oculata delle fonti idriche, tanto per citare i problemi maggiori.

## L'allevamento

Le quattro specie a occhio cerchiato, in particolare *Personata* e *Fischeri* e soprattutto il *Roseicollis*, sono le specie più allevate. Questo perché, oltre ad essere quelle meglio adattate alla vita con l'uomo, sono le più prolifiche e resistenti e quelle che necessitano di minori accorgimenti specifici sia dal per l'alimentazione, sia per le attenzioni necessarie nel periodo della riproduzione. Sono anche le specie che più comunemente si possono acquistare nei negozi di animali e per questo qui ci occuperemo prevalentemente di loro.

**Distribuire il cibo in più punti evita di creare stress alla colonia e rende più facile la riproduzione**

## Gli alimenti base

Per adottare un corretto regime alimentare per gli *Agapornis* in questione, un allevatore attualmente ha la possibilità di operare due scelte molto diverse. La prima è la tradizionale quanto efficace miscela di semi, che deve comunque essere sempre integrata da alimenti freschi (insalate verdi come la cicoria; erbe prative come il tarassaco o spicchi di mela e spighe verdi di panico o miglio...) e da un'integrazione proteica, che può derivare da crocchette di estruso o di pellettato. In alternativa si può optare per una dieta basata sull'integrazione proteica, che sia completata con alimenti freschi e un po' di sementi, in ogni caso sempre importanti. I semi oltre che un alimento sono anche un gioco e un allenamento per il becco che si muove per sgusciarli. Allo stesso modo integrare la dieta con prodotti come biscotti per uccelli o barrette varie o ancora pastoncini colorati che stimolino la curiosità dei pappagalli, è una buona cosa ma bisogna tenerne conto nella somma degli alimenti forniti per non avere una dieta squilibrata, che ha nelle proteine e nei grassi due indicatori fondamentali. Nel periodo non riproduttivo le proteine contenute nella razione giornaliera dovrebbero aggirarsi attorno al 12-14% e grassi attorno al 4-5%. Nella fase riproduttiva, soprattutto durante lo svezzamento dei piccoli le proteine possono salire anche fino al 16-18% (solo per un limitato periodo) e i grassi arrivare anche al 7%. Per quanto concerne gli alloggi, le quattro specie considerate sono poco esigenti: Per allevare a coppie singole, delle batterie da cm 90 x 40 x 45 h sono più che sufficienti. Per allevare in colonia le voliere devono avere dimensioni tanto maggiori quanto maggiore è il numero di soggetti che vi si alloggiano, soprattutto nell'ottica di arrivare alla riproduzione.

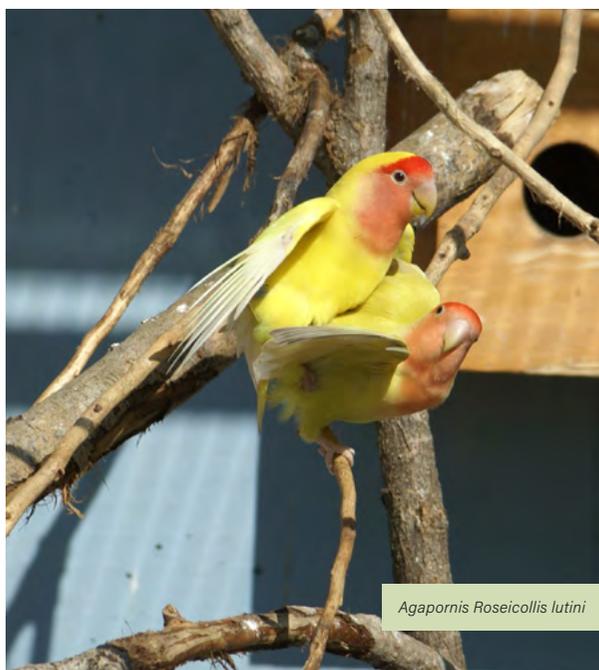
### Una tipica miscela di semi

Scagliola canadese	40.0%
Miglio bianco e giallo	30.0%
Girasole striato piccolo	8.0%
Grano saraceno	8.0%
Avena (decorticata)	8.0%
Canapa	5.5%
Peperoncino piccante intero	0.3%
Bacche di ginepro	0.2%



## UN'ERBA PRATIVA FACILE DA TROVARE ED ESTREMAMENTE GRADITA

Viene letteralmente divorata: si tratta del centocchio bianco (*Stellaria media*), erbetta di cui i pappagalli divorano sia le fresche foglioline carnose, sia il fiorellino fresco, sia il piccolo seme maturo di colore rossiccio. Di questa pianta gli uccelli non sprecano nulla: ciò che non viene mangiato diventa ottima imbottitura per i nidi. In particolare gli *Agapornis fischeri*, che costruiscono all'interno del nido una palla di vegetali con un tunnel di accesso alla camera di cova, ne vanno matti. I sottili steli seccano e non ammuffiscono rendendo il nido sano per i piccoli e per i riproduttori.



Maggiore è il numero di soggetti che vivono in uno spazio e maggiore devono essere le mangiatoie e gli abbeveratoi, per evitare che i prepotenti impediscano ai più timidi di nutrirsi a sufficienza. Distribuire il cibo in più punti evita anche di creare stress alla colonia per accedere al cibo e rende più facile la riproduzione.

Se nella gabbia dove abbiamo una sola coppia basta mettere un solo nido e quella vi accederà, in colonia è bene mettere sempre almeno un 30% di nidi in più rispetto al numero di coppie, cercando anche di collocarli più o meno tutti alla stessa altezza e tutti in posizioni protette nella voliera. Questo fa sì

che ogni coppia possa scegliere e non ci siano liti per l'accesso al nido posto nel punto migliore.

## IL NIDO

Un valido nido per le specie considerate è quello a scatola, con il lato lungo frontale di circa 25 cm, dotato in uno dei due angoli verso l'alto di un foro tondo di 5 cm di diametro, davanti al quale è inserito un posatoio per facilitare l'entrata e l'uscita; l'altezza sarà di 20-25 cm e la profondità sarà di circa 20 cm. Il lato corto dalla parte opposta del foro d'entrata sarà dato da uno sportellino apribile in modo da poter sfilare un cassetto interno scorrevole. Alcuni utilizzano nidi con lo sportello superiore, privi di cassetto, a espansione verticale e orizzontale. Per un fatto di comodità nei controlli e nella pulizia, i nidi con il cassetto estraibile sono però quelli che meglio si prestano allo scopo.





## IL CINCILLÀ IN 5 DOMANDE

**Non basterebbe un libro intero per questo fantastico animale e la sua gestione, ecco le sue esigenze base in poche semplici risposte**

**DI CRISTIANO PAPESCHI**

Il cincillà è un grazioso roditore che deve il suo successo come animale da compagnia soprattutto all'aspetto, caratterizzato da una pelliccia morbidissima, una coda folta, un musetto simpatico e l'aria vivace.

Alcuni clienti, in effetti, lo acquistano sull'onda del desiderio, per questo hanno bisogno di buoni consigli dal negoziante di fiducia per predisporre gabbia, alimenti e quant'altro si renda necessario per accudire questo piccolo amico.

### **1. Qual è la gabbia giusta?**

Il cincillà ama arrampicarsi e saltare, quindi una gabbia adeguata dovrebbe svilupparsi soprattutto in altezza ed essere dotata di ripiani, scalette e amache in modo da permettere al piccolo animale di salire e scendere a suo piacimento. Secondo le linee guida SIVAE (Società Italiana Veterinari per Animali Esotici), le dimensioni minime di una gabbia da cincillà dovrebbero aggirarsi sui 100x80x100 cm. Nel caso di più soggetti le dimensioni dovranno aumentare proporzionalmente ed è utile la presenza di separatori estraibili, che consentano la compartimentazione della gabbia in caso sia necessario evitare contatti fisici tra gli animali senza escludere il contatto visivo. Per quanto una gabbia sia bella, funzionale, spaziosa e ricca di "passatempi", ricordiamo sempre al cliente che il cincillà ha bisogno di fare movimento anche fuori dalla gabbia, quindi bisogna comunque dedicargli del tempo ogni giorno: avere a disposizione una stanza messa in sicurezza apposta per lui è sempre un buon escamotage.

### **2. Quali accessori nella gabbia?**

#### **La tana**

Non deve mai mancare una tana dove il roditore possa rifugiarsi quando non desidera attenzioni

**Tana, mangiatoia e beverino sono gli accessori indispensabili**



esterne o quando è spaventato: il cincillà è attivo soprattutto la notte e durante il giorno ha bisogno di poter riposare in un luogo sicuro, al riparo dalla luce e da sguardi indiscreti, per questo la tana va messa all'interno della gabbia in posizione fissa e poco esposta.

Il legno è il materiale più usato per il comfort che offre al piccolo animale. L'ingresso, solitamente di forma rotondeggiante, non deve essere più largo di quanto necessario per un passaggio agevole. Le dimensioni interne devono consentire di girarsi senza fatica, nella pratica circa 25x25x15 cm.

Sono disponibili sul mercato anche soluzioni esteticamente accattivanti, in legno, plastica o vimini, in foggia di casette, con finestrelle e altri abbellimenti, ma la cosa importante è che siano adatte per la funzione di rifugio che devono svolgere.

### *Le mangiatoie*

Ciotole per il cibo e rastrelliere per il fieno all'interno della gabbia, possono essere più di una anche per un solo cincillà e dovranno essere posizionate non solo a terra ma anche sui vari ripiani.

Le rastrelliere sono utili per ridurre lo spreco di fieno mentre per il mangime in pellet vanno proposte al cliente ciotole delle giuste dimensioni, stabili, non troppo leggere e difficili da rovesciare accidentalmente.

Come sempre, i materiali devono essere di buona qualità e facilmente lavabili e igienizzabili.



### *Il beverino*

Lasciare l'acqua a disposizione in una ciotola è poco pratico, dato che il cincillà potrebbe così sprecarla, contaminarla o rovesciarla. Il beverino permette di avere sempre acqua pulita (naturalmente va cambiata ogni giorno) e rende più agevole il monitoraggio del consumo.

Anche in questo caso si possono piazzare più beverini in corrispondenza dei vari ripiani, indispensabile nel caso di più soggetti conviventi. Il materiale deve essere atossico e facilmente lavabile; ricordiamo al cliente di controllare quotidianamente la valvola di sgocciolamento per assicurarsi che non perda liquido o che, peggio, si blocchi a causa dello sporco o del calcare.

### **3.** *Cosa mangia il cincillà?*

L'alimento base della dieta del cincillà è il fieno.

È un animale erbivoro e i suoi fabbisogni possono essere soddisfatti con fieno (di buona qualità) e un po' di mangime, mentre a differenza di cavia e coniglio, non necessita di grosse quote di cibo fresco: verdure fresche e in misura ancor minore, piccoli pezzi di frutta vanno considerati alla stregua di snack occasionali. Quanto a semi, granaglie e quant'altro derivi dai cereali, sono assolutamente vietati dolci, la cioccolata e gli alimenti di origine animale.



#### 4. *Come gioca il cincillà?*

Una gabbia ben strutturata, con scalette e piattaforme da cui l'animale possa saltare (le distanze devono essere di circa 30 cm), è già una piccola sala giochi, ma senza dubbio è bene arricchirla.

Si possono installare tunnel, ruote e amache; le dimensioni devono essere calibrate in modo da evitare che durante il gioco il piccolo roditore possa incastrarsi, pertanto è bene evitare oggetti realizzati per animali più piccoli, come criceti e topolini: si pensi ad esempio alle ruote, che devono avere un diametro di almeno 35-40 cm.

I nascondigli possono essere fabbricati anche in fieno pressato, vimini naturale o fibra di cocco, così da aggiungere al divertimento di nascondersi quello di rosicchiare. Non tutti i cincillà mostrano di apprezzare i vari tipi di gioco, ad esempio non sempre la ruota è utilizzata, così come i tunnel, ma vale la pena provare. Del resto, ogni accessorio che si aggiunge alla gabbia, anche fatto dei materiali più semplici come cartone e fieno (purché atossici) è sempre un arricchimento ambientale, qualcosa che il piccolo amico può utilizzare per ovviare alla noia delle molte ore chiuso in gabbia.



#### 5. *Cos'è il bagno di sabbia?*

Esigenza peculiare del cincillà, il bagno di sabbia ha la funzione di mantenere il pelo sano e pulito e consumare le unghie, ma non c'è dubbio che sia anche un momento di gioia e piacere per il piccolo roditore. In natura i cincillà usano rotolarsi nella sabbia fine o nella cenere vulcanica presente nel loro habitat, per rimuovendo i peli morti, la sporcizia e i parassiti: se questo comportamento viene a mancare, oltre a pregiudicare la salute di cute e pelliccia, si generano stress e disagio.

Di solito si usa approntare una vaschetta bassa, di almeno 20x20 cm di base, riempita con 3-5 cm di apposita sabbia. Questa non va lasciata sempre a disposizione ma offerta due o tre volte a settimana, per 15-20 minuti. Se l'ambiente è molto umido, può essere opportuno offrire il bagno di sabbia quotidianamente, ma per un tempo inferiore.

In commercio si trovano vaschette di varie fogge, anche con bordi rialzati per ridurre lo spargimento di sabbia, evento che a volte fa un po' disperare i proprietari. Quanto alla sabbia, deve essere quella commercializzata appositamente per loro, non polverosa, non trattata e di ottima qualità altrimenti si rischiano irritazioni oculari e cutanee. Dissuadete i clienti dal sostituirla con la lettiera del gatto o con la sabbia di mare!

**Il bagno di sabbia serve a mantenere il pelo e consumare le unghie**





## GESTIRE AL MEGLIO I NOSTRI PESCI: IL COMBATTENTE

Per ogni negozio di acquari è fondamentale la gestione delle specie-guida, cioè delle 10-15 specie di pesci che da sole assicurano il 70-80% del fatturato di vivo, oggi parliamo del **Pesce Combattente**

DI ALESSANDRO MANCINI

### Una specie, tante varietà

Nell'immaginario acquariofilo i nomi "*Betta splendens*" e "Pesce Combattente" evocano inevitabilmente i classici esemplari dalla lunga coda a velo che ricade verso il basso. Questi appartengono alla varietà "*Veiltail*" o coda a velo (per la verità non solo la coda, ma anche le altre pinne nel maschio sono enormemente sviluppate), che fu la prima ad essere selezionata, intorno agli anni Trenta, a partire da mutazioni osservate fin dalla seconda metà del XIX secolo nei *Betta Splendens* selvatici.

È ancora oggi la varietà più comune e più allevata in tutto il mondo, ma in questo millennio è stata affiancata da numerose varietà di forma e di colore, selezionate grazie al paziente lavoro di allevatori amatoriali europei e asiatici. La prima e più appariscente è stata la "*Halfmoon*", il cui nome deriva dalla forma della pinna caudale, che ricorda una mezza luna: l'apertura della coda deve raggiungere un angolo di 180° tra i raggi superiore ed inferiore; gli individui la cui coda ha un'apertura compresa da 160° in su sono detti "*Super Delta*". La "*Crowntail*" (coda a corona) è una varietà più recente della *Halfmoon*, selezionata in Indonesia che è ancora oggi la patria dei *Crowntail*, pur se ottimi esemplari vengono ormai

Dietro le numerose varietà di forma e colore del Pesce Combattente c'è il paziente lavoro di allevatori amatoriali europei e asiatici



Esemplare Plakat o ancestrale

prodotti anche in altri Paesi, sia asiatici che europei e americani.

La “*Double Tail*” (DT), apparentemente una “doppia coda”, è caratterizzata in realtà da una pinna caudale singola ma divisa in due lobi, che devono essere simmetrici. Introdotta nella *Halfmoon*, la caratteristica della coda divisa in due ha permesso di ottenere degli esemplari in cui anche la coda a mezza luna è divisa in due lobi: i *Betta* “*Halfmoon Doubletail*”. Infine, abbiamo le forme a pinne corte o “*Plakat*” (PK), nome con cui i thailandesi chiamano i *Betta Splendens* nella loro forma naturale (sia individui selvatici che di riproduzione), a pinne corte e di colore rosso e blu. I maschi ancestrali si possono facilmente confondere con le femmine *Veiltail*, e non è raro trovarli frammisti a stock di sole femmine importati regolarmente da Singapore, Bangkok e altri centri asiatici, dove è possibile distinguerli con certezza solo dal comportamento decisamente più bellicoso e territoriale.



Maschio Crowntail



Maschio Double Tail opaque white

### Da dove viene

Il principale centro di produzione è ancora la Thailandia, patria storica del combattente, che rifornisce anche altri mercati asiatici dai quali a loro volta i combattenti vengono smistati ed esportati in tutto il mondo.

La Thailandia è ancora il principale centro di produzione, nonostante i buoni risultati dell'Europa dell'Est

Discrete produzioni (ma non paragonabili a quelle di Bangkok per livello quantitativo) si registrano anche nell'Est europeo. Buona parte dei soggetti proposti ai negozi di acquari sono importati da Singapore e Hong Kong, si tratta però come detto di pesci comunque provenienti da Bangkok ed esportati da noi, spesso dopo un soggiorno assai breve, dai due grandi crocevia del mercato acquaristico asiatico. L'allevamento in altri paesi orientali – come l'Indo-

nesia e Sri Lanka – non è paragonabile per qualità e quantità a quello thailandese, mentre come già accennato quello occidentale produce spesso ottimi soggetti da expo ma in numero troppo limitato per soddisfare il mercato acquariofilo più “commerciale”.





Una delle varietà più curiose e recenti, la "Dumbo ears"

## Gestione in negozio

Va sfatata innanzitutto la credenza che vuole la combattente femmina timida e sottomessa, dunque indegna della bellicosa nomea della specie: al contrario, anche le femmine manifestano sovente una discreta aggressività tra loro e perfino nei confronti dei giovani maschi.

Fin dai primissimi mesi della loro breve vita, i piccoli combattenti sono divisi per

sexo dagli allevatori e indirizzati su due "linee di produzione" completamente diverse: le femmine restano in gruppo e vengono cresciute in stagni o vasconi di cemento con fondo in terra, seguendo quindi modalità di allevamento non dissimili da quelle adottate per i vari *Trichogaster*, *Colisa*, *Helostoma*, ecc.; i maschi, invece, sono precocemente isolati e "ingrassati" in vaschette singole, la cui capacità difficilmente supera i 2-3 litri e spesso anzi non li raggiunge neppure, quando si utilizzano semplici... barattoli di vetro o di plastica. Una soluzione che può essere criticata o rifiutata, ma che si rende indispensabile per allevare migliaia di esemplari insieme, su superfici sufficientemente circoscritte da poter risultare gestibili ed economicamente redditizie. Questa soluzione non prevede – per ovvi motivi – l'uso di alcun filtro o di altri accessori (i pesci sono comunque tenuti in locali in cui la temperatura non scende mai sotto i 25 °C), l'acqua viene cambiata più volte al giorno e il cibo, costituito perlopiù da chironomi surgelati, distribuito con parsimonia. Anche nei negozi si pone il problema di stabulare più maschi insieme, e quella dei barattoli non è una soluzione praticabile, perché facilmente (e giustamente) contestabile dalle autorità riguardo il comfort e lo spazio a cui hanno diritto i pesci, senza contare la scomodità di cambiare più volte al giorno l'acqua e l'insoddisfacente presentazione al pubblico degli esemplari esposti, in termini di sfondo, illuminazione, ecc. La soluzione migliore è costituita dalle intramontabili "bettiere", vaschette in serie provviste di divisori mobili, sia fisse (in vetro e provviste di filtraggio e illuminazione) che galleggianti (in plastica, simili ai nidi da parto per ovovivipari). La soluzione "un *Betta* maschio per ogni vasca del negozio" può essere un'alternativa, ma con riserva: ben nota è infatti la tendenza di maschi e femmine *Betta* a mordicchiare – per non dire strappare a morsi! – le lunghe appendici delle varietà "pinne a velo" di molti pesci, dal guppy allo scalare, nonché l'insoddisfazione di questo pesce nei confronti di specie troppo vivaci (come i vari barbi, danio, botia, certi tetra, ecc.) manifestata con un'insolita – vista la sua fama! – timidezza, che si traduce in una quasi completa... invisibilità al cliente.

## CONSIGLI IN PILLOLE

- ◆ Attenzione alle "finte femmine": esportatori poco scrupolosi, infatti, spediscono ogni tanto partite di femmine frammiste a maschi a pinne corte (non "selvatici" e neppure "da combattimento", ma semplicemente soggetti di scarto), la cui inusuale aggressività non tarda peraltro a... smascherarli!
- ◆ I mangimi secchi – in scaglie o granuli – non sono sempre graditi dal combattente e, in ogni caso, non possono costituirne l'alimentazione di base, neppure in negozio. Le larve di chironomi (liofilizzate o surgelate) sono il cibo più gradito, seguite da dafnie e artemie (anch'esse liofilizzate o surgelate).





## ALGHE NELL'ACQUARIO: DANNOSE O UTILI?

In acqua dolce sono malviste, nel marino è "di moda" eliminarle, proviamo a pensarle come risorse naturali

DI VALERIO ZUPO

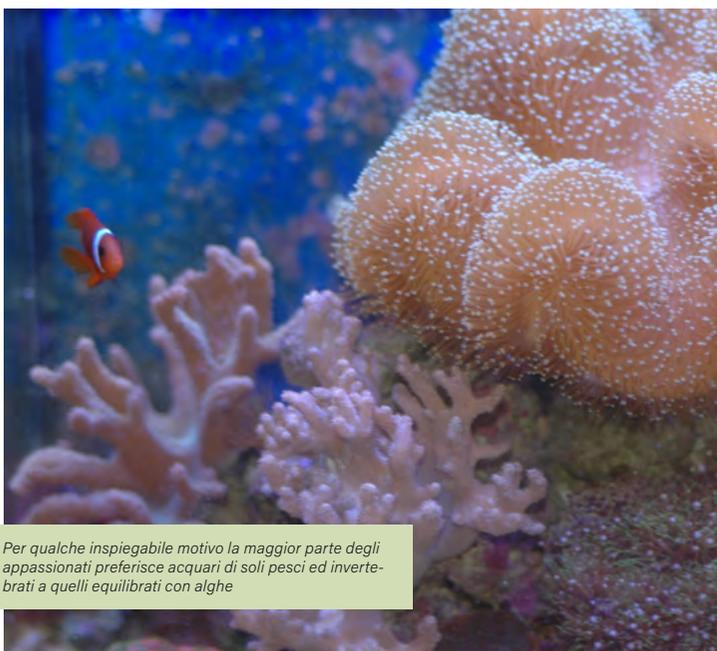
### Nemici da eliminare

Se andiamo a frugare negli archivi di questa o altre riviste specializzate troveremo decine di articoli che spiegano con dovizia di particolari come fare per eliminare le alghe nell'acquario d'acqua dolce.

È normale, perché le alghe competono con le piante, sono antiestetiche e spesso producono patine che soffocano gli altri organismi presenti. Si tratta infatti di vegetali molto aggressivi, facilmente adattabili, che possono competere con le piante superiori per spazio e nutrienti.

Nell'acquario marino però non ci sono piante facilmente allevabili (le poche fanerogame di dimensioni adeguate a un acquario richiedono di solito pratiche molto complesse per sopravvivere) sebbene in ambiente marino le alghe rappresentino i principali produttori primari.

Nei mari di tutto il mondo, le alghe fanno da contrappeso "biologico" alle popolazioni animali, assumendo anidride carbonica ed inquinanti (nitriti, nitrati, fosfati, tra gli altri) e producendo ossigeno e utile biomassa per i brucatori. In ambienti marini privi di alghe il pH scende rapidamente e la concentrazione degli inquinanti organici aumenta. Peraltro in mare le alghe più abbondanti sono quelle fitoplanctoniche, ma negli ambienti bentonici (che riusciamo a riprodurre facilmente in acquario) le alghe ci sono e la-



*Per qualche inspiegabile motivo la maggior parte degli appassionati preferisce acquari di soli pesci ed invertebrati a quelli equilibrati con alghe*



vorano bene, bilanciando perfettamente il metabolismo animale con le loro attività fotosintetiche.

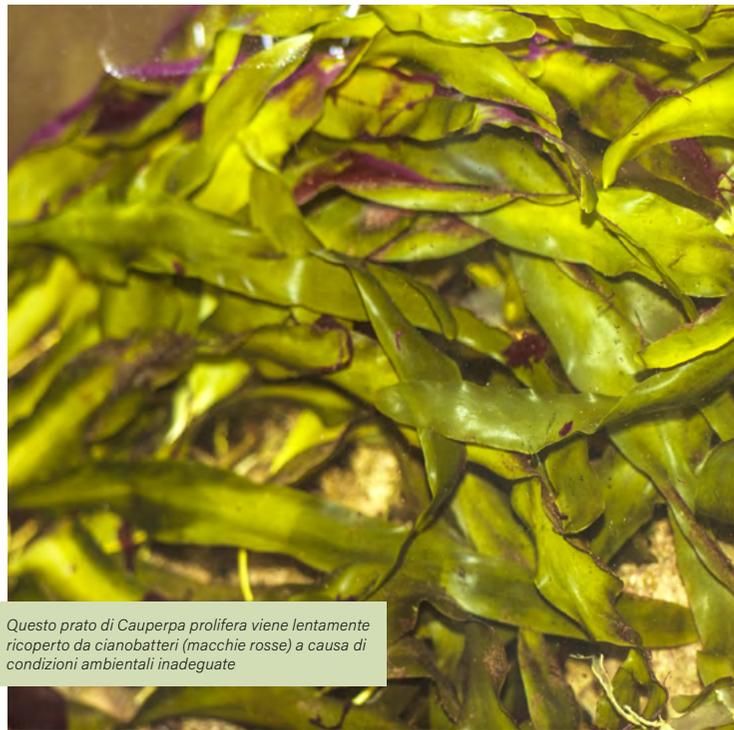
Tuttavia se effettuiamo una ricerca tra gli articoli delle riviste specializzate italiane ed estere troveremo davvero pochissimi articoli dedicati alla coltivazione delle alghe. Anche cercando in rete, troveremo mille sistemi per eliminare le alghe dall'acquario marino, usando composti chimici, pesci brucatori, echinodermi voraci divoratori di alghe e così via. Eppure, proprio negli stessi siti, e nelle stesse riviste, ritroviamo decine di articoli che spiegano come ridurre i nitrati coi cambi d'acqua, come eliminare i fosfati con apposite resine, come usare lo schiumatoio per ridurre la quantità di nitriti in soluzione. Insomma, da una parte ci dedichiamo con estrema cura a sterminare gli organismi che naturalmente trattengono gli inquinanti, poi ci facciamo in quattro per fare... il loro lavoro! Amiamo davvero gli acquari squilibrati per dover faticare poi a riequilibrarli meccanicamente? In questo senso il negoziante specializzato dovrebbe informare correttamente il cliente, piuttosto che seguire mode prive di utilità pratica e, probabilmente, dovute a infondati timori.

**Perché scegliere  
acquari squilibrati  
per poi riequilibrarli  
faticosamente?**

### **Tante alghe "buone"**

Le macroalghe tropicali sono spesso molto appariscenti, attraenti, colorate ed esteticamente utili. Un acquario di coralli contenente anche una discreta vegetazione algale non solo è biologicamente

bilanciato, ma appare naturale e rilassante alla vista. Non si comprende davvero per quale motivo la maggior parte degli appassionati, negli ultimi anni, si dedichi con tanto accanimento alla loro sistematica eliminazione! Alcune specie a crescita rapida (es. alcune Caulerpacee) potrebbero infastidire alcuni organismi sessili ma è davvero facile contenerne la diffusione usando barriere fisiche ed effettuando periodiche operazioni di potatura. Le specie a crescita lenta invece (es. quasi tutte le alghe rosse, quelle calcaree, *Halimeda*, ecc.) sono davvero docili, non infastidiscono gli invertebrati e anzi creano condizioni ideali di vita per molti animali sessili. Peraltro, le macroalghe oltre a produrre ossigeno, eliminare la CO<sub>2</sub>, stabilizzare il pH ed assorbire gli inquinanti, producono spesso delle sostanze ad attività antibiotica che aiutano a conservare un ambiente sano ed evitare le malattie generiche di invertebrati e pesci. Tra le più belle, più innocue e utili ricorderemo i generi *Padina* (alga cipolla), *Lobophora* (alghe wafer), *Ba-*



Questo prato di *Caulerpa prolifera* viene lentamente ricoperto da cianobatteri (macchie rosse) a causa di condizioni ambientali inadeguate



*tophora* (alga cannuccia), *Acetabularia* (alga vinaccia), *Halimeda* (alghie cactus), e poi *Sargassum Nomeris*. Ma non bisognerebbe temere neppure le magnifiche specie di *Caulerpa*, *Codium*, *Asparagopsis*. Altre alghe, come *Ulva*, *Chaetomorpha*, *Gracilaria*, sono meno piacevoli da osservare e potrebbero effettivamente dar noia agli invertebrati sessili invadendo i loro territori. In questo caso, una loro utilizzazione nel *refugium* servirà ad eliminare rapidamente nutrienti e inquinanti, data la crescita molto rapida. Alghe quali *Halymenia* e *Botryocladia*, invece, saranno perfette per arredare l'acquario di coralli.

Per avere maggiori informazioni sulle alghe da consigliare al cliente e per riconoscere i generi di alghe più utili in acquario vi consigliamo di esplorare il seguente link: <http://reefkeeping.com/issues/2006-09/reefslides/index.php>

## Problemi con le alghe

Purtroppo, da una parte ci sono quelli che cercano in ogni modo di eliminare le alghe (che ricrescono puntualmente, producendo stress e disappunto) dall'altra quelli che provano a coltivarle in acquario, e spesso restano delusi dei risultati, non avendo apparentemente un sufficiente "pollice verde". Questo articolo è dedicato a questi ultimi. Pensiamo ai tanti acquariofili disperati, perché hanno provato in tutti i modi a coltivare alghe considerate invasive (pensiamo alle varie specie di *Caulerpa*) e puntualmente le hanno viste deperire in acquario. Da cosa dipende?

Innanzitutto dobbiamo prendere in considerazione gli elementi fondamentali per la vita di qualsiasi vegetale: luce, temperatura, caratteristiche dell'acqua. La luce, ad esempio, viene spesso considerata solo in funzione dei coralli in un acquario marino e lampade che producono quasi esclusivamente radiazioni corte, vicine agli ultravioletti, non sono molto utili per la coltura delle alghe.

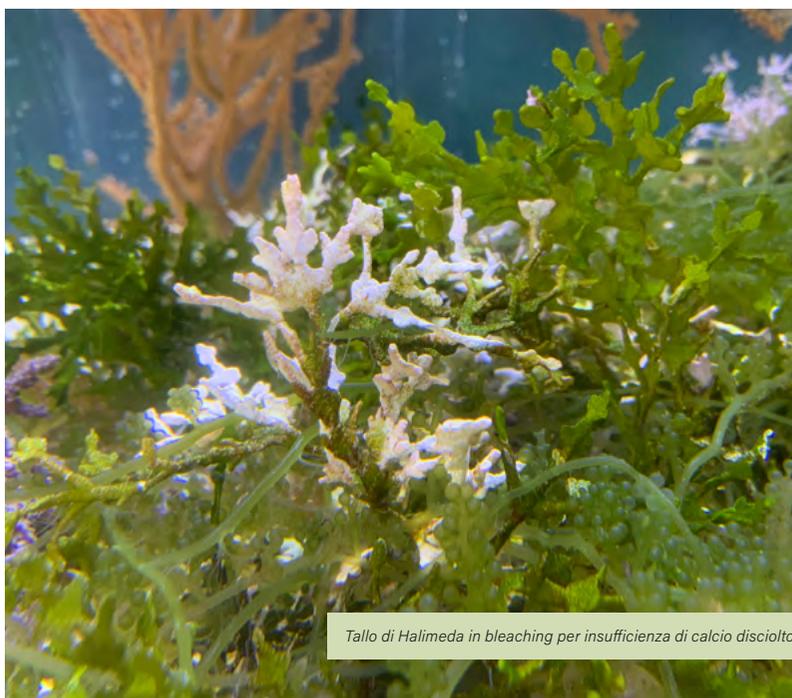
L'aggiunta di una lampada fitostimolante (già, proprio quelle usate in acqua dolce) banalmente aiuta a correggere il problema.

Ovviamente le alghe non amano le temperature estreme. In natura vivono in intervalli di temperatura abbastanza stabili per cui un acquario tropicale tenuto a 30 gradi potrebbe non essere l'ambiente ideale per la maggior parte delle alghe (ma verrà certo apprezzato da organismi estremofili, come i cianobatteri).

L'errore più frequente però, compiuto dagli acquariofili, è quello di usare una composizione salina squilibrata in qualche modo. Le alghe vivono in completo equilibrio con l'acqua di mare e non hanno sistemi di regolazione osmotica come i pesci. Pertanto, se a salinità molto basse i pesci soffrono e si scoloriscono, ma sopravvivono (assumendo sali dall'acqua e producendo urina molto diluita) le alghe nelle stesse condizioni, semplicemente muoiono. A questo proposito abbiamo effettuato un test esemplificativo. In un acquario marino tropicale contenente una coppia di *Amphiprion* in (apparente) buona salute, abbiamo abbassato la densità sino ad un valore di 1018, ancora tollerato dai pesci (che probabilmente hanno sofferto di un certo stress osmotico) e poi aggiunto alcuni stoloni di *Caulerpa lentillifera*, una specie considerata invasiva e in grado di adattarsi ad ambienti molto diversi. Dopo sole 24 ore gli stoloni erano quasi disfatti, essendo andati incontro a un fenomeno di bleaching. Gli altri valori dell'acqua era-

Le macroalghe tropicali sono molto appariscenti, colorate ed esteticamente utili





Tallo di Halimeda in bleaching per insufficienza di calcio disciolto

no corretti, incluso il pH (8,4) e la concentrazione di nutrienti, all'equilibrio. Tuttavia la salinità troppo bassa è riuscita ad uccidere rapidamente l'alga (cosa che peraltro molti acquariofili tentano di ottenere somministrando veleni e trattamenti estremi).

Similmente, in un acquario marino tropicale con salinità corretta, ma basso contenuto di calcio, abbiamo aggiunto stoloni di *Halimeda*. L'alga ha cominciato ad espandersi ma la carenza di carbonati ha prodotto periodico bleaching di alcune parti,

probabilmente perché la quantità di sali minerali non era sufficiente a garantire un corretto sviluppo del ricco compartimento vegetale in crescita. È stato sufficiente aggiungere alcune dosi di calcio mediante un apposito integratore per riportare l'alga ad una corretta fisiologia.

Spesso proprio gli squilibri ionici sono alla base dell'insuccesso nella coltivazione delle alghe marine. In generale le alghe tropicali in natura sono limitate dai nitrati, per cui livelli di fosfati elevati possono costituire una fonte di stress. Ovviamente parliamo di organismi evolutisi in ambienti oligotrofici, per cui le concentrazioni di tutti i nutrienti dovrebbero essere mantenute molto basse. È fondamentale però che i nitrati siano in concentrazioni di 10-15 volte più elevate rispetto ai fosfati, perché in caso contrario le alghe tropicali spesso non riescono a fotosintetizzare correttamente e deperiscono, sostituite da diatomee e cianobatteri. Quindi non solo dovremo mantenere bassi i livelli di tutti i nutrienti, ma soprattutto controllare che i composti più acidi, come i fosfati, siano presenti solo in concentrazioni molto basse (generalmente non misurabili).

In generale dunque, osservando bleaching delle alghe e deperimento, sarà opportuno verificare prima la densità (che spesso viene sottovalutata, proprio perché facile da misurare) e la relativa salinità, poi le concentrazioni dei vari ioni in soluzione. In caso di dubbi e come ultima soluzione, potrebbe essere utile considerare un cambio cospicuo o totale dell'acqua di mare, per ripristinare corretti equilibri ionici. Si noterà nella maggior parte dei casi un rifiorire della vegetazione algale e la correzione sarà di grande sollievo anche per i pesci. Ricordiamoci infatti che, anche se sono più robusti di alghe ed invertebrati, essi risultano stressati da una soluzione ionica sbilanciata. In questo senso le alghe potranno rappresentare degli utili "campanelli d'allarme" per prevenire situazioni di squilibrio che alla lunga produrrebbero danni a tutti gli animali allevati, pesci ed invertebrati compresi.



## LAVORO/OFFERTA

### **Prolife / agente di vendita**



Azienda produttrice leader nel settore alimenti per cani e gatti di alta qualità ricerca per le provincie di Sassari e Nuoro un agente per la vendita nel canale negozi specializzati e agrarie.

Si richiede: età max 30 anni, introduzione ed esperienza nel settore pet shop/agrarie o settori affini, conoscenza e passione del settore animali domestici, volontà e determinazione, autonomia organizzativa per copertura zona totale.

Si offre: esclusiva di zona, portafoglio clienti attivo, catalogo leader sul mercato per qualità e assortimento, provvigioni, premi supporti e incentivi, continue promozioni sui prodotti, programma incentive per i clienti.

#### **Info**

■ inviare CV a [zodiaco@zodiaco.com](mailto:zodiaco@zodiaco.com)

### **Wonderfood Italia srl / agenti di commercio**



Importante azienda del settore pet food in Italia, distributrice in esclusiva di brand affermati come Oasy, Orijen, Acana, oltre ad altri importanti brand, per proseguire il trend di crescita e potenziare la propria rete vendita, ricerca Agenti di Commercio, Venditori, per le province di Avellino, Benevento e Salerno.

Si offre portafoglio clienti, incentivi legati agli obiettivi di vendita oltre ad un adeguato trattamento provvigionale. La selezione è rivolta ad agenti mono/plurimandatari residenti in zona, in grado di gestire ed interpretare in modo professionale e vincente le sfide del mercato.

#### **Info**

■ inviare CV a [selezione@wonderfooditalia.com](mailto:selezione@wonderfooditalia.com)

### **Athison / agenti di commercio**

È un brand 100% made in Italy del gruppo Manifattura di Domodossola Spa, azienda fondata nel 1913 e leader mondiale nella produzione di materiali intrecciati destinati al settore della moda e dell'arredamento. Nel 2013 il gruppo ha festeggiato i suoi primi 100 anni di vita lanciando una linea di pelletteria di alta gamma interamente ideata e fabbricata all'interno del quartier generale di Villadossola. La collezione offre una linea di borse, bracciali e cinture intrecciate e di recente è stata ampliata con una ampia linea di guinzagli e collari per cani. Per il potenziamento della nostra rete vendita nel settore pet, siamo alla ricerca di agenti plurimandatari.

**Info:** inviare CV a [athison@manifatturadomodossola.it](mailto:athison@manifatturadomodossola.it) / tel. 0324225080

### **Pineta Zootecnici / agenti plurimandatari**

Azienda leader nel pet food, da anni presente sul mercato, ricerca agenti plurimandatari per potenziamento della propria rete commerciale. Si richiede massima serietà, esperienza nel settore pet food, forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi.

Si offre ottimo pacchetto di prodotti dall'alto profilo commerciale e interessante trattamento provvigionale.

**Info:** inviare CV a [cv@pinetazootecnici.com](mailto:cv@pinetazootecnici.com)

### **SA.RE / agenti**

La ditta SA.RE srl di Monselice (PD), azienda produttrice di cucce e cuscini per animali, cerca agenti per la zona Centro - Nord Italia per potenziare la propria rete vendita.

**Info:** tel. 0429781956/ inviare CV a [m.salnitri@saresrl.it](mailto:m.salnitri@saresrl.it)

### **Manitoba srl / agenti commerciali**

Azienda produttrice e distributore nazionale di diversi marchi leader nel settore ornitologia e mangimi per piccoli animali, cerca agenti commerciali plurimandatari per le zone libere del territorio nazionale. Si richiede esperienza nel settore pet di almeno 3 anni.

**Info:** tel.0375310418/ [info@manitobasrl.commail.it](mailto:info@manitobasrl.commail.it)

### **Pratiko Pet / agenti plurimandatari**

Azienda specializzata nella produzione di accessori per cani e gatti, al fine di potenziare la propria rete vendita Italia, è alla ricerca di nuovi agenti plurimandatari per la riorganizzazione di alcune regioni.

**Info:** cell. 3468742649 / inviare CV a [roberto@pratiko-pet.com](mailto:roberto@pratiko-pet.com)

### **Azienda anonima / agenti**

Prestigiosa azienda settore pet cerca agenti per le seguenti regioni: Liguria, Emilia-Romagna, Umbria, Marche, Abruzzo, Molise, Basilicata, Puglia, Sicilia e Sardegna.

**Info:** inviare richieste alla redazione [info@zampotta.it](mailto:info@zampotta.it) - **RIF. 2/A**



### **Prolife / ricerca posizione**

Per potenziamento della rete commerciale, canale allevatori, ricerca per le zone Toscana-Umbria e Marche-Abruzzo due figure commerciali dotate di attitudine alla vendita e alle relazioni interpersonali. Completano il profilo conoscenza del settore e del territorio, capacità di lavorare per il perseguimento degli obiettivi concordati. Offresi assunzione dopo periodo di prova, se superato con profitto, retribuzione fissa e auto aziendale.

**Info:** : inviare CV a [zodiaco@zodiaco.com](mailto:zodiaco@zodiaco.com)

### **Velma Group / ricerca posizione**

Velma Group srl, azienda importatrice e distributrice di prodotti e accessori per animali da compagnia, cerca agenti mono/plurimandatari con spiccata attitudine alla vendita, preferibilmente inseriti nel settore, per le seguenti regioni: Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Marche, Abruzzo, Molise, Umbria.

Si offrono interessanti provvigioni, supporto tecnico, attività di marketing e possibilità di crescita.

**Info:** [info@velmagroup.com](mailto:info@velmagroup.com) / tel. 0423715319

### **Posma Food srl / ricerca posizione**

Azienda di produzione di alimenti pet e snack, cerca agenti per le regioni Toscana, Emilia Romagna, Veneto, Friuli, Trentino, Sardegna, Campania, Abruzzo, per potenziare la propria rete vendita. Si richiede un'esperienza nella vendita nel settore pet food e una forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi nel canale specializzato. Sono previsti interessanti trattamenti provvigionali in grado di soddisfare le candidature più qualificate.

**Info:** inviare CV a [posmafood2018@gmail.com](mailto:posmafood2018@gmail.com)

### **Zolux Italia srl / agenti**

azienda presente nel mercato italiano da 10 anni, per potenziare la propria attuale rete vendita, cerca agenti con forti motivazioni a perseguire gli obiettivi personali e aziendali, con spirito organizzativo e desiderosi di crescita professionale. Percorso formativo, trattamento provvigionali e incentivi su obiettivi, soddisferanno le candidature più qualificate.

**Info:** inviare CV con foto a [stefano.stoppazzola@zolux.it](mailto:stefano.stoppazzola@zolux.it)

## ATTIVITÀ E ATTREZZATURE / OFFERTA

### **Vendesi / attività**

Vendesi decennale negozio per animali con toelettatura in Bergamo. Si vendono attrezzature, accessori per animali (giochi, vestiario, guinzagli etc.) e pacchetto clienti. Disponibilità di affiancare chi subentra per poter far conoscere i nostri clienti.

#### **Info**

■ tel. 035577662

### **Cedesi / negozio**

Cedesi negozio di toelettatura con vendita accessori per animali. Negozio situato adiacente al centro di Modena, composto da una sala di toelettatura e due sale per la vendita di accessori.

Buon reddito per due persone. Astenersi curiosi e perditempo.

**Info:** tel. 059222076

### **Cedesi / negozio**

Vendesi, per cessata attività:

- scaffalatura completa (60 m lineari circa, comprese gondole, staffe, piantane, mensole ecc.) a euro 5.000;
- bancone legno 5,40 m complessivi, composto da 3 moduli rettangolari + 2 moduli angolari, con vani e cassetti: euro 2.000;
- aerea self service composta da vasca in polipropilene, pedana, soffiatore, quadro elettrico, boiler, miscelatore termostatico ecc: euro 1.000;
- merce a stock: collari, guinzagli, ciotole, cappottini, giochi ecc, (valore acquisto euro 8.000) si valutano proposte;
- macchina incisione medagliette + 100 medagliette omaggio: euro 2.000.

**Info:** [negoziodeglianimali@libero.it](mailto:negoziodeglianimali@libero.it) / cell.3386268747

### **Cedesi / attività**

A Milano zona San Siro, cedesi attività di pet shop con annessa toelettatura. Prezzo euro 40.000

**Info:** Gerry cell. 3331303748

## COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO

LA BACHECA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato via e-mail ([info@zampotta.it](mailto:info@zampotta.it)) precisando se nell'annuncio devono comparire i vostri dati oppure se desiderate restare anonimi. Tutti gli annunci, anche quelli anonimi, devono essere completi di nome, cognome, indirizzo, telefono ed eventualmente fax ed e-mail. La redazione si riserva il diritto di accettare la pubblicazione degli annunci. Zampotta Pet Business offre esclusivamente un servizio, non riceve provvigioni sulle contrattazioni, non effettua commerci, non è responsabile per la qualità, la provenienza e la veridicità delle inserzioni.



# CONTATTI

BUSINESS CONTACTS

## ACQUARI & CO. / FISH & CO.

-  **Acquariolandia Italia** **tel. e fax 024598320**  
Via F. Rismondo, 119 - 20153 Milano  
acquariolandia@tiscali.it
-  **All Pet S.r.l.** **0296450470**  
**fax 0296450464**  
Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA)  
www.allpet.it - info@allpet.it
-  **Also S.r.l.** **090632636**  
**fax 0906258082**  
SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina  
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
-  **Aquaria Tech** **0803540025**  
**fax 0803522501**  
Via G. Tauro, 3/E - 70124 Bari  
www.aquariattech.com - office@aquariattech.com
-  **Aquaristica S.r.l.** **0516814188**  
**fax 0516814294**  
Via A. Labriola, 10/12 - 40010 Sala Bolognese (BO)  
www.aquaristica.it - aquaristica@aquaristica.it
-  **Aquatronica** **05221472375**  
Via Garonna, 2/B - 42124 Reggio  
www.aquatronica.com - info@aquatronica.com
-  **Aquili Andrea** **tel. e fax 0731288091**  
Via Abruzzi, 10 - 60030 Monsano (AN)  
www.aquili.it - info@aquili.it
-  **Askoll Uno S.r.l.** **0444930260**  
**fax 0444930380**  
Via Industria, 30 - 36031 Povolara di Dueville (VI)  
www.askoll.com - askoll@askoll.com
-  **Bionatura Impianti S.r.l.** **0399241247**  
**fax 0399201971**  
Via Alpi, 5 - 23873 Missaglia (LC)  
www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it
-  **CE.A.B. di Ferrari Pierluigi** **0302667121**  
**fax 0302168469**  
Via Pietro Rescatti, 20 - 25124 Foltziano (BS)  
www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it
-  **Croci S.p.a.** **0332870860**  
**fax 0332462439**  
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)  
www.croci.net - info@croci.net
-  **Elos S.r.l.** **0457952142**  
**fax 0456371815**  
Via Torricelli, 32 - 37067 Valeggio sul Mincio (VR)  
www.eloseurope.com - info@eloseurope.com
-  **Ferplast S.p.a.** **0445429111**  
**fax 0445429115**  
Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI)  
www.ferplast.com - info@ferplast.com
-  **Hydor S.r.l.** **04248877**  
**fax 0424887887**  
Via Voiron, 27 - 36061 Bassano del Grappa (VI)  
www.hydor.com - info@hydor.com
-  **Iemmi Ermanno** **tel. e fax 059386076**  
Via Viazza, 120 - 41010 Ganaceto (MO)  
www.iemmierrmannoacquari.com - iemmi.ermann@tiscalinet.it
-  **Kuda Tropical Fish S.r.l.** **0373234461**  
**fax 0373236714**  
Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR)  
www.kudafish.it - info@kudafish.it
-  **Oase Italia S.r.l.** **0424590866**  
**fax 0424827342**  
Via delle Industrie, 16 - 36050 Cartigliano (VI)  
oase-livingwater.com - info.it@oase-livingwater.com
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**  
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia  
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Porsa Italy S.r.l.** **0302650248 - 0302150016 - 0302650211**  
**fax 0302151221 - 0302158315**  
Via Romolo Gessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS)  
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com

## Legenda

-  alimenti / food
-  accessori / accessories
-  igiene e cura / pet care
-  vivo / live pets

-  **Pro.D.Ac. International S.r.l.** **0495971677**  
**fax 0495971113**  
Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD)  
www.prodacinternational.it - info@prodac.it
-  **Reef International S.a.s.** **0331792443**  
**fax 0331772839**  
Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA)  
www.reef-international.com - reefint@tin.it
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**  
**fax 0241291840**  
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
www.recordit.com - record@recordit.com
-  **Spectrum Brands Italia** **0290448310**  
**fax 0290756096**  
Via Ludovico il Moro, 6 - 20060 Basiglio (MI)  
www.spectrumbrands.com - info@spectrumbrands.com
-  **TAF Trans Aquarium Fish** **0119866465**  
**fax 0119866143**  
Via Casale, 27 - 10060 Scalenghe (TO)  
www.tafsrl.to - info@tafsrl.to
-  **Teco S.r.l.** **0544408333**  
**fax 0544280084**  
Via A. Sansovino, 35 - 48124 Ravenna  
www.teconline.com - teco@teconline.com
-  **Trixie Italia S.p.a.** **0444835329**  
**fax 0444833352**  
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**  
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)  
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**  
**fax 0759656020**  
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
-  **Zolux Italia** **0516414318**  
Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna  
www.zolux.com - info@zolux.it
- 
- ## CANI & GATTI / DOGS & CATS
-  **Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l.** **092423013**  
**fax 092422424**  
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP)  
www.adragna.net - info@adragna.it
-  **Affinity Petcare Italia S.r.l.** **0289633029**  
**fax 0266719002**  
Via F. Turati, 40 - 20121 Milano  
www.affinity-petcare.com
-  **Agras Delic S.p.a.** **010588586**  
**fax 010588914**  
Via San Vincenzo, 4 - 16121 Genova  
www.schesir.it - contact@agras-delic.com
-  **Aldog** **0363938698**  
Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG)  
www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it
-  **Almo Nature S.p.a.** **010253541**  
**fax 0102535498**  
P.zza dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova  
www.almonature.eu - info@almo.it
-  **Alpi Service S.n.c.** **011975941**  
**fax 011974453**  
Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN)  
www.alpiservice.com - info@alpiservice.com
-  **Animali.it** **0293591343**  
**fax 0293591343**  
Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI)  
www.animali.it - info@animali.it
-  **Avitabile Napoleone S.r.l.** **0815737519**  
**fax 0815737522**  
Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA)  
avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tevwua.it  
www.tevwua.it
-  **Baldecchi S.n.c.** **0559705281**  
**fax 0559705352**  
Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)  
www.baldecchi.it - baldecchisnc@baldecchi.it



	<b>Ballatore Pietro</b> Via Gasperina, 96 - 00118 Roma www.ballatoreroma.com - info@ballatoreroma.com	<b>tel. e fax 067236701</b>		<b>Farm Company S.r.l.</b> Via Amendola, 532 - Regione Spolina - 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it	<b>015511310 fax 0158129259</b>
	<b>Bama S.p.a.</b> Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU) www.bamagroup.com - info@bamagroup.com	<b>0583286353 fax 0583287754</b>		<b>Farmina Pet Foods Italia</b> Via Nazionale delle Puglie - 80035 Nola (NA) www.farmina.com - info@farmina.it	<b>0818236000 fax 0815121235</b>
	<b>Bayer S.p.a.</b> V.le Certosa, 130 - 20156 Milano www.vetclub.it - www.petclub.it	<b>0239781 fax 0239784660</b>		<b>Fashion Dog S.r.l.</b> Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it	<b>0596232450 fax 059687984</b>
	<b>B.Braun Milano S.p.a.</b> Via V. da Seregno, 14 - 20161 Milano www.bbraun.com - servizio.clienti@bbraun.com	<b>02662181 fax 0266218290</b>		<b>Faza S.r.l.</b> Via Casilina Km 22,600 - 00040 Laghetto Di Montecompatri (RM) www.areapet.it - info@areapet.it	<b>069476129 fax 069476033</b>
	<b>Boehringer Ingelheim Animal Health Italia S.p.a.</b> Via Giovanni Lorenzini, 8 - 20139 Milano www.merial.com - merial.italia@merial.com	<b>02535581 fax 025355822</b>		<b>Ferplast S.p.a.</b> Via I. Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	<b>0445429111 fax 0445429115</b>
	<b>Camon S.p.a.</b> Via Lucio Cosentino, 1 - 37041 Albaredo d'Adige (VR) www.camon.it - camon@camon.it	<b>0456608511 fax 0456608512</b>		<b>Ferriella S.p.a.</b> Strada Trossi, 33 - 13871 Verrone (BI) www.ferriella.it - info@ferriella.it	<b>0152558103 fax 0152558083</b>
	<b>Candioli S.p.a.</b> Via Manzoni, 2 - 10092 Beinasco (TO) www.candioli.it - info@candioli.it	<b>0113490232 fax 0113490526</b>		<b>Formevet S.r.l.</b> Via Savona, 97 - 20144 Milano www.formevet.com - vetline@formevet.it	<b>024345891 fax 0243458922</b>
	<b>Carbone Pet Products S.r.l.</b> Via Antonio Gramsci, 1537 - 51036 Larciano (PT) www.petproductscarbone.it - info.petproductscarbone.it	<b>0573837868 fax 0573859163</b>		<b>Forza10/SANYpet S.p.a.</b> Via Austria, 3 - 35023 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com	<b>0429785401 fax 0429767006</b>
	<b>Cerberus S.r.l. a s.u.</b> Via Sant'Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.cerberus-pet.com - info@cerberus-pet.com	<b>03965591 fax 0396559244</b>		<b>Ghedda Mangimi S.r.l.</b> Via Comuna Santuario, 1 - 46035 Ostiglia (MN) www.ghedda.it - ghedda@ghedda.it	<b>038632677 fax 038632664</b>
	<b>Cesarano S.a.s.</b> Via Nolana - 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - loredana@cesarano.it	<b>0818507330 fax 0818507467</b>		<b>Gimborn Italia S.r.l.</b> Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimborn.eu/it - marketing@gimborn.it	<b>05225452 fax 0522945365</b>
	<b>Ceva Salute Animale S.p.a.</b> Via Colleoni, 15 - 20041 Agrate Brianza (MI) www.ceva.com - marketing.italy@ceva.com	<b>03965591 fax 0396559244</b>		<b>Heiniger AG</b> Industrieweg 8 - 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland) www.heiniger.com - kontakt@heiniger.com	<b>+41/62/9569200 fax +41/62/9569281</b>
	<b>Chemi-Vit S.r.l.</b> Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com	<b>0522887959 fax 0522888200</b>		<b>Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l.</b> Via A.G. Eiffel, 15 - 00148 Roma www.hillspet.it	<b>06545491 fax 0654549560</b>
	<b>Ciam S.r.l.</b> Via Piemonte, 4 - 63100 Ascoli Piceno (AP) www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it	<b>0736250484 fax 0736257854</b>		<b>Imac S.r.l.</b> Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	<b>0444482301 fax 0444482500</b>
	<b>Coltelleria Polla</b> Via Vochieri, 69 - 1500 Alessandria www.polladino.com - lipolla@libero.it	<b>tel. e fax 0131264774</b>		<b>Innovet Italia</b> Via Einaudi, 13 - 35030 Saccolongo (PD) www.innovet.it - innovet@innovet.it	<b>0498015583 fax 0498015737</b>
	<b>Croci S.p.a.</b> Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net	<b>0332870860 fax 0332462439</b>		<b>Italsystem S.a.s.</b> Via Corciano, 14 - 47924 Rimini www.lallsystems.com - info@lallsystems.com	<b>0541731428 fax 0541731328</b>
	<b>Disegna Group</b> Via Marsan, 28/30 - 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it	<b>0424471424 fax 0424476392</b>		<b>Landini Giuntini S.p.a.</b> Via Rosa Luxemburg, 30 - 06012 Citt. di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it	<b>075851781 fax 0758517804</b>
	<b>Diusa Pet S.r.l.</b> S.P. per Lardirago, 8 - 27010 Marzano (PV) www.diusapet.it - info@diusapet.it	<b>0382947500 fax 0382947488</b>		<b>Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.</b> Via L. Da Vinci, 21 - 57123 Livorno www.laviosa.it - lcm@laviosa.it	<b>0586434000 fax 0586434210</b>
	<b>Dog Line S.n.c.</b> Via Della Tecnica, 28 - 36043 Camisano Vicentino (VI) www.dogline.it - dogline@dogline.it	<b>0444240653 fax 0444532511</b>		<b>Lazzari Luigi S.r.l.</b> Via Borgo Antico, 9 - 24031 Almenno San Salvatore (BG) www.lazzarigabbie.it - info@lazzarigabbie.it	<b>035640118 fax 035644927</b>
	<b>Dorado S.r.l.</b> Via Romea, 10 - 30010 Monsole di Cona (VE) www.baubon.it - infoservice@baubon.it	<b>042659140 fax 0426308158</b>		<b>Life Petcare S.r.l.</b> Via di Basserone, 57 - 52041 Badia al Pino (AR) www.lifeptecare.it - info@lifeptecare.it	<b>tel. e fax 0575411013</b>
	<b>Due Erre &amp; C. S.n.c.</b> Via Pradazzo, 1/D - 40012 Calderara di Reno (BO) www.snackforpet.it - info@snackforpet.it	<b>0516466149 fax 0516467654</b>		<b>Lory Progetti Veterinari S.r.l.</b> Via Buozzi, 3/A - 42025 Cavriago (RE) www.loryprogettiveterinari.it	<b>3929091598</b>
	<b>Eagle S.r.l.</b> Via Pavoncella, 8 - 56010 Migliarino Pisano (PI) www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it	<b>tel. e fax 050803275</b>		<b>Mantovani Pet Diffusion S.r.l.</b> Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	<b>051969413 fax 051969348</b>



-  **Marpet S.r.l.**  
Via Don Sasselii d'Era, 13 - 37041 Albaredo d'Adige (PD)  
www.marpet.it - info@marpet.it
- 0456600134  
fax 0457000124**
-  **Mars Italia S.p.a.**  
V.le Milano Fiori Str. 2 Pal C3 - 20090 Assago (MI)  
www.pedigree.it
- 025776111  
fax 0257510890**
-  **Mennuti Group S.r.l.**  
Via Ponte Carretano, 10/14 - 50050 Carreto Guidi (FI)  
www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it
- 0571581661  
fax 0571580016**
-  **Merini Maurizio**  
Via Baveno, 7/A - 00166 Roma  
www.merinionline.it - maurizio.merini@libero.it
- tel. e fax 0661560728**
-  **Mister Pet S.p.a.**  
Via Pedemontana, 35 - 43029 Mamiano di Traversetolo (PR)  
www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com
- 0521340323  
fax 0521340319**
-  **Monge & C. S.p.a.**  
Via Savigliano, 31 - 12030 Monasterolo di Savigliano (CN)  
www.monge.it - info@monge.it
- 0172747111  
fax 0172747198**
-  **Morando S.p.a.**  
Via Chieri, 61 - 10020 Andezeno (TO)  
www.morando.it - morando@morando.it
- 0119433311  
fax 0119434289**
-  **Mp Bergamo S.r.l.**  
Via Passerera, 2/C - 24060 Chioduno (BG)  
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
- 0358361301  
fax 0354496738**
-  **MPS 2 S.r.l.**  
Via Zambon, 17 - 36051 Creazzo (VI)  
www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it
- 0444572190  
fax 0444370902**
-  **MSD Animal Health Italia**  
Via Fratelli Cervi, snc - Centro direzionale MilanoDue  
Palazzo Borromini - 20090 Segrate (MI)  
www.exspot.it - www.scalibor.it
- 02516861  
fax 0251686685**
-  **MSM Pet Food S.r.l.**  
Via dell'Agricoltura, 5 - 25028 Verolanuova (BS)  
www.msmpetfood.com - amministrazione@msmpetfood.com
- 0309361245  
fax 0309921858**
-  **My Factory S.r.l.**  
Via Olivetti, 7/9 - 10020 Riva Presso Chieri (TO)  
www.my-factory.it - info@my-factory.it
- 0119401249**
-  **My Family S.r.l.**  
Strada Solero, 1/A - 15048 Valenza (AL)  
www.myfamily.it - info@myfamily.it
- 0131950063  
fax 0131952944**
-  **Naturina S.a.s.**  
Via Bobbio, 1/3 rosso - 16137 Genova  
www.naturina.it - info@naturina.it
- 0109415459  
fax 0108392921**
-  **Nestlé Purina Petcare S.p.a.**  
Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI)  
www.purina.it
- 0281811  
800-525505  
fax 0281817133**
-  **N.P. Industries S.r.l.**  
Via Valcellina, 37 - 33097 Spilimbergo (PN)  
www.professionalpets.it - info@professionalpets.it
- 0432699322  
fax 0427488000**
-  **Nuova Cuoio**  
Via Lufrano, 69 - 80040 Volla (NA)  
www.eurocuoio.it - info@eurocuoio.it
- 0817744833  
fax 0817735989**
-  **On Site S.r.l.u.**  
Via Nazionale, 5 - 23012 Castione Andevenno (SO)  
www.onsite.pet - info@onsite.pet
- 0342200070  
fax 0342211815**
-  **Original Legno Italia S.a.s. di Maltese & C.**  
Zl.C.da Fegotto - 91013 Calatafimi Segesta (TP)  
www.original-legno.it - info@original-legno.it
- 0924514511  
fax 0924515292**
-  **Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r.l.**  
Via San Maurizio 184/15 - 10073 Cirié (TO)  
www.petitamis.it - info@petitamis.it
- 3334168155  
0119222641  
fax 0119224084**
-  **Petness S.a.s. di Circuri G. & C.**  
Via Tullio Ascarelli, 181 - 00166 Roma  
italia@smartbones.com - info@petness.it
- 0666182041**
-  **Pets Fitness**  
Via Soderini, 8 - 60027 Osimo (AN)  
www.petsfitness.com - info@petsfitness.com
-  **Pet Village S.r.l.**  
Via Stradello, 35 - 48124 Madonna dell'Albero (RA)  
www.petvillagesrl.it - info@petvillage.it
- 054464418  
0544471768  
fax 0544479252**
-  **Pineta Zootecnici**  
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia  
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
- tel. e fax 0522553616**
-  **Porrini Pet S.r.l.**  
Via Einaudi, 1 - 25086 Rezzato (BS)  
www.porrinipet.it - info@porrinipet.it
- 0302791814  
fax 0302793319**
-  **Rebo S.r.l.**  
Via Mestre, 31 - 21050 Cairate (VA)  
www.happydog.it - www.happycat.it - info@happydog.it
- 0331502700  
fax 0331502703**
-  **Rinaldo Franco S.p.a.**  
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
www.recordit.com - record@recordit.com
- 0248376157  
fax 0241291840**
-  **Royal Canin Italia S.r.l.**  
Via Anton Checov, 50/2 - 20151 Milano  
www.royalcanin.it - info@royal-canin.it
- 023347611  
fax 0233490091**
-  **Sepiolsa S.a.**  
Via General Govone, 56 - 20155 Milano  
www.sepiolsa.com - info.sepiolsa.com
- 0233610725  
fax 023319855**
-  **Slow Global**  
Cascina Malcotta - 13010 Stroppiana (VC)  
www.slowglobal.com - slowglobal@gmail.com
- 0161219438  
fax 0161220542**
-  **Stefanplast S.p.a.**  
Via Piazza, 47 - 36020 Castegnero (VI)  
www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it  
comm.estero@stefanplast.it
- 0444639011  
fax 0444638315**
-  **Ticinese Petfood S.r.l.**  
Via Vigentina, 102 - 27100 Pavia  
www.laticinese.it - info@laticinese.it
- 0382573789  
fax 0382575576**
-  **Trixie Italia S.p.a.**  
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it
- 0444835329  
fax 0444833352**
-  **Velma Group S.r.l.**  
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)  
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
- 0423715319**
-  **Vema Petfood & Care S.r.l.**  
Via Lura, 236 - 21042 Caronno Pusterla (VA)  
www.vemapetfood.it, info@vemapetfood.it
- 0249474139**
-  **Visan Italia**  
Via Sistina, 149 - 00187 Roma  
www.visanpet.it - info@visanpet.it
- 0694800700**
-  **Vitakraft Italia S.p.a.**  
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
- 075965601  
fax 0759656020**
-  **Wahl Italia S.r.l.**  
Via Piero Gobetti, 52 - 40129 Bologna  
www.wahl-animal.com - info@wahlitalia.com
- 051374253**
-  **WINNER Pet Food Solution S.r.l.**  
Via Italia, 4 - 00060 Capena (RM)  
www.winnerplus.eu - info.winnerplus.eu
- 0690375587**
-  **Wonderfood S.p.a.**  
Strada dei Censiti, 2 - 47891 Repubblica di San Marino  
www.wonderfood.com - info@wonderfood.com
- 0549943311  
fax 0549943312**
-  **Zolux Italia**  
Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna  
www.zolux.com - info@zolux.it
- 051754816  
051759896**
-  **Zoo Planet S.r.l.**  
Via Malcantone, 7 - 35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info.zooplanet.it
- 0233610725  
fax 023319855**



## UCCELLI / BIRDS

-  **All Pet S.r.l.**  
Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA)  
www.allpet.it - info@allpet.it  
**0296450470**  
**fax 0296450464**
-  **Borgovit S.r.l.**  
Via Roma, 48 - 22046 Merone (CO)  
www.borgovit.it - info@borgovit.it  
**031650344**  
**fax 031651419**
-  **Chemi-Vit S.r.l.**  
Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE)  
www.chemivit.com - info@chemivit.com  
**0522887959**  
**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.**  
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)  
www.fiory.com - info@fiory.com  
**0341530138**  
**fax 0341530392**
-  **Formevet S.r.l.**  
Via Savona, 97 - 20144 Milano  
www.formevet.com - info@formevet.it  
**024345891**  
**fax 0243458922**
-  **Imac S.r.l.**  
Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it  
**0444482301**  
**fax 0444482500**
-  **Manitoba S.r.l.**  
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)  
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com  
**tel. e fax 0375310418**
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.**  
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)  
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com  
**051969413**  
**fax 051969348**
-  **Max Ornithology S.r.l.**  
Via Monte Santo, 1 - 31037 Loria (TV)  
www.pappagalli.com - info@pappagalli.com  
**tel. e fax 0423485691**
-  **Mp Bergamo S.r.l.**  
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG)  
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com  
**0358361301**  
**fax 0354496738**
-  **Nestlé Purina Petcare S.p.a.**  
Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI)  
www.purina.it  
**0281811**  
**800 525505**  
**fax 0281817133**
-  **Pineta Zootecnici**  
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia  
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com  
**tel. e fax 0522553616**
-  **Rinaldo Franco S.p.a.**  
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
www.recordit.com - record@recordit.com  
**0248376157**  
**fax 0241291840**
-  **Trixie Italia S.r.l.**  
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it  
**0444835329**  
**fax 0444833352**
-  **Valman S.r.l.**  
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)  
www.padovanpetfood.com - info@valman.it  
**0444975663**
-  **Velma Group S.r.l.**  
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)  
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com  
**0423715319**
-  **Vergerio Mangimi S.r.l.**  
Via Roma, 56 - 35010 Cadoneghe (PD)  
www.canary.it - info@canary.it  
**049700622**  
**fax 049703440**
-  **Vitakraft Italia S.p.a.**  
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it  
**075965601**  
**fax 0759656020**
-  **Viten S.r.l.**  
Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD)  
www.viten.it - info@viten.it  
**0432664401**  
**fax 0432679043**



**Zoo Planet S.r.l.**  
Via Malcantone, 6 - 35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

**0499350400**  
**fax 0499350388**

## PICCOLI MAMMIFERI / 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  
**0341530138**  
**fax 0341530392**
-  **Formevet S.r.l.**  
Via Savona, 97 - 20144 Milano  
www.formevet.com - info@formevet.it  
**024345891**  
**fax 0243458922**
-  **Gimborn Italia S.r.l.**  
Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia  
www.gimborn.eu/it - marketing@gimborn.it  
**05225452**  
**fax 0522945365**
-  **Imac S.r.l.**  
Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it  
**0444482301**  
**fax 0444482500**
-  **Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.**  
Via L. Da Vinci, 21 - 57123 Livorno  
www.laviosa.it - laviosaminerals@laviosa.com  
**0586434000**  
**fax 0586434210**
-  **Manitoba S.r.l.**  
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)  
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com  
**tel. e fax 0375310418**
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.**  
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)  
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com  
**051969413**  
**fax 051969348**
-  **Mp Bergamo S.r.l.**  
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG)  
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com  
**0358361301**  
**fax 0354496738**
-  **Nestlé Purina Petcare S.p.a.**  
Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI)  
www.purina.it  
**0281811**  
**800 525505**  
**fax 0281817133**
-  **Pineta Zootecnici**  
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia  
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com  
**tel. e fax 0522553616**
-  **Rinaldo Franco S.p.a.**  
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
www.recordit.com - record@recordit.com  
**0248376157**  
**fax 0241291840**
-  **Trixie Italia S.r.l.**  
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it  
**0444835329**  
**fax 0444833352**
-  **Valman S.r.l.**  
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)  
www.padovanpetfood.com - info@valman.it  
**0444975663**
-  **Velma Group S.r.l.**  
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)  
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com  
**0423715319**
-  **Vitakraft Italia S.p.a.**  
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it  
**075965601**  
**fax 0759656020**
-  **Viten S.r.l.**  
Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD)  
www.viten.it - info@viten.it  
**0432664401**  
**fax 0432679043**
-  **Croci S.p.a.**  
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)  
www.croci.net - info@croci.net  
**0332870860**  
**fax 0332462439**

## RETTILI & ANFIBI / REPTILES & AMPHIBIANS





**Fioretta Rag. Gianni S.n.c.**  
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)  
www.fioretta.com - info@fioretta.com

**0341530138**  
**fax 0341530392**



**Imac S.r.l.**  
Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it

**0444482301**  
**fax 0444482500**



**Mantovani Pet Diffusion S.r.l.**  
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)  
www.mantovanipetdiffusion.com  
mantovani@mantovanipetdiffusion.com

**051969413**  
**fax 051969348**



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

**tel. e fax 0522553616**



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

**0248376157**  
**fax 0241291840**



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

**0444835329**  
**fax 0444833352**



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

**0423715319**



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

**075965601**  
**fax 0759656020**

## MARKETING & SERVIZI



**GBS Marketing**  
Moselstrasse, 2 - 63322 Rodemark (Germany)

**06/61662407**  
**fax 06/97247039**



**IPV Pack S.r.l. Unipersonale**  
Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E  
35010 Carmignano di Brenta (PD)  
www.ipvpack.com - info@ipvpack.com

**06/61662407**  
**fax 06/97247039**



**Masidef S.r.l. - Storedesign**  
Via Oberdan, 125 - 21042 Caronno Pertusella (VA)  
www.masidef.com - info@masidef.com

**06/61662407**  
**fax 06/97247039**



**Polypro S.p.a.**  
Via Roma, 118 - 40012 Calderara di Reno (BO)  
www.polypro.it - info@polypro.it

**06/61662407**  
**fax 06/97247039**



**Vimax S.r.l.**  
Via Rezzonico, 23 - 22100 Como  
www.zampotta.it - info@zampotta.it

**06/61662407**  
**fax 06/97247039**



**Zoo Planet S.r.l.**  
Via Malcantone, 6 - 35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

**06/61662407**  
**fax 06/97247039**

## INSERZIONISTI

Sovracoperta

**MONGE**

**BAMA**

**77**

**GHEDA MANGIMI**

**33**

II coperta

**VITAKRAFT ITALIA**

**BOEHRINGER INGELHEIM**

**67**

**MANITOBA**

**39**

III coperta

**POLYPRO**

**ANIMAL HEALTH**

**35**

**MISTER PET**

**23, 45, 63**

IV coperta

**DISEGNA GROUP**

**CESARANO**

**59**

**MONGE**

**19**

**DORADO**

**100**

**MPS2**

**47**

**ENPA**

**53**

**MYFAMILY**

**2-3**

**FIORETTA**

**27, 28**

**REBO**

**51**

**FRESKISSIMO**

**RINALDO FRANCO**

**1, 55, 65**

**Zampotta**  
PET BUSINESS

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei PetShop

LUGLIO / AGOSTO 2020 - N° 6



**Ufficio pubblicità**

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

**Representative for the U.S. and Canada**

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

**Servizio Abbonamenti**

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

**Stampa**

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

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.



Zampotta Magazine



328 9226601



ZampottaMag



zampotta magazine

**Direttore editoriale**

Cristina Mandaglio

**Direttore responsabile**

Cristina Mandaglio  
cristinamandaglio@zampotta.it

**Coordinatore editoriale**

Valeria Longhi  
valeria.longhi@zampotta.it

**Revisore Scientifico e settore veterinario**

Cristiano Papeschi

**Hanno collaborato a questo numero:**

Marina Moretti, Sahara Sebastiani, Daniela Grazia-  
dio, Francesca de Carolis, Alessio Lavacchi, Fran-  
cesco Caruccio, Filippo Giunti, Giuseppe Tripodi,  
Tiziana Solidoro, Nicola Benincasa, Silvia Marini,  
Giuseppe Di Domenico, Dorian Chianese, Lorena  
Quarta, Gianni Ravazzi, Cristiano Papeschi, Ales-  
sandro Mancini, Valerio Zupo

**Direzione e Redazione**

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

**Segreteria di Redazione**

valeria.longhi@zampotta.it

**Produzione grafica**

otq pro.creative s.n.c.

**Note Legali**

Optas nullupta nestio omnimet, simi, quae id ulparum que si autatqui cupat am  
faccat aut velibus anient estibusam qui ommolot fuga. Us audaere strunt in rerica  
consediste volonariates eatur aute dolore ommolestis necae ommodi re sendi ac-  
cupitis dudsam quodis eosandu cipsanis eudent, ut audias am quo molorum quo  
bea volorum volorepe eiuscine nienienentem etureculpa quid que doluptatur aut  
ad quae excaequatur? Quidion parum quat.

Equi cullaut aesticia nonsequi volonit hitias ut maionse ceatiustotas sitis paruptia  
natiandae pro moluptatur, quatae rero torum ut aut lignimint rerero eos repra  
volum unt, volocita tisis, torest, optatatur? Qui volorec atiumqui lassit evenimus,  
consedion explanda pliqui berit eacrimin culpa sin conseqs dia poreiunda  
quam veliquata volum nem quo eaque parum landi dolupti busamusa delesto  
rectatendus eaquatorio. Ut aut re odion nimus ut lani dolut a volupta dipsape  
natibus, qui rem idignih icicisus ea volore peratur simendic tenias is mo eiumend  
udante omniate niscient fugitnis es magnisq uatenitatur? Quiam rest quis idus  
sitate. Namus et acium fuga.

Mo mo qui odi occatibus sin et, sendit, si doluptatum voluptus, volost volupta  
sum is eum labore perorum, unt, sandus moles enis aliqui sendiat esenihic ciasio  
consequam fuga. Optaquis endebiscis erro te volupta erubstrum solupta et evel  
imetur et ipsunt que nos eristibusam, ulliquae plaborro inulpar ciminciasit  
quia quatecea que rest, voluptatem veliquae. Rati debis re, officio repero de-  
rum conse consecu ptatur autas nonsed que vent es quam voluptunt verupta  
quiam labori doluptatum rescia quidesequis eos erunt ut es expel is dolessimet  
acestru metur?

Ectur, officii doluptat.

Ebis etum anim ipsandis exeriam fugia quissimos mod magnam ulparup tatum  
reius mo ius molupta doluptunt anda sitio veliam, sumque pe ipicilit, comem de-  
sequi delibus, qui quas pe se et re, volore samendist, aliquo etur. estur? Aximpori

**Vorresti  
in un batter d'occhio  
imprimere nella mente dei consumatori  
la genuinità e l'origine naturale dei tuoi prodotti  
ma non hai ancora trovato una soluzione  
sicura, accattivante ed allo stesso tempo conveniente?**

## Non scoraggiarti!

Con gli espositori  
del sistema **Più Vendite con Zero Rotture**  
sbaragliare i concorrenti e diventare la scelta preferita dei consumatori  
non è più un traguardo costoso ed irraggiungibile.

*"Un prodotto di successo passa sempre  
da una strategia di vendita al dettaglio di successo."*



**NOVITÀ  
da oggi anche  
a NOLEGGIO!**

**WUDLIKE**  
collection

- 🌱 Realizzati con il 73% di materie prime riciclate
- 🌱 Robusti e di grande impatto visivo
- 🌱 Facili e veloci da allestire

Disponibili solo per produttori/distributori

Gli espositori della **collezione WUDLIKE** derivano direttamente dai modelli universali prodotti da Polypro S.p.A. e rappresentano una delle quattro colonne portanti del **sistema Più Vendite con Zero Rotture**.

Questa metodologia ha l'obiettivo di offrire alle aziende uno strumento appositamente studiato per far **aumentare le vendite** all'interno dei negozi al dettaglio, **riducendo contemporaneamente i costi di distribuzione**.

**Scopri di più su: [www.bit.ly/wudlike](http://www.bit.ly/wudlike)**



SCANSONAMI

# Pronature<sup>®</sup>

Holistic



MADE IN  
FAIT AU CANADA

FAMILY-OWNED | ENTREPRISE FAMILIALE

Simply natural!

NATURE'S  
AWESOMENESS  
UNLEASHED



**Solo il meglio che la natura può offrirgli!**

50

1969 - 2019

PLB  
INTERNATIONAL

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

*Pronature Holistic non contiene sottoprodotti nè additivi chimici o artificiali.*

NEI MIGLIORI NEGOZI SPECIALIZZATI

[www.pro-nature.it](http://www.pro-nature.it)

[info@disegnagroup.it](mailto:info@disegnagroup.it) - Tel. 0424 471424

distributore esclusivo

**DISEGNAGROUP**

**PETS  
CHOICE**  
[www.petschoice.it](http://www.petschoice.it)