

Zampotta

PET BUSINESS

MAGGIO 2023 - N° 4

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

I CLIENTI SONO TUTTI UGUALI

ma alcuni sono più uguali di altri

CONOSCI DAVVERO IL TUO CLIENTE?

L'Editoriale di Cristina Mandaglio

GESTIRE UN DIPENDENTE DAL CARATTERE DIFFICILE

ma con ottime skill

FAI VIVERE AL TUO CLIENTE UN'ESPERIENZA MEMORABILE

con il marketing esperienziale

- Gemon: un nuovo inizio!

HIGH PREMIUM QUALITY
Gemon
MADE IN ITALY



NEW



HIGH PREMIUM QUALITY
Gemon®

MADE IN ITALY

Gemon è una linea di alimenti completi secchi e umidi per cane e per gatto. Tutte le ricette sono **Made in Italy**, **altamente appetibili** e formulate con i nutrienti essenziali per favorire il benessere quotidiano dell'animale. Il nuovo design è caratterizzato dall'illustrazione in bianco e nero, che identifica il target di riferimento, e dalla fascia colorata, che definisce il gusto; inoltre i plus di prodotto sono descritti con icone chiare, semplici e intuitive.

LE CARATTERISTICHE NUTRIZIONALI



- Con **carne fresca** per un'**alta appetibilità**



- Con **riso** per un'**alta digeribilità**

GLI INGREDIENTI FUNZIONALI



- Con **prebiotici Fos - Mos** per il benessere intestinale



- Con **Yucca Schidigera** per il controllo degli odori intestinali



- Con **Glucosamina e Condroitina** per il supporto articolare e osseo



- Con **lievito di birra** per un mantello folto e morbido



MIX FEEDING DRY + WET

Abbina i prodotti con la stessa proteina animale.
Secco di giorno e umido la sera.

CANE

19

 REFERENZE

21

 REFERENZE
BOCCONCINI • BOCCONCINI

NO CRUELTY TEST

MONGE
La famiglia italiana del pet food

GREENCOMPANY

SECCO

UMIDO
BOCCONCINI • PATÉ



GATTO

12 REFERENZE SECCO

15 REFERENZE UMIDO
BOCCONCINI • PATÉ • MOUSSE



ZOOMARK 2023
INTERNATIONAL

BOLOGNA FIERE 15-17 MAGGIO
B40/C41 • PAD.30



Due Nuove ricette,
Per il suo benessere.
Per cani più sensibili



NOVITÀ!
2 Nuovi gusti.

MADE IN ITALY
Primordial
by Mister Pet

GRAIN FREE

- Cinghiale Agnello
- Sardina Tacchino
- Ricco di vitamine e minerali
Gruppo B - B2 - B3 - B6 e B12,
Ferro e Zinco
- Elevata appetibilità e digeribilità



ZOOMARK
INTERNATIONAL
15.5 → 17.5.2023
BOLOGNAFIERE-ITALY
PADIGLIONE 30
STAND C77 - C81

MISTERPET www.misterpetsrl.com

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

*Liberi di **essere** sé stessi*



ZOOMARK
INTERNATIONAL

15.5 → 17.5 · 2023

BOLOGNA FIERE - ITALY

TI ASPETTIAMO
PRESSO LO SPAZIO
PAD. 26
STAND B81 - C86

DOG COAT COLLECTION 23/24

Ogni giorno è quello giusto per volersi bene.
Per dedicare tempo e creatività a chi amiamo.
Per dare forma concreta alla nostra immaginazione.
Senza limiti.

Giocando si impara

il gioco sviluppa capacità motorie ed intellettive

VISIT US



ZOOMARK
INTERNATIONAL
BOLOGNA 15.05-17.05
Pad. 29
Stand C15 - C17

CURIOSITA':

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.



Trotto disk



Orma



Tuttomio

Trotto disk, **Orma** e **Tuttomio**, sono giochi **atossici**, che **galleggiano** e **rimbalzano**. Sono **divertenti** e **sicuri** e i vostri amici a quattro zampe non sapranno resistere. Che il divertimento abbia inizio! **Condividi le tue foto e noi le pubblicheremo!**

bama  pet

www.bamagroup.com 100% PRODOTTI ITALIANI 

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



12 mesi di protezione
contro il rischio
di trasmissione della
Leishmaniosi.

Scalibor[®]
Protector Band



ENTRA IN SCALIBOR.

Entra in un mondo di protezione.

Scalibor è il collare antiparassitario a rilascio continuo che protegge per **12 mesi** dal rischio di trasmissione della Leishmaniosi. I nostri cani, quindi anche noi e l'ambiente che ci circonda.

PROTEGGE DA:



PAPPATACI
PER 12 MESI



ZANZARE
PER 6 MESI



ZECCHÉ
PER 6 MESI



PULCI
PER 4 MESI

▶ ADATTO ANCHE
DURANTE
LA GRAVIDANZA

▶ ADATTO ANCHE
PER CUCCIOLI DALLE
7 SETTIMANE DI ETÀ

▶ IL CONTATTO OCCASIONALE
CON L'ACQUA NON NE
PREGIUDICA L'EFFICACIA



NON USARE
NEI GATTI

www.scalibor.it

#OneHealth

MSD
Animal Health

La scienza per animali più sani.®

COPERTINA

"in evidenza"

Verso nuovi orizzonti

(Monge)

6



MAGGIO 2023 - N° 4

L'EDITORIALE
di Cristina Mandaglio

7

Conosci davvero il tuo cliente?



CANI & GATTI

- 72** Quando sinergia significa benessere (Olistika)
- 76** Perché integrare la loro dieta (Formevet)
- 78** Una patologia, la sua... soluzione (Zoodiaco)
- 81** Primavera a colori (Camon)
- 82** Pronti a prendere il volo (MPS2)

- 84** Formato ridotto, stessa qualità (Life Pet Care)
- 88** Benessere e gusto per ogni cane (Oasy/Wonderfood)
- 92** Igiene a base di estratti naturali (Vitakraft Italia)
- 94** Gusto e salute anche per i cani di piccola taglia! (Rebo)

- 98** Proponi solo il meglio (Mister Pet)
- 100** Innovare, rinnovare, sorprendere (Whitebridge Pet Brands)
- 102** Per crescerli al meglio (Dorado)
- 120** È vero che... (L. Quarta)

FIERE & MARKETING

- 20** C'è offerta... e offerta (Zoomark Evento)
- 104** Pet Vision Awards: grande novità a Zoomark (Zoomark)
- 108** Sfruttare il potere dei dati (APPA)
- 111** Un mercato da scoprire (PetQuip)
- 112** Via alle iscrizioni! (Interzoo)
- 114** Guardare il mondo attraverso i suoi occhi (Zoodiaco)

PICCOLI MAMMIFERI

- 130** Il tamia striato, ottimo animale da compagnia (B. Zaverio)

ALTRI ANIMALI

- 86** Valore aggiunto per il tuo negozio (Linea 101)

UCCELLI

- 134** Occhio cerchiato... divertimento assicurato (G. Ravazzi)

ACQUARI & CO.

- 90** Sempre in salute (Prodac International)
- 123** Il cibo "vivo" intramontabile per i pesci d'acquario (A. Mancini)
- 126** Un approccio per il cliente acquariofilo: il pH (V. Zupo)

RUBRICHE

- 66** Dal commercialista
- 70** Prodotti in Vetrina
- 115** Pet App
- 116** La voce di...
- 118** Negozio del Mese
- 138** Bacheca
- 140** Contatti
- 144** Inserzionisti

BUSINESS

- 22** Tecniche di Vendita
- 26** Visual Merchandising
- 30** Marketing for Groomers
- 34** Emozioni & Business
- 40** Pubblicità & Marketing
- 46** Strategia Aziendale
- 54** Gestione Finanziaria
- 58** Comunicazione Integrata
- 62** Consigli Giuridici



ACANA™



PASSIONE PER I BUONI *ingredienti*



PER UN GUSTO
DA *Miao*



www.acana.com/it

Servizio Consumatori Numero Verde 800 555040



ZOOMARK
INTERNATIONAL
Bologna 15.5 → 17.5 • 2023
Hall 30 - Booth B16-C17



LEONARDO[®]
CAT  FOOD

BELCANDO[®]
DOG  FOOD



GLI INGREDIENTI FANNO LA DIFFERENZA

IT.BELCANDO.COM • IT.LEONARDO-CATFOOD.COM



ZOOMARK 2023
I N T E R N A T I O N A L

BOLOGNAFIERE ITALY

15.05.-17.05.2023

Vieni a trovarci
Hall 30 Booth B71-B73

l'Editoriale di
CRISTINA MANDAGLIO



CONOSCI DAVVERO IL TUO CLIENTE?

Ti sarai sicuramente chiesto, più di una volta, quali siano i meccanismi che portano l'acquirente a scegliere il tuo negozio piuttosto che un altro punto vendita concorrente.

Se è una domanda che non ti sei mai posto, è ora di farlo.

Perché per vendere e incrementare il tuo business, devi assolutamente sapere cosa cerca il tuo cliente e cosa sta alla base delle sue decisioni.

Hai mai sentito parlare della 'piramide della consapevolezza'?

Le scelte dei consumatori nei confronti di un negozio, di un prodotto o di un marchio, dipendono proprio da questo. La piramide della consapevolezza ti permette infatti di identificare quali siano le percezioni che i clienti, attuali o potenziali, provano nei confronti dei tuoi prodotti.

Possiamo definirla come una sorta di 'percorso su diversi livelli', che ha l'obiettivo di orientare le scelte dei consumatori.

Al livello base la persona non ha la consapevolezza di avere un problema e non conosce i prodotti/servizi che offri. Al secondo livello della piramide il consumatore riscontra il problema, ne diviene consapevole e inizia a valutare diverse soluzioni, mentre nello step successivo, dopo aver scoperto che esiste una soluzione, è pronto a comprare. Arriviamo ora al gradino più alto della piramide, dove ci sono le persone più consapevoli, che ti pagano: se proporrà loro il prodotto o servizio migliore, si trasformeranno in clienti.

Ovviamente non tutte le persone che entrano nel tuo negozio si trovano allo stesso livello della piramide, perché non tutti i clienti sono uguali.

Sta a te capire a quale step si trovano, quali strategie adottare e far percepire loro quali sono gli elementi che rendono la tua soluzione (il tuo prodotto o servizio) la migliore fra tutte.

Dovrai proporre un'offerta irrinunciabile, perché sono proprio le offerte la spinta che fa fare al tuo cliente il passo successivo, quello dell'acquisto.

Ti sembra complicato? Vuoi saperne di più? Vuoi conoscere tutti i meccanismi alla base delle offerte?

Allora non puoi farti sfuggire l'evento gratuito aperto a tutti che *Zoomark International* ha organizzato in collaborazione con *Zampotta Pet Business*, che avrà luogo il primo giorno del Salone, il 15 maggio, a Bologna (per tutti i dettagli, vai a pagina 20).

Troverai la sottoscritta e Nicola Benincasa, l'esperto che ben conosci per la sua rubrica mensile "Tecniche di Vendita": ti spiegheremo i diversi livelli della piramide della consapevolezza e le varie tipologie di clientela, suggerendoti un ventaglio di soluzioni e di offerte da proporre per intercettare le esigenze del proprietario pet in base al 'gradino' della piramide che occupa.

Non si tratterà soltanto di teoria, perché Nicola Benincasa ti illustrerà tutta una serie di esempi molto concreti che potrai provare a mettere in pratica non appena tornato in negozio. Ti spiegherà cosa si intende per offerte, come imparare a strutturarle e quali sono le mille variabili di problemi e soluzioni che potranno aiutarti fin da subito a migliorare il tuo marketing e le tue vendite.

All'evento, aperto a tutti, puoi iscriverti gratuitamente dal sito di *Zoomark International*.

Allora, cosa aspetti a prenotare il tuo biglietto per Bologna?

Ricorda che tu e i tuoi collaboratori avete la possibilità di visitare il Salone gratuitamente per tutti e tre i giorni: basta andare sul sito www.zoomark.it nella sezione 'e-ticket', seguire la procedura e inserire il codice omaggio offerto da *Zampotta Pet Business* **ZBF24ZMPTT**.

E non dimenticare di passare a salutarci. Ti aspettiamo al padiglione 16, stand C51!





Verso nuovi orizzonti

In un anno che si avvia a raggiungere grandi traguardi, Monge presenta in anteprima per Zampotta Pet Business la rinnovata gamma Gemon High Premium per conquistare spazi e fatturati nel tuo pet shop

Dopo un 2022 molto positivo in termini di crescita del fatturato, in cui ha superato i 477 milioni di euro, Monge & C. Spa si candida a fare passi in avanti nel ranking dei grandi produttori, che oggi vedono l'azienda al 6° posto in Europa e al 22° nel mondo.

Il 2023 è iniziato meglio di quanto stimato, con un'ulteriore crescita sul mercato Italia (+26%), un'espansione ancora più dinamica all'estero (+48% nel 1° trimestre), e un forte sviluppo in tutti e 3 i canali del mercato domestico: Specialist (+24%), GDO (+33%), Breeders (+10%).

Inoltre, a coronamento di questo promettente avvio del 2023, si registrano ottime performance per *Monge Vet Solution*, la linea di diete esclusiva per il canale specializzato, che chiude il 1° trimestre con incrementi vicini al 40% grazie alla qualità delle ricette e alla nuova struttura di informazione scientifica che sta proponendo nuove basi di cooperazione con il mondo veterinario e quello universitario.

Grande festa per i 60 anni

Parte degli incrementi registrati quest'anno è senza dubbio merito dei nuovi prodotti lanciati nell'ultimo periodo del 2022, in particolare la nuova linea di umidi per gatti *Monge Supreme* e l'innovativa e rivoluzionaria gamma di snack *Monge Gift*, con ricette monoproteiche, grain free e un basso contenuto calorico grazie a una ridotta percentuale di zuccheri. Poi



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



le nuove diete *Vet Solution* per cani, monoproteiche, nella pratica lattina da 400 g. E la nuova lettiera *Monge Easy Green Orzo 100% italiano*,



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

che ha riscontrato grande successo nel trade specializzato e che conferma la vocazione di Monge come azienda green e sostenibile non solo nel comparto bocconi, crocchette e paté, ma anche in quello delle lettiere, sempre più concentrate su formule vegetali, per uscire gradualmente dal

mercato dei prodotti a base minerale.

I risultati dei mesi iniziali incoraggiano ad avvicinarsi con fiducia alla ricorrenza dei primi 60 anni della Società. Per celebrare



insieme al fondatore Baldassarre Monge, ai suoi tre figli e a tutta la famiglia questa importante data, Monge organizzerà a giugno, subito dopo *Zoomark*, “una grande festa di compleanno” per i dipendenti, la forza vendita Specialist, GDO e Breeders, il team degli informatori veterinari, il team di promoter e merchandiser e i principali fornitori che in questi anni sono stati partner nella crescita dell’azienda in Italia e all’estero.



La famiglia Monge al completo
Monge family

Partner privilegiato dei pet shop e dei garden

Monge, come detto, nel primo trimestre 2023 ha espresso un potenziale che potrebbe portarla a superare i 600 milioni di euro di fatturato nell’anno. La crescita prevista nel 2023 si svilupperà certamente in tutta Europa ma come sempre sarà determinante il mercato italiano con lo sviluppo su 5 asset fondamentali: i pet shop e le catene pet, la GDO, il canale allevatori (in cui Monge è sempre più attiva), e infine il mondo dei veterinari e degli stakeholder del settore.

Per collaborare con queste realtà, così diverse



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

tra loro, è necessario un approccio mirato e pensato su misura, così declinato:

- *Monge* e *Gemon*, i brand esclusivi per il canale specializzato e gli allevatori professionisti, non in vendita in altri canali;
- *Excellence*, il brand studiato appositamente per la GDO;
- un corretto equilibrio tra le vendite dei pet shop e quelle online: Monge non sviluppa un proprio e-commerce per evitare competizioni con i suoi clienti partner;

TOWARDS NEW HORIZONS

This year is set to reach great goals: Monge presents in exclusive for *Zampotta Pet Business* the renovated *Gemon High Premium* range, to conquer space and turnover in your shop

2022 was a positive year in terms of turnover growth, which exceeded 477 million Euros. This year, Monge & C. Spa is taking big steps forwards in the rankings of large manufacturers: the company currently occupies 6th place in Europe and 22nd worldwide.

2023 started better than expected, with a further growth on the Italian market (+26%), a more dynamic expansion abroad (+48% in the first quarter) and a relevant progression in all three channels of the domestic market: Specialist (+24%), Large-Scale Retail Trade (+33%), Breeders (+10%).

Moreover, to boost this promising start of 2023, *Monge Vet Solution* registers an excellent performance: the line of exclusive diets for the specialized channels ends the first quarter with nearly +40%, thanks to the quality of its recipes but also thanks to the new structure of scientific information, which is establishing new collaborations with veterinarians and universities.

GREAT PARTY FOR ITS 60TH BIRTHDAY

Part of the increase recorded this year is undoubtedly related to the launch of new products in the last part of 2022, in particular the new line of wet food for cats *Monge Supreme* and the innovative and revolutionary treat range *Monge Gift*: single-protein, grain-free recipes with low calorie intake thanks to reduced sugar percentage. But also new *Vet Solution* diets for dogs, single protein and in 400g cans. As well as new litter *Monge Easy Green Barley 100% Italian*, which met with a broad success in the specialized trade and confirms Monge vocation as green and sustainable company not only on morsels, kibbles and pate, but also on litter with increasingly vegetable formulas to gradually leave the market of mineral litter.

The results of the first months suggest a confident approach to the celebration of the company’s 60 years. To celebrate this important anniversary together with founder Monge and his three children, Monge has planned a “large birthday party” in June, right after *Zoomark*: the party will be dedicated to employees, the Specialist/Large-Scale Retail Trade/Breeders sales force, the team of veterinary representatives, the team of promoters and merchandisers, the main suppliers and partners supporting the brand’s growth in Italy and abroad through the years.

PREFERENTIAL PARTNER OF YOUR SHOP

As already said, during the first quarter of 2023 the potential expressed by Monge might lead the company to exceed a turnover of 600 million Euros for this year. Expected growth for 2023 will be increasingly dynamic in the pet market in Italy and abroad, with an increase in 4 fundamental assets: specialized shops and pet chains, Italian large-scale retail trade, the breeder channel (Monge activity is increasing) and the world of veterinarians and stakeholders of the sector.

To collaborate with all these categories, so different from one another, a specific and customized approach is required, as follows:



- reti di vendita dedicate ai singoli canali, presenti in Monge ormai dal 2010;
- politiche commerciali mirate, con un approccio focalizzato e specifico per ognuno di questi canali;
- un marketing e un portafoglio prodotti unico, in grado di intercettare i nuovi trend nel settore pet;
- una struttura industriale capace di sostenere la crescita della Società nei prossimi anni in tutti i mercati, per interpretare i bisogni dei consumatori più moderni;
- un'organizzazione logistica in grado di gestire oltre 150 mila consegne all'anno;
- un livello di formazione sempre all'avanguardia in tutti i reparti dell'azienda;
- un'azienda sempre più green, per avere un posizionamento per avere un posizionamento distintivo su temi importanti quali la sostenibilità, il welfare dei dipendenti e degli amici quattro zampe.

Reti di vendita al fianco dei clienti

Nel 2010, quando la Società lanciò sul mercato *Monge Natural Superpremium*, avvenne una piccola rivoluzione in un comparto dove i grandi brand mondiali coprivano una buona fetta delle quote disponibili. Monge presentò una gamma di prodotti innovativa e contestualmente avviò un progetto di riorganizzazione delle reti di vendita con tre team esclusivi, uno per il mercato specializzato, l'altro per la GDO, e con una nuova struttura di agenti breeders, quindi composta da veri professionisti del settore, per rivolgersi in modo sempre più dinamico al mondo degli allevatori. Successivamente, nel 2015, con il lancio di *Monge Vet Solution*, venne creata la rete di informazione scientifica veterinaria a supporto delle vendite Specialist.



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

La stessa logica è stata portata avanti con successo all'estero da Domenico Monge e il suo team, che oggi ha raggiunto il 30% del fatturato totale della Società. Il team estero è composto dal Direttore Export e da export

- *Monge* and *Gemon*, the exclusive brands for the specialist channel and professional breeders, not available in other channels.
- *Excellence*, the brand specifically suited for large-scale retail trade.
- a correct balance between sales of specialist and on-line shops: Monge does not create its own e-commerce to avoid competitions with its partner customers.
- sales networks dedicated to single channels, activated by Monge since 2010.
- specific commercial policies, with focused and specific approach for each channel.
- unique marketing and product portfolio, capable to intercept new pet trends.
- an industrial structure capable to support the company's growth in the next years in all markets, to meet the needs of the most modern customers.
- a logistic organization capable to manage over 150,000 deliveries per year.
- up-to date training in all the company's departments.
- becoming an increasingly green company, with a distinguishing position on important issues such as sustainability, the welfare of employees and pets.

SALES NETWORKS DEDICATED TO CUSTOMERS

In 2010, when the company launched *Monge Natural Superpremium* on the market, a small revolution occurred in a segment where large world brands covered a huge part of available shares. Monge presented a range of innovative products and, at the same time, it reorganized its sales network with three teams dedicated to specialist and large-scale retail trade, plus a new structure of breeders representatives with real experts to address the breeder sector even more dynamically. In 2015, with the launch of *Monge Vet Solution*, the company created the veterinary sales network supporting Specialist sales.

The same logic was successfully applied to the foreign sector by Domenico Monge and its team, which currently reached 30% of Monge global turnover. The team includes an Export Manager and a team of managers coming from all over the world (with relevant female quotas) focusing on the company's development in Europe and in the world: Monge currently distributes its products to over 105 countries.

The sales network in Italy consists of mainly Specialist exclusive agents: they are specifically managed by Specialist Area Managers and Large-Scale Retail Trade Area Managers, coordinated by 2 Italy Sales Managers, in charge with targets and commercial and financial goals in the two channels.

The network of Veterinary representatives now includes 36 collaborators, coordinated by a Channel Manager. Its main goal is to create awareness on the elevated quality of *Monge Natural Superpremium* products in the veterinary sector, mainly on *Monge Vet Solution* lines. The second target focuses on training specialist retailers - from pet store chains and independent pet shops - to convey the plus and features of *Monge Vet Solution* and *Monge Natural Superpremium* lines to store managers and retailers dealing with pet owners. Moreover, Monge Campus includes training for the sales network before the launch of every new product.

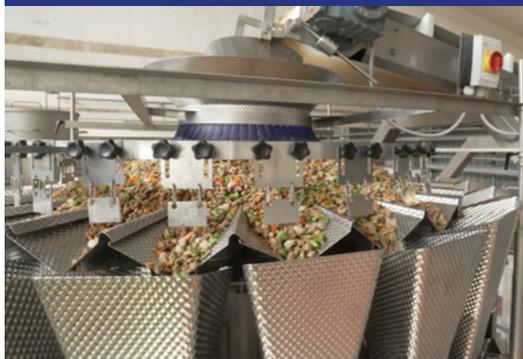


manager provenienti da più parti del mondo (con forti quote rosa) ed è concentrato nello sviluppo della Società in Europa e nel mondo: oggi Monge distribuisce i suoi prodotti in ben 105 Paesi.

Le reti vendita in Italia, composte da agenti prevalentemente monomandatari nello Specialist, sono seguite in mondo specifico da Capi Area Specialist e Capi Area GDO, coordinati da 2 Direttori Vendite Italia che hanno la responsabilità dei target e degli obiettivi commerciali e finanziari nei due canali.



Nel 2022 sono state prodotte 180.000 tonnellate di alimenti secchi e 130.000 tonnellate di alimenti umidi
During 2022 180,000 tons of dry food and 130,000 tons of wet food were manufactured



La rete di Informatori Veterinari è oggi composta da ben 36 professionisti capitanati da un Responsabile di canale, e ha come obiettivo principale quello di creare consapevolezza nel mondo veterinario sull'alta qualità dei prodotti *Monge Natural Superpremium*, in particolare sulle linee *Monge Vet Solution*. Un secondo target riguarda i progetti di formazione dei Retailer Specialist - dalle catene pet, ai pet shop indipendenti, alle insegne locali - per trasmettere agli store manager e ai negozianti che dialogano con il proprietario pet i plus e le caratteristiche dei prodotti *Monge Vet Solution* e *Monge Natural Superpremium*. Inoltre il Campus Monge prevede continui momenti di formazione alle reti vendita, collegati al lancio di ogni nuovo prodotto.

DIFFERENT SALES POLICIES FOR SPECIALIZED SHOPS

Monge commercial strategies are specifically studied for the different channels, with a clear goal: implementing marketing actions enhancing the brand's merit for final customers.

Convenience is important, now more than ever, but products' quality for a brand that aims at becoming "category captain", cannot be assessed by price alone: a brand such as Monge, the market leader in the sector of dry and wet dog food, must first of all ensure constant quality at the top level in the long term, then offer rotation and profits to specialist shops, allowing to establish a profitable relationship with time. In fact, when most companies heavily fought on costs in 2022, Monge only applied part of the cost increase (packaging, raw ingredients, logistic and manufacturing costs), to preserve the company's brands accessible to all customers.

PRODUCT PORTFOLIO DEVELOPED AFTER YOUR CUSTOMERS

Marketing has been a vital element for Monge growth through the years, in Italy and abroad. First of all, through the creation of a product portfolio with varied prices capable to catch new trends and opportunities, not only towards demanding customers with a higher spending power, but also towards pet owners with reduced spending power, far from the Superpremium segment. Thanks to the several new products regularly introduced to the market, Monge definitely gave new stimuli in the sector in favour of all.

Innovation and the presentation of new *Monge*, *Gemon* and *Excellence* products has been decisive for the success and growth since 2010 to current times. The entrance in the treat sector with *Monge Gift* ended a path with total coverage of the category: the company has become a whole interlocutor for the needs of pets and the spending needs of all families.

TOWARDS A HIGHER MANUFACTURING CAPACITY

Since birth, manufacturing plants have been a point of strength in Monge history: the path was built by Baldassarre Monge, followed by his children Domenico, Alessandra and Franca, who carried out relevant investments in the latest years to reach a manufacturing capacity of 130,000 tons in wet food and 180,000 tons in dry food in 2022. Of course, the company's growing targets for the next five years will require product quantities far over the current ones. That is why Monge family already approved plans for the 2023-2025 period to further strengthen manufacturing:

- thanks to the second stork sterilization tower and to strengthened tin packaging lines, Monge will be one of the most important European tin manufacturers; after summer, the manufacturing capacity will increase by nearly 80% on 400g, 720g and 1230g tins.
- the new plant dedicated to single-serve pouches and tins is expected to start at the end of the second semester 2024; they are the highest-performance segments in Europe, especially in the cat sector. This will ensure a doubled manufacturing capacity of global single-serve products.
- Monge & C. Spa is the leader in the dry food sector with its current plant: investments planned in manufacturing, silos and packaging line will result in +50% capacity in 2025.

PUNCTUAL DELIVERIES IN SHOPS

One of the elements that differentiate Monge in Italy and probably in Europe is the fleet: 48 owned articulated lorries and trucks



Politiche commerciali differenziante per i pet shop

Le azioni commerciali di Monge sono studiate in modo mirato per i diversi canali, con un obiettivo molto chiaro: portare sul mercato azioni di marketing che esaltino i pregi del brand presso l'acquirente finale.

La convenienza è certamente importante, oggi più che mai, ma la qualità del prodotto per un brand che vuole essere "capitano di categoria" non può misurarsi solo con il prezzo: anzi, un marchio come Monge, oggi leader di mercato nel comparto secco e umido cane, deve garantire innanzitutto qualità costante nel lungo periodo, al top della categoria e proporre ai pet shop rotazioni e margini che permettano di creare un rapporto proficuo nel tempo. Tant'è vero che nel corso del 2022, in cui molte aziende hanno combattuto pesantemente sul fronte dei costi, Monge ha applicato solo una parte di questi aumenti (imballi, materie prime, costi logistici e costi di produzione), proprio per mantenere accessibili a tutti i consumatori i vari marchi della Società.

Un portafoglio prodotti studiato per i tuoi acquirenti

Il marketing è stato in questi anni un elemento importante per la crescita di Monge in Italia e all'estero. Innanzitutto con la costruzione di un portafoglio prodotti molto variegato nel pricing, capace di intercettare i nuovi trend e le opportunità non solo verso i consumatori molto esigenti e in grado di spendere qualcosa in più, ma anche nei confronti dei proprietari pet con una capacità di spesa più contenuta e distante dal segmento Superpremium. Inoltre Monge, con le tante novità di prodotto presentate sul mercato con regolarità, ha certamente creato nuovi stimoli nel settore, a beneficio di tutti.

L'innovazione e la presentazione di nuovi prodotti *Monge*, *Gemon* ed *Excellence* è stata determinante per i successi e la crescita dal 2010 ad oggi e l'ingresso nel mercato snack con *Monge Gift* ha chiuso un percorso di presidio totale della categoria, per diventare un interlocutore a 360° dei pet shop e delle necessità di spesa di ogni famiglia pet lover.

Verso una maggiore capacità produttiva

Fin dalla nascita gli stabilimenti produttivi sono sempre stati un punto di forza nella storia di Monge, in un percorso costruito da Baldassarre Monge e poi dai figli Domenico,

ensure deliveries to the most symbolic customers of the specialist and large-scale retail trade channels in the north and centre of Italy. Monge logistics collaborates with relevant partners to deliver goods in Italy, especially for the Specialist channel, and to restock its two logistic platforms in Rome and Catania: together with the automated storehouse in Monasterolo di Savigliano, they manage stocks for over 70,000 pallets of finished products.

TRAINING: AWARENESS, KNOWLEDGE, CONTROL

During the past years, Monge worked hard on training projects for all employees: from sales to manufacturing and logistics, product quality, commercial offices. Commercial and administration office paid particular attention to the Specialist and Large-Scale retail trade sales network, with plenty of training in different sectors: sales techniques, trade marketing, knowledge of retailers, products and recipes. Moreover, the company planned meetings in the "Campus Monge" on new products, on the main raw ingredients used and the criteria ensuring a correct diet for pets. The goals of these training courses are the awareness, knowledge and control:

1. Awareness of the company's points of strength and plus features of products;
2. Knowledge of the competitors and background for each brand;
3. Control of results and performances of products through modern methods.

Alessandra e Franca, che negli ultimi anni hanno investito in modo considerevole arrivando a raggiungere nel 2022 una capacità produttiva di oltre 130 mila tonnellate nel comparto umido e ben 180 mila tonnellate nel comparto secco. Chiaramente i target di crescita previsti dalla Società per i prossimi 5 anni richiederanno quantitativi di prodotto ben superiori a quelli attuali. Da qui i progetti approvati dalla famiglia Monge, già avviati per il triennio 2023-2025, con investimenti indirizzati a rafforzare ulteriormente la produzione:

- la seconda torre di sterilizzazione stork e il potenziamento delle linee di confezionamento delle lattine renderanno Monge uno dei più importanti produttori in Europa nell'ambito di questa tipologia di imballo e porteranno, dopo l'estate, a un aumento della capacità di produzione in prospettiva di quasi l'80% sulle lattine da 400 g, 720 g e 1230 g;
- alla fine del II semestre 2024 si stima possa partire il nuovo stabilimento interamente dedicato alle monodose in busta e lattina, i segmenti più performanti in Europa soprattutto nel settore gatto, portando a un raddoppio complessivo della produzione nelle monoporzioni;
- infine il secco, in cui Monge & C. Spa è oggi leader con il suo attuale stabilimento: in que-



sto comparto gli investimenti in produzione, nei silos e nelle linee di confezionamento, permetteranno di aumentare nel prossimo biennio di oltre il 50% la capacità attuale.



Il nuovo magazzino automatico
New automated storehouse

Consegne puntuali per i punti vendita

Uno degli elementi che permettono a Monge di differenziarsi in tutta Italia - e probabilmente in Europa - è la flotta di 48 autotreni e motrici di proprietà, per le consegne ai clienti più rappresentativi dello specializzato e della GDO nel Nord e Centro Italia. Ovviamente la logistica Monge collabora anche con partner di rilevanza sul territorio nazionale per consegnare in tutta Italia, soprattutto nel canale Specialist, e per rifornire le due piattaforme logistiche di Roma e Catania che, insieme al magazzino automatico di Monasterolo di Savigliano, gestiscono stock per oltre 70 mila pallet di prodotto finito.

La formazione: consapevolezza, conoscenza, controllo

Negli ultimi anni Monge ha lavorato intensamente a progetti di formazione per tutto il personale, dalle vendite, alla produzione, alla logistica, al controllo qualità, agli uffici commerciali. Un'attenzione prioritaria è stata dedicata alle reti vendita Specialist e GDO che hanno sviluppato, soprattutto negli ultimi anni, numerosi momenti di formazione in diversi ambiti: tecniche di vendita, trade marketing, conoscenza dei retailers, dei prodotti e delle ricette. Sono stati organizzati



La logistica Monge
Monge logistics

GREEN COMPANY, ADDED VALUE FOR YOUR CUSTOMERS

Monge is a green company operating according to sustainable criteria, which have been further improved through the years thanks to Domenico, Alessandra and Franca Monge. Here are a few facts:

- 65% of the energy used is self-generated with over 16,000 square metres of photovoltaic panels;
- Over 90% of heat used results from recovered co-generated steam;
- 99% of waste generated by the plant can be recycled;
- the power of photovoltaic panels will be doubled, for over 2000 KWp;
- tins are an example of green pack, because they can be recycled ad infinitum.

THE GOALS FOR THE NEXT THREE YEARS

Monge family and all employees of the company are well aware of the goals for the next years.

First of all, reaching the turnover target for 2023, trying to preserve the expected profitability level without dumping costs on final customers. Inflation in Italy is higher compared to other European countries: Monge is working hard to find the correct balance between cost increase and new pricelist, in order to avoid an excessive overload on pet family expenses.

Together with the increase in turnover, the company aims at strengthening the leadership for the dry and wet dog segment in the specialist channel, with *Monge* and *Gemon*, and strengthening its second place in the large-scale retail trade with *Excellence* brand. At the same time, there is a strong desire to catch new opportunities in the dry and wet cat sector, with *Monge Natural Superpremium*, *Monge Supreme*, *Excellence* and *Gemon*, since there is the premise for a relevant growth already from 2023.

GEMON, NEWS IN EXCLUSIVE FOR YOUR SHOPS

To fulfil these goals, Monge will present several news at *Zoomark 2023*. *Zampotta Pet Business* is going to unveil one of them in exclusive: new *Gemon High Premium* line, crucial to conquer space and turnover in Italian and European shops, since during the past 12 months there was a sensible rotation increase in similar products.

Gemon brand was born back in the '90s as Monge acronym, from an idea that met with broad attention from trade and customers since the beginning. The current project is different: not just a restyling - the fourth in *Gemon* history - but a new packaging, more modern and in line with the range mission increasing products available for final customers. The new recipe feature new meat type, with fresh meat in dry cat and dog food to naturally increase the palatability of kibbles and ensure a product at the top of the market. The new commercial policy will aim at facilitating the debut on shelf what can be defined as a "new brand" in pet food, a great innovation for *Zoomark 2023*. With *Gemon High Premium*, at Bologna the company will open a new chapter of its story and the story of pet food in Italy and abroad, with Monge family guiding the company: the founder children Domenico, Alessandra and Franca along with third generation, working on the front line in the different departments of the company together with over 450 collaborators.



inoltre momenti di incontro nel “Campus Monge” dedicati ai nuovi prodotti, alle principali materie prime utilizzate e ai criteri di corretta alimentazione degli amici a quattro zampe. Gli obiettivi di questi percorsi di formazione sono le “3C”: consapevolezza, conoscenza e controllo:

1. Consapevolezza dei punti di forza dell'azienda e dei plus dei prodotti.
2. Conoscenza del contesto competitivo e dei veri competitor per singolo brand.
3. Controllo dei risultati e delle performance dei prodotti con l'utilizzo di metodologie all'avanguardia.

Green company, valore aggiunto per il tuo cliente

Monge è una green company che da anni opera per produrre con criteri sostenibili; un percorso fortemente accentuato negli ultimi anni grazie alla spinta di Domenico, Alessandra e Franca Monge.

Ecco qualche dato indicativo in tal senso:

- il 65% dell'energia utilizzata è autogenerata, con oltre 16.000 mq di pannelli fotovoltaici;
- oltre il 90% di calore utilizzato è ottenuto dal recupero di vapore co-generato;
- il 99% dei rifiuti generati dallo stabilimento può essere riciclato;
- nel prossimo futuro verrà raddoppiata la potenza degli impianti fotovoltaici per oltre 2.000 kWp;
- le lattine sono un esempio di pack green, perché possono essere riciclate all'infinito.



Gli obiettivi del prossimo triennio

La Famiglia Monge e tutti i dipendenti della Società hanno ben chiari i traguardi per i prossimi anni.

Innanzitutto il raggiungimento dei target di fatturato per quest'anno, cercando di mantenere il livello di redditività previsto a budget, senza riversare in modo speculativo costi sul cliente finale. L'inflazione in Italia mantiene livelli più alti rispetto ad altri Paesi europei, ma Monge è riuscita a trovare un corretto

equilibrio tra aumento dei costi e nuovi listini, con l'obiettivo di non appesantire eccessivamente la spesa familiare dedicata ai pet.

Insieme alla crescita di fatturato, la società vuole rafforzare la propria leadership nell'ambito del segmento cane secco e umido nel canale specializzato con *Monge* e *Gemon* e consolidare la seconda posizione in GDO con il brand *Excellence*. Contestualmente però è forte la volontà di cogliere nuove opportunità nel settore gatto sia secco che umido, con *Monge Natural Superpremium*, *Monge Supreme*, *Excellence* e *Gemon*, dove ci sono le condizioni per crescere in modo molto più dinamico già da quest'anno.

Gemon, novità in anteprima per il tuo petshop

Per centrare questi obiettivi Monge presenterà a *Zoomark 2023* molte novità. Noi di *Zampotta Pet Business* ne annunciamo una in anteprima: la nuova linea *Gemon High Premium*, determinante per conquistare spazi e fatturati nei pet shop italiani ed europei, visto che negli ultimi 12 mesi prodotti con questo posizionamento hanno visto aumentare sensibilmente le rotazioni.

Il brand *Gemon* nasce nei lontani anni '90, come acronimo di Monge, da un'idea che l'azienda presentò al mercato e che da subito ottenne grandi attenzioni da parte del trade e dei consumatori. Ma il progetto attuale è tutta un'altra storia: non solo un restyling - il 4° nella storia di *Gemon* - ma un vero e nuovo packaging molto più moderno e in linea con la mission di una gamma che va ad aumentare i prodotti disponibili per il consumatore finale. Le ricette, con nuove carni, prevedono un importante plus: l'utilizzo della carne fresca nella produzione dei secchi cane e gatto, per aumentare in modo naturale l'appetibilità delle crocchette e posizionare un prodotto al top di mercato. La nuova politica commerciale avrà l'obiettivo di facilitare il posizionamento a scaffale di quello che può definirsi un “nuovo brand” nel pet food, grande novità di *Zoomark 2023*. Con *Gemon High Premium*, la società apre a Bologna un nuovo capitolo della sua storia e del pet food in Italia e nel mondo. Una storia che nel 2023 celebra 60 anni, traguardo più che unico nel panorama italiano, e che vede da sempre la famiglia Monge saldamente al comando con i figli del fondatore - Domenico, Alessandra e Franca - e la terza generazione impegnata in prima linea nei diversi reparti aziendali al fianco di oltre 450 collaboratori. (T.P.)



GEMON, UN NUOVO INIZIO DELLA STORIA MONGE

La nuova linea *Gemon High Premium* è pensata per diventare un'importante leva di fatturato per il pet shop. L'attuale restyling è stato effettuato per andare sempre più incontro ai gusti e alle esigenze dei tuoi clienti a partire dal nuovo design, caratterizzato dall'illustrazione in bianco e nero che identifica il target di riferimento e dalla fascia colorata che definisce il gusto. Vedere l'icona del proprio animale significa infatti per il proprietario pet lover ritrovare un vissuto di riferimento. I plus di prodotto sono descritti con icone chiare, semplici e intuitive. L'idea che sostiene il nuovo packaging è quella di una facile leggibilità che agevoli il consumatore nella ricerca immediata di quello che vuole acquistare. Tutte le ricette sono made in Italy, altamente appetibili e formulate con nutrienti essenziali per favorire il benessere quotidiano di cani e gatti. In particolare è importante ricordare un punto di forza di *Gemon High Premium*: il maggior contenuto di carne fresca, un plus che non si trova facilmente sul mercato. Un'altra caratteristica che distingue la linea è il concetto di "mix feeding" di Monge, che propone al pet owner la possibilità di abbinare alimenti secchi e umidi e anche snack con la stessa proteina animale, unendo quindi i benefici di una moderna alimentazione e garantendo il giusto apporto di gusto e nutrienti.



GEMON, A NEW BEGINNING FOR MONGE HISTORY

The new line *Gemon High Premium* is going to be an important revenue stimulus for the pet shop: the current restyling increasingly complies with the preferences and needs of your customers. Starting from the new design, with a black/white picture showing the target audience and the coloured band showing the flavour. For pet owners, seeing the icon of their pet means to find a shared experience, and the plus features are described with clear, simple and intuitive icons. The idea behind the new package is being easy to read, supporting customers in finding what they want. All recipes are made in Italy, extremely palatable and featuring the essential nourishing substances that support the daily well-being of cats and dogs. It is important to underline that *Gemon High Premium* includes higher quantities of fresh meat, a feature that is hard to find on the market. Another distinguishing feature of the line is the "mix feeding" concept: pet owners can combine dry and wet food as well as treats sharing the same animal proteins, to combine a modern nutrition ensuring the right intake of taste and nourishing substances.

DELIZIOSE MOUSSE GEMON IN LATTINE MONODOSE

Un'altra grande novità *Gemon a Zoomark* saranno le mousse in lattina da 85 g per il gatto, per ora in 5 referenze in pratiche confezioni monodose, ma disponibili entro fine anno con altre 5 nuove ricette: *Gemon Kitten con Salmone e Pollo*, *Gemon Adult con Salmone e Pollo*, *Gemon Adult con Pollo e Maiale*, *Gemon Sterilised con Pollo e Fegatini* e *Gemon Sterilised con Tonno e Maiale*.



DELICIOUS GEMON MOUSSE IN SINGLE-SERVE TINS

Another news at Zoomark for *Gemon*: 85g tin mousse for cats, now available in 5 handy single-serve recipes, with 5 new recipes coming by the end of the year: *Gemon Kitten with Salmon and Chicken*, *Gemon Adult with Salmon and Chicken*, *Gemon Adult with Chicken and Pork*, *Gemon Sterilised with Chicken and Liver* and *Gemon Sterilised with Tuna and Pork*.



NUOVI FORMATI E NUOVE RICETTE PER IL SECCO GATTO GEMON

Le crocchette gatto sono formulate con ingredienti di prima qualità per soddisfare i palati più raffinati, perché il gatto è un animale molto esigente. Sono tutte made in Italy, con carne fresca per un'alta appetibilità, riso per un'alta digeribilità, prebiotici FOS - MOS per il benessere intestinale e yucca schidigera per il controllo degli odori intestinali. Rispetto alla gamma attuale, troverai molto interessante per il tuo business un'evoluzione nei formati, che vengono incontro alle esigenze del cliente: il nuovo sacco gatto da 2 kg sostituisce quello da 1,5 kg e il sacco da 7 kg, più pratico, viene proposto in sostituzione al sacco da 10 kg. Per quanto riguarda i gusti, ecco le novità: *Gemon Kitten con Salmone e Riso* da 2 kg, *Gemon Sterilised con Tonno e Salmone* da 2 kg, *Gemon Sterilised con Manzo* da 7 kg, *Gemon Urinary con Pollo e Riso* da 7 kg.



NEW PACKS AND FLAVOURS FOR GEMON DRY CAT

Cat kibbles contain high-quality ingredients to please the most demanding pets. They are all made in Italy: fresh meat for palatability, rice for digestibility, FOS and MOS prebiotics for the intestinal well-being, Yucca schidigera for intestinal odour control. Compared to the current line, the evolution of packs is very interesting for your business: new 2kg bag replaces the 1.5kg bag, while 7kg bag replaces 10kg bags to meet the needs of customers. In terms of flavours, here are the new recipes: *Gemon Kitten with Salmon and Rice* 2kg, *Gemon Sterilised with Tuna and Salmon* 2kg, *Gemon Sterilised with Beef* 7kg, *Gemon Urinary with Chicken and Rice* 7kg.

NUOVI GUSTI PER IL SECCO CANE GEMON

Le crocchette cane Gemon sono come sempre 100% made in Italy, formulate in modo bilanciato e con ingredienti di qualità. I nutrienti inclusi sono selezionati per soddisfare le esigenze nutrizionali di ogni cane e tutte le ricette contengono carne fresca per un'alta appetibilità, riso per un'alta digeribilità, prebiotici FOS - MOS per il benessere intestinale, glucosamina e condroitina per il supporto articolare e osseo, lievito di birra per un mantello folto e morbido. In aggiunta alle formulazioni già esistenti, le novità riguardano le crocchette cane nei pratici sacchetti da 3 kg e 15 kg, nelle ricette *Gemon All breeds Puppy and Junior con Tonno e Riso* e soprattutto *Gemon All breeds Adult con Maiale e Riso*, una delle carni più richieste oggi dai clienti. E per una convenienza sempre al top, il nuovo pack anche per le referenze da 20 kg: *Gemon Performance*, *Gemon Super Energy* e *Gemon Regular*.



breeds Puppy and Junior con Tonno e Riso e soprattutto *Gemon All breeds Adult con Maiale e Riso*, una delle carni più richieste oggi dai clienti. E per una convenienza sempre al top, il nuovo pack anche per le referenze da 20 kg: *Gemon Performance*, *Gemon Super Energy* e *Gemon Regular*.

NEW FLAVOURS FOR GEMON DRY DOG FOOD

Gemon dry dog kibbles are 100% made in Italy as usual, with balanced formulas and quality ingredients. Nourishing substances are selected to meet the nutritional needs of every dog. Each recipe contains fresh meat for extra palatability, rice for high digestibility, FOS and MOS prebiotics for the intestinal well-being, glucosamine and chondroitin for articular and skeletal support, brewer's yeast for a thick and soft coat. Besides the existing line, new recipes also include dog kibbles in handy 3 and 15kg bags: *Gemon All breeds Puppy and Junior with Tuna and Rice*, but for also *Gemon All breeds Adult with Pork and Rice*, one of the most popular meat among customers. To ensure top convenience, the new packaging also includes 20kg recipes: *Gemon Performance*, *Gemon Super Energy* and *Gemon Regular*.



I NUOVI BOCCONI *GEMON* SUDDIVISI PER TUTTE LE TAGLIE

La grande novità, unica in Europa, dei bocconi *Gemon* è la suddivisione per taglia, in modo da soddisfare le esigenze dei cani di grandezza diversa: Maxi, Medium e Mini. I bocconi *Gemon* sono cotti al forno anziché a vapore per offrire una migliore appetibilità e garantire un boccone sempre “al dente” adatto alla masticazione. Inoltre le lattine dei paté sono smaltate bianche all’interno. In aggiunta alle referenze già esistenti, ecco le nuove ricette: *Gemon Adult Medium con Pollo e Riso* (415 g) e *Gemon Adult Maxi con Maiale e Riso* (1250 g). Novità anche per i gatti: *Gemon Sterilised con Tonno e Pesce bianco* (415 g), *Gemon Sterilised con Manzo* (415 g), *Gemon Adult con Pollo e Tacchino* (415 g).



NEW *GEMON* MORSELS FOR ALL SIZES

Great news, unique in Europe: *Gemon* morsels are divided according to size, in order to meet the needs of dogs' different breeds: Maxi - Medium - Mini. *Gemon* bites are oven baked to ensure extra palatability and an “al dente” texture suited for chewing. Moreover, pate tins are white-enamelled on the inside. Besides existing recipes, here are the new ones: *Gemon Adult Medium with Chicken and Rice* 415g and *Gemon Adult Maxi with Pork and Rice* 1250g. News for cats: *Gemon Sterilised with Tuna and White fish* 415g, *Gemon Sterilised with Beef* 415g, *Gemon Adult with Chicken and Turkey* 415g.

BOCCONCINI *GEMON* PER CANI TOY, MINI E PER GATTI

Anche i proprietari di cani di piccola taglia potranno trovare il prodotto ideale nell’ambito della linea *Gemon*, con i gustosi bocconcini cotti al forno in salsa, confezionati in pratiche buste da 100 g, specifiche per cani toy, mini e anche per i gatti più esigenti. Alle varietà già sul mercato si aggiungono ora *Gemon Sterilised gatto con Tacchino*, *Gemon Adult cane con Salmone* e *Gemon Adult Sterilised cane con Pollo e Tacchino*.



MORSELS *GEMON* FOR TOY, MINI DOGS AND FOR CATS

Owners of small dogs will find the right product in *Gemon* range: tasty morsels oven baked with sauce, packed in handy 100g pouches specific for toy and mini dogs as well as demanding cats. Besides the existing recipes, the range now includes: *Gemon Sterilised cat with Turkey*, *Gemon Adult dog with Salmon* and *Gemon Adult Sterilised dog with Chicken and Turkey*.

TRE NUOVI PATÉ *GEMON* COTTI A VAPORE

Tra i gustosi paté cotti a vapore, *Gemon* amplia la gamma delle vaschette per cani di piccola e media taglia. Sono 3 le nuove ricette nella pratica vaschetta monoporzione da 150 g: *Gemon Puppy and Junior con Tonno*, *Gemon Adult con Tonno* e *Gemon Adult con Agnello*.



THREE NEW *GEMON* PATES STEAM COOKED

Among the tasty steam-cooked pates, *Gemon* launched three new recipes in 150g single-serve trays for small-medium dogs: *Gemon Puppy and Junior with Tuna*, *Gemon Adult with Tuna* and *Gemon Adult with Lamb*.

MONGE EASY GREEN, ARRIVA LA NUMERO CINQUE!

In soli due anni *Monge Easy Green* ha conquistato importanti quote nel mercato delle lettieri in Italia salendo al vertice della categoria. Oggi la gamma di lettieri vegetali *Monge Easy Green* comprende ben 4 varianti tutte naturali e 100% made in Italy: la vegetale nel riconoscibile sacco verde, la mais nel sacco arancione, la mais con carboni attivi nel sacco azzurro e infine la orzo nel distintivo sacco color caffè lanciata a luglio 2022. Ma per crescere è necessario pensare in grande, quindi da giugno sarà disponibile la quinta lettiera *Monge Easy Green 100% mais con profumo di Fiore del Vento* (l'anemone). Anche *Monge Easy Green profumata* è composta al 100% da mais italiano: è clumping, quindi "risparmiosa", e come tutte le sue "sorelle" può essere smaltita nel compostabile oppure, in piccole quantità, nel WC. La linea di lettieri *Monge Easy Green* è disponibile solo nei migliori pet shop, garden e negozi specializzati.



MONGE EASY GREEN, HERE COMES NUMBER FIVE

In just two years *Monge Easy Green* gained relevant shares in the Italian litter market, placing at the top of the category. Today, the range of vegetable litter *Monge Easy Green* includes four natural recipes, 100% made in Italy: vegetable in the green pack, corn in the funny orange pack, corn with active carbon in blue pack and barley in the coffee pack, launched in July 2022. However, if you want to grow you have to think big: in June, the fifth litter will be available, *Monge Easy Green 100% corn with Wind Flowers* (anemone). *Monge Easy Green* scented also contains 100% Italian corn: it is clumping just like all its sisters and it can be disposed of in the compost or flushed in the toilet in small quantities. *Monge Easy Green* is available in the best specialized shops and garden centres.

COMUNICAZIONE IN-STORE

Le attività di trade marketing a supporto di *Gemon* hanno l'obiettivo di facilitare l'ingresso veloce a scaffale di quello che sarà certamente un "nuovo brand" nel pet food in Italia: brand che per i punti vendita specializzati è destinato a diventare un top seller e un driver di margini e fatturati. L'azienda piemontese è sempre molto attiva nel supportare i negozianti e rendere più efficace la comunicazione in-store: per questo ha creato un kit di materiali POP esclusivi per il lancio di *Gemon*, utili a rafforzare la visibilità sul punto vendita e a creare immediata visibilità per l'acquirente. Tanti materiali, tra cui espositori da banco e archi firmati *Gemon* da collocare in maniera strategica all'interno del percorso di acquisto del pet lover.



IN-STORE COMMUNICATION

Trade marketing activities supporting *Gemon* aim at making it easy to introduce on shelf the "new brand" of the Italian pet food. For specialised shops, this brand will become a top seller and a turnover and profit driver. The Piedmont company is always active in supporting retailers and facilitating in-store communication. The company developed an exclusive POP material kit for the launch of *Gemon*, to strengthen visibility in shop and ensure immediate visibility to customers. The kit includes plenty of materials, such as counter display and *Gemon* arches that can be strategically placed throughout the pet-lover purchasing path.

FipratiX[®]

Soluzione spot-on con fipronil e permetrina.

PULCI, ZECCHE, FLEBOTOMI E ZANZARE: METTICI UNA



SOPRA.



X PULCI E ZECCHE: TRATTAMENTO E 4 SETTIMANE DI PREVENZIONE.

X FLEBOTOMI E ZANZARE: 4 SETTIMANE DI REPELLENZA.



NON USARE SU GATTI E CONIGLI - E' un medicinale veterinario vendibile senza obbligo di ricetta medico-veterinaria. Leggere attentamente il foglietto illustrativo. Tenere fuori dalla portata dei bambini ed usare particolare attenzione finché il sito di applicazione non sia asciutto. Non utilizzare in cani di età inferiore alle 12 settimane o di peso inferiore a 1,5 kg. Chiedi consiglio al tuo veterinario o al tuo farmacista. L'uso scorretto può essere nocivo. Aut. Pub. n. 77/VET/2016.

Distributore in Italia: Formevet S.r.l. - Via Savona, 97 - 20144 Milano - tel. 02.4345891 - fax 02.43458922 - e-mail: vetline@formevet.it - www.formevet.com



Buoni coi buoni,
cattivi coi cattivi.

C'È OFFERTA... E OFFERTA

ISCRIVITI ALL'EVENTO

Vieni a scoprire la differenza il 15 maggio a Bologna in un incontro gratuito promosso da *Zoomark International* e *Zampotta Pet Business* per aiutarti ad aumentare il tuo business

Cos'è un'offerta? Risposta facile, per la maggior parte dei negozianti, che subito pensa a uno sconto o al classico "3x2". In realtà si tratta di un concetto molto più vasto. Sapevi che esistono almeno 35 modelli differenti di "offerta"? E soprattutto che ciascuno di essi, se applicato correttamente, può far crescere subito le tue vendite e i tuoi clienti?

Se ti è venuta voglia di saperne di più, allora ti aspettiamo giovedì 15 maggio a Bologna per l'incontro organizzato da *Zoomark International* in collaborazione con il nostro magazine.

La tua offerta deve sempre essere strategica

Con il termine "Offerta" - con la O maiuscola - il marketing si riferisce a un concetto molto più ampio del banale sconto. Offerta significa proporre al cliente un "qualcosa" che lo spinga ad attuare il passo decisivo verso l'acquisto. Ecco perché le tue offerte devono sempre essere strategiche. Qualche esempio? Comprare X e ricevere Y; acquistare un prodotto e averne un secondo con X% di sconto; regalare qualcosa ai clienti che effettuano un acquisto; proporre uno sconto di benvenuto; restituire X euro sul primo acquisto; acquistare due prodotti e riceverne un terzo in omaggio; dare una scadenza in modo che l'offerta appaia irrinunciabile... Questi sono solo alcuni esempi, ma se parteciperai il 15 maggio all'evento gratuito aperto a tutti ne scoprirai molti di più.



offerte e come strutturarle, con le loro mille variabili... e lo faranno con esempi concreti di problemi e soluzioni che potranno aiutarti fin da subito a migliorare il tuo marketing e le tue vendite.

L'evento, dal titolo "Offerte Fantastiche e Come Crearle" sarà strutturato in due parti. In una prima parte teorico-formativa verranno spiegati i meccanismi che stanno alla base del concetto di Offerta e saranno analizzati nel dettaglio i diversi livelli della "piramide della consapevolezza", in modo da aiutarti a capire quali offerte proporre sulla base della tua tipologia di clientela. La seconda parte, più pratica, fornirà invece una serie di esempi molto concreti che potrai mettere in atto e testare subito, appena tornato in negozio.

Mi raccomando, non mancare! Ti aspettiamo.

Dalla teoria, agli esempi concreti

L'incontro sarà moderato da Cristina Mandaglio, Direttrice del nostro magazine, e vedrà come protagonista Nicola Benincasa, uno degli autori più amati e seguiti con la sua rubrica "Tecniche di Vendita". Insieme ti spiegheranno cosa si intende per



Offerte Fantastiche e come crearle

Zoomark 15 maggio - dalle 14:30 alle 16:00



ZOOMARK
INTERNATIONAL

Zampetta
PET BUSINESS

Come aumentare clienti, vendite e margini,
creando l'offerta giusta da proporre al cliente giusto nel momento giusto.

Relatore: **Nicola Benincasa** Moderatore: **Cristina Mandaglio**

Dove: **Sala Melodia, Centro Servizi, BolognaFiere**

Prenota il tuo posto e partecipa all'evento

Per iscriversi visitare www.zoomark.it e registrarsi nella sezione "AREA VISITATORI"



ma alcuni sono più uguali di altri

NICOLA BENINCASA

Cosa c'entra la famosa massima orwelliana ("Tutti gli animali sono uguali, ma alcuni sono più uguali di altri") con la vendita e con il tuo pet store? C'entra eccome. E ora ti spiego perché

Non è vero che i clienti "pesano" tutti allo stesso modo. E soprattutto ci sono clienti diversi che meritano campagne di vendita diverse. Saperli distinguere ti farà vendere molto, molto di più. Segmentare e raffinare in questo modo il tuo marketing sarà la miglior strategia che tu possa desiderare per far impennare le tue vendite.

Vediamo di che cosa si tratta nello specifico.

CI SONO CLIENTI E CI SONO CLIENTI

Lasciami citare Cristina Mandaglio, direttrice di questo magazine. Ha ragione quando dice che "ci sono clienti con la C maiuscola e clienti con la c minuscola".

È una variante di quello che voglio esprimere con il titolo di questo articolo.

I clienti NON sono tutti uguali.

Esiste uno strumento che si chiama "piramide della consapevolezza" del cliente, che tu DEVI conoscere come conosci tutte le migliori marche di pet food sul mercato.



Vediamola insieme.

LA PIRAMIDE DELLA CONSAPEVOLEZZA DEL CLIENTE

Disegna un triangolo e suddividi l'interno in 5 parti uguali, dal basso verso l'alto.

La parte più bassa è quella dedicata alle persone che NON SONO CONSAPEVOLI.



*i primi con
le erbe*



...mangia bene, vivi meglio.



NUOVA LINEA GATTO

CON ERBE OFFICINALI SPECIFICHE PER LE ESIGENZE DEL GATTO.



LINEA PREVENZIONE



LINEA SALUTE



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

www.olistikavetline.eu

Di che cosa? Ti starai domandando.

Consapevoli di avere un problema.

In generale le persone o sottovalutano un problema o non sanno di averlo.

Tocca a noi renderlo evidente.

Quindi nel blocco superiore troviamo le persone **CONSAPEVOLI DI UN PROBLEMA**.

In questa fase ogni essere umano inizia a valutare soluzioni diverse. La possiamo definire la “valle dei differenti approcci” a un problema.

Saliamo così al livello superiore, ovvero quello delle persone **CONSAPEVOLI CHE ESISTE UNA SOLUZIONE**.

È qui che si gioca la vera partita per il tuo successo.

Tra tutte le soluzioni, il cliente deve scegliere la tua.

Arriviamo così alle persone **CONSAPEVOLI DEL PRODOTTO**.

E ovviamente il prodotto deve essere il tuo. E i potenziali clienti devono poterlo acquistare.

Siamo ora sul gradino più alto della piramide: qui ci sono i **CLIENTI PIÙ CONSAPEVOLI, CHE TI PAGANO**.

Tutto chiaro? Spero proprio di sì.

Possiamo proseguire.

COME USARE LA PIRAMIDE DELLA CONSAPEVOLEZZA

Come accennavo all'inizio, devi raffinare le tue campagne di vendita.

Il mio consiglio è quello di avere sempre 3 campagne attive.

1. Una per le persone che non sanno che esisti.
2. Una per le persone che sanno che esisti, ma non sono clienti.
3. Una sempre attiva per chi è già tuo cliente.

Esistono almeno 3 tipologie diverse di clienti, ciascuna delle quali merita almeno una campagna attiva ogni mese

SPOILER

● I clienti che già ti pagano sono ovviamente i Clienti con la C maiuscola. Sono quelli che puoi monetizzare in maniera più facile e veloce.

In questo caso non servono grandi campagne, basta inviare e-mail e messaggi ogni mese con le offerte che reputi migliori.

● Le persone “che sanno che esisti” hanno invece bisogno di una spinta in più per trasformarsi in clienti paganti.

Hanno bisogno di quella che in gergo chiamiamo: **OFFERTA DI FRONT END**.

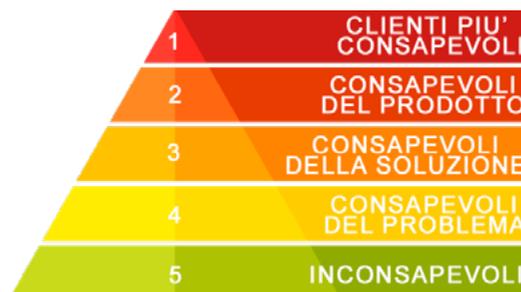
Ne esistono modelli diversi.

Testa più offerte fino a che non trovi quella che fa più al caso tuo.



Un esempio. Una delle offerte che preferisco è quella che viene chiamata **BOGO**. Non si tratta di un ballo, è l'acronimo di “buy one get one”. Questo significa che con l'acquisto di un prodotto regali al cliente o un secondo prodotto o un altro diverso e correlato.

In pratica: con l'acquisto di 5 kg di alimenti hai in omaggio un collare, o un antipulci, o un servizio, se ne hai la possibilità.



Altro esempio. Al raggiungimento di una soglia di acquisto puoi regalare un buono sconto da spendere il mese successivo.

In pratica: spendendo almeno 50€ nel mese di maggio, ricevi un buono di 15€ da spendere il mese successivo.

Entrambe le offerte lavorano sia su clienti esistenti che potenziali. Testate e vedrai.

- Infine, le campagne per chi non ti conosce. Anche in questo caso le offerte di vendita hanno ragione di esistere. Però non puoi usare un approccio troppo diretto.

Devi lavorare in questa fase con le informazioni, mettendo in leva contenuti che raccontino il tuo negozio o il tuo brand e soprattutto in cosa sono diversi rispetto alla concorrenza. In questo caso, per diffondere i tuoi contenuti, possono venirti in soccorso i social. Puoi creare un magazine, puoi stampare materiale da lasciare in negozio.

Il concetto è che in questa fase devi INFORMARE il tuo potenziale cliente.



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 Concommercio. www.turbobusiness.it



CONCLUSIONI

Spero di averti dimostrato che esistono almeno 3 tipologie diverse di clienti, ciascuna delle quali merita almeno una campagna attiva ogni mese.

Come sempre la regola rimane: implementare, misurare, ottimizzare.

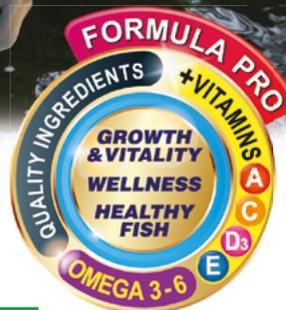
Mese dopo mese. Campagna dopo campagna. Vendita dopo vendita.

Il successo è garantito.



PONDSTICKS COLOR è un alimento completo in sticks per pesci che vivono in laghetti ornamentali ed è specialmente indicato per le carpe Koi, ma anche per pesci rossi di media e grossa taglia. La nuova FORMULA PRO garantisce il benessere dei pesci e la loro crescita.

È arricchita con Alga spirulina che contiene vitamine, acidi grassi polinsaturi, minerali naturali, clorofilla, carotenoidi ed enzimi, Omega 3 che aiutano a ridurre le infiammazioni, stimolano l'attività cardiaca e riducono il rischio di malattie, Omega 6- che sono fondamentali per la pelle perché aiutano la formazione delle membrane cellulari, oltre a mantenere forti e sane le ossa nel corpo, VITAMINE A,C,D₃, E.



Siamo presenti a
ZOOMARK – BOLOGNA
May 15th – 17th 2023
Stand G24 PAD. 29

www.prodac.it
info@prodac.it
Follow us:
  

LA VETRINA COME STRUMENTO DI COMUNICAZIONE

rappresenta l'inizio della relazione con il tuo potenziale cliente

GIULIA PEDUZZI

La vetrina "fisica" del negozio è il tuo mezzo di attrazione più potente proprio perché spesso si trova in prossimità del registratore di cassa, quindi molto vicina alle opportunità concrete di fatturato

Il concetto di 'vetrina' è nato in tempi antichi, insieme al commerciante che ha sentito il desiderio di mostrare al meglio la propria merce perché fosse preferita a quella dei concorrenti. Oggi, se per alcune categorie di negozianti la vetrina è un punto focale molto importante, molte altre trascurano invece questo fondamentale strumento di comunicazione.

Grave errore.

Per chi come te ha un negozio fisico, infatti, la "caccia" all'acquirente deve partire dall'esterno del pet shop: è lì che si comincia a corteggiare il cliente con una vetrina accattivante, creativa, attrattiva, in grado di catturare l'attenzione anche quando l'attività è chiusa.

È buona cosa dunque investire nelle vetrine virtuali (sito web e social media), ma non dimenticare che l'efficacia di un buon allestimento sia della vetrina che dell'interno del negozio può davvero fare la differenza!

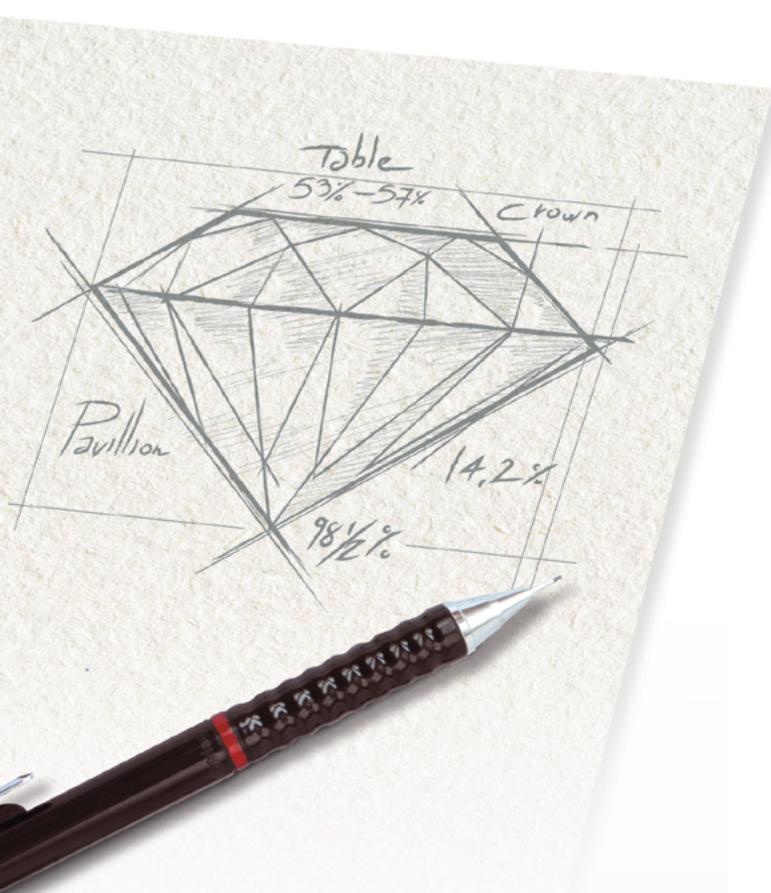


L'ESTETICA DEL TUO PUNTO VENDITA

Nel tempo ha acquistato sempre più credibilità la consapevolezza che la vetrina reale - insieme a quella virtuale, il sito web - sia un potente strumento di comunicazione per l'insegna.

Per questo motivo i negozi, anche i più piccoli, sia nelle grandi città che in realtà più modeste, hanno cominciato a investire tempo, denaro e idee nel cercare di ottenere dei risultati concreti dall'utilizzo delle vetrine come strumenti di comunicazione.





IL PACKAGING DI QUALITÀ NASCE DALLA PASSIONE E DALLA CONOSCENZA



Nel mondo del packaging non basta utilizzare le migliori materie prime, è necessario affidarsi a mani esperte capaci di dare valore alla qualità utilizzando al meglio know how e tecnologie all'avanguardia.

Per il packaging dei tuoi prodotti scegli IPV PACK: con noi avrai sempre imballi garantiti dalla nostra esperienza e che ti danno sicurezza perché rispettano i più elevati standard di qualità grazie a un processo di produzione controllato in ogni fase.



Contattaci: IPV Pack ti aspetta per realizzare insieme il packaging su misura per i tuoi prodotti pet food

follow us:



ipvpack.com

IPV PACK è un'azienda 4.0 certificata BRCGS PACKAGING MATERIALS E UNI EN ISO 9001.2015



Possiamo affermare che nel processo di acquisto la vetrina “fisica” sia il luogo dove avviene il primo contatto fra il potenziale cliente e il prodotto che vuole acquistare.

È lì che si crea la “magia” che trasforma nella mente del potenziale acquirente il desiderio di qualcosa in acquisto.

I punti di contatto esperienziali in questa fase sono tanti: l’ambiente esterno, l’insegna, la vetrina, l’ingresso... Ognuno di questi aspetti deve essere curato nei minimi dettagli per essere un “facilitatore” e non un ostacolo all’acquisto.

PIÙ POTENTE DI UNA PAGINA SOCIAL

L’esperienza che è possibile creare per il cliente nel negozio fisico ha delle potenzialità vincenti rispetto al percorso di acquisto virtuale.

La presentazione online dei prodotti non può assolutamente competere con l’esposizione nello spazio fisico della tua vetrina a livello esperienziale: un capo di abbigliamento per cane, un guinzaglio o un qualsiasi accessorio esposto in vetrina possono essere comparati tangibilmente e nell’immediato dal cliente l’uno con l’altro.

La vetrina lancia dunque “un’esca emotiva” che dà il via a tutto il processo di acquisto: attira l’interesse del passante, lo incuriosisce, lo stimola a entrare nel tuo negozio, a chiedere informazioni e consigli, a comprare, pagare, a uscire soddisfatto.

E a diventare tuo cliente.

La tua vetrina è più potente di una pagina social o di un sito web, perché è solo a qualche metro dalla cassa, per cui - se funziona - l’acquisto è sicuro, immediato e reale.

Rappresenta il primo step fondamentale della fase del processo d’acquisto.

COME IMPOSTARE LA TUA VETRINA?

È noto che più dell’80% dei nostri pensieri sono generati da - e in forma di - immagini.

Una vetrina ben allestita può attivare un processo di acquisto generando nel passante un desiderio di cui prima non era consapevole oppure offrendogli una soluzione ideale a un suo bisogno.

Ovviamente se la vetrina non risulta attraente, il passante non osserverà cosa esposti e non sarà tentato dall’acquisto.

Perché se la merce non è ben esposta, se non è in grado di far intuire cos’altro c’è all’interno del tuo negozio, il potenziale cliente non saprà mai che tu puoi avere in assortimento proprio il prodotto che sta cercando, offrendo una soluzione al suo problema.

Non è facile, insomma, realizzare una vetrina in modo da massimizzarne l’effetto attrattivo soprattutto oggi, nell’era della condivisione, in cui deve anche essere originale e spettacolare, per poter magari essere “condivisa” sui social media.

Su cosa devi puntare?

L’allestimento ottimale di una vetrina non è un progetto facile.

Non è solo ciò che esposti ad attrarre il potenziale cliente, ma anche il modo in cui valorizzi la merce, come la metti in evidenza, la illumini, come sai comunicare un prezzo particolarmente interessante o come annunci una vendita promozionale.

Non devi sbagliare sugli aspetti fondamentali:

- La tua vetrina deve essere ben visibile, illuminata, originale, pulita e ordinata.
- Valorizza sempre gli oggetti di comunicazione, i prodotti e i brand che vuoi promuovere.



La vetrina lancia dunque “un’esca emotiva” che dà il via a tutto il processo di acquisto



- Progetta in anticipo... pensa agli oggetti che vuoi mettere in evidenza, facendo leva sul loro aspetto, sulle combinazioni di colori, su un'eventuale 'storia' che possono raccontare che possa attirare l'attenzione di chi guarda.

- Cerca degli oggetti simpatici e colorati da esporre in vetrina come complementi dei tuoi prodotti, che siano coerenti con il tuo 'posizionamento', cioè con i valori che vuoi esprimere con il tuo lavoro.

- Fai in modo che la tua vetrina appaghi la vista, in modo da far fermare il potenziale cliente: un po' di stopping power, cioè la capacità di attirare l'attenzione del passante.

- Ricorda sempre che operi dall'interno del tuo negozio ma in realtà la tua vetrina sarà vista dal di fuori, quindi quando avrai sistemato i prodotti che vuoi esporre esci a controllare il risultato e l'effetto che farà sui tuoi clienti, in modo da assicurarti di aver messo nella giusta luce i prodotti per te più importanti, così che siano subito individuati.

- Fai delle fotografie da diverse angolazioni per accertarti che l'effetto sia gradevole e magari pubblicarle sul tuo sito web o sui social media del tuo pet shop.



**GIULIA
PEDUZZI**

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

- Rinnova la tua vetrina con una certa frequenza. Divertiti a fare questo lavoro almeno una volta al mese.

- Sii creativo. Nell'era dell'immagine condivisa, fai in modo che la tua vetrina sia accattivante e interessante così da essere fotografata e "postata" dai clienti che passano davanti al tuo pet shop.

Buon lavoro!



TI STAI CHIEDENDO COSA SIA?



Vieni a scoprirlo a Zoomark International 2023 a Bologna (pad. 25 - C54)

Trova una linea moderna e in costante evoluzione di guinzaglieria, giochi, ciotole, cucce e prodotti per l'igiene sia per cani che per gatti.

Hundog è il **distributore** esclusivo di **Zee.dog** per il mercato italiano

COME FARE LA... DIFFERENZA

specializzarsi per fidelizzare

GIULIA PEDUZZI

Continuiamo con altri consigli pratici per impostare la corretta strategia di marketing per il tuo Salone di toelettatura: suggerimenti e idee per specializzarti, attirare i clienti "giusti" e fidelizzarli a vita

Il mese scorso (*Zampotta Pet Business*, aprile, pag. 46) abbiamo parlato di posizionamento e specializzazione e di come i due concetti siano strettamente legati l'uno all'altro.

Uno dei modi più immediati per posizionarti nella mente del tuo cliente target è infatti quello di specializzarti, cioè di scegliere dei trattamenti specifici in cui sei particolarmente capace perché associ alla tua abilità prodotti o attrezzature che ti differenziano dalla concorrenza, rendendoti unico.

SPECIALIZZARSI AL TOP: ALCUNI SUGGERIMENTI

- Trattamenti cosmetici professionali da vasca: bagni delicati per cuccioli e soggetti anziani o specifici per cani con malattie e problemi della pelle; bagni per le differenti tessiture e colori dei mantelli. Questi trattamenti possono essere associati a maschere di bellezza pre o post-bagno a base, ad esempio, di ingredienti vegetali.

- Impacchi mirati alla ricostruzione del pelo danneggiato.





ZOOMARK
INTERNATIONAL
15.5 → 17.5 • 2023
BOLOGNA FIERE - ITALY
PADIGLIONE 30
STAND C77 - C81

Vivere

EQUILIBRIUM MEAL
by Mister Pet

*Fatto con amore,
per Vivere bene insieme.*



**100%
NATURAL
PET FOOD**

**NO GLUTEN
INGREDIENTS**



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



**20% RISO
INTEGRALE
BROWN RICE**
come unica fonte di cereali: più ricco di fibre e basso valore glicemico



HOLISTIC
Erbe officinali ed essenze botaniche
Medicinal herbs and botanical essences



MISTERPET www.misterpetsrl.com

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

Marketing for Groomers

- Trattamenti di trimming, stripping e slanatura in vasca con prodotti specifici.
- Specializzazione a 360° in trattamenti cosmetici e tosatura di una specifica razza.
- Trattamenti per la cute del cane: scrub esfolianti per razze con o senza pelo per idratare la pelle, rimuovere le cellule morte, donare un aspetto più luminoso, prevenire i pori ostruiti.
- Trattamenti antiparassitari.

● **Trattamento SPA con ozonoterapia**, per curare problemi di epidermide, come dermatiti e altre fastidiose patologie provocate da batteri. L'ozono disinfetta il manto e la cute, grazie alle sue proprietà antiossidanti, antibatteriche e antinfiammatorie. L'ozonoterapia inoltre, somministrata attraverso i bagni, ha un effetto calmante e antistress, oltre a migliorare la circolazione sanguigna e linfatica.



- Trattamenti specifici per cani da show secondo gli standard di razza, per conseguire i risultati più idonei: bagni di mantenimento per esposizioni, tagli personalizzati, preparazione e cura con prodotti esclusivi fino al raggiungimento cosmetico di un manto perfettamente condizionato.
- Trattamenti ayurvedici. Tecniche naturali che apportano beneficio sia al fisico che alla sfera emotiva dell'animale, attraverso stimolazioni tattili e olfattive, particolarmente indicate per soggetti stressati, iperattivi e ipersensibili.
- Trattamenti con fanghi e argille. Per favorire il ricambio del pelo, per cani anziani con dolori reumatici, per soggetti con problemi cutanei o dermatiti, per la bellezza del manto, con azione disintossicante e rilassante.
- Massaggi e trattamenti reiki. Per soggetti particolarmente stressati o ansiosi.
- Nail art con prodotti professionali.
- Decorazioni sul mantello con prodotti professionali specifici che non danneggiano cute e pelo.

Collabora sempre con personale qualificato e preparato: investi nella tua formazione e in quella dei tuoi dipendenti

VALORE AGGIUNTO

Questi sono solo alcuni esempi di trattamenti che potrebbero fare la... differenza per il tuo Salone. Sempre in tema di specializzazione, un suggerimento da non sottovalutare è il continuo aggiornamento di tecniche, attrezzature e prodotti: solo in questo modo potrai stare al passo con le novità e proporre al cliente del tuo Salone un servizio davvero completo e all'avanguardia, di cui non potrà che rimanere pienamente soddisfatto.

Attenzione dunque:

- **Collabora sempre con personale qualificato e preparato: investi nella tua formazione e in quella dei tuoi dipendenti.**
- Potresti imparare/insegnare a usare nuovi strumenti o attrezzature da poco sul mercato, oppure



potresti velocizzare alcuni processi aumentando la competenza dei lavoratori che vi sono addetti. La formazione potrebbe influire inoltre sul cambiamento di alcune dinamiche interne del Salone, come lo spostamento di alcuni dipendenti da una mansione a un'altra o l'assunzione di una risorsa che debba sostituirne una in malattia.

Ma anche in assenza di precise ragioni, consentire al personale di aggiornarsi è sempre un'ottima mossa.

- Stai al passo con i tempi: aggiornati sulle ultime novità in tema di attrezzature per il tuo Salone, per offrire al tuo cliente un servizio completo e al top.

- Fai uso di prodotti professionali SOLO di altissima qualità: è importante ricordare che l'obiettivo ultimo è sempre il benessere dell'animale, al di là del trattamento in cui sei specializzato e della tua bravura come professionista. Il mercato propone oggi una scelta molto ampia e varia di soluzioni specifiche per ogni necessità, risultato di studi e ricerche approfonditi in ambito estetico e curativo. Prodotti a base di ingredienti naturali, vegetali, biologici, con formulazioni e packaging "green", caratteristica oggi particolarmente apprezzata da una clientela moderna



**GIULIA
PEDUZZI**

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

alla ricerca di soluzioni sì di ottima qualità ma al contempo certificate, No Cruelty test e rispettose dell'ambiente, che non contengano sostanze chimiche dannose per gli animali e la natura. Dimostra ai tuoi clienti la tua professionalità anche nella scelta dei prodotti che utilizzi, volti esclusivamente alla salute e al benessere dei loro amati pet: ti premieranno con la loro "fedeltà".

Buon lavoro!

NOVITÀ

AESCULAP® Favorita Cli

- ✓ NUOVA generazione della Favorita senza fili
- ✓ Per testine AESCULAP® regolabili
- ✓ Design ergonomico
- ✓ Scocca infrangibile rossa o blu

Peso
390g

Batteria
Li-Ion

3.300
batt/min

Utilizzo
180 min

Innovativi InfoLED di controllo:

- Livello di carica della batteria
- Spia di lubrificazione
- Segnalazione di surriscaldamento
- Indicazione di sovraccarico motore



Scopri di più su www.bbraun.it/tosatrici-aesculap

AESCULAP®



COME GESTIRE UN DIPENDENTE

dal carattere difficile ma con ottime skill

EMILIO GERBONI

Cosa fare quando hai un dipendente, o un collaboratore, dal carattere difficile ma molto bravo tecnicamente, competente e soprattutto molto al di sopra della media?

S spesso capita che una persona competente e capace - magari proprio in quelle skill dove pochi sanno metterci mano - abbia anche un carattere molto difficile.

Si tratta di quei casi in cui puoi capire con chiarezza che a doversi rivolgere a uno specialista non è la persona "presunta disturbata", ma chi la subisce: spesso sono proprio loro ad aver bisogno, per poter gestire questi soggetti che circolano nelle loro vite.

Un esempio celebre di questa situazione potrebbe essere rappresentato da Steve Jobs, che viene spesso dipinto come un personaggio geniale ma dal carattere difficile. Lui però era il capo dell'azienda, quindi il problema si poneva all'opposto per i suoi dipendenti, che probabilmente avevano a che fare con una persona difficile, con cui potevano non trovarsi bene se non seguivano alla lettera le sue indicazioni o non aderivano alla sua filosofia.

QUANDO IL DIPENDENTE È UN "TESTA CALDA"

Dal punto di vista del dipendente, invece, sussiste l'idea che la capacità spesso sia inversamente proporzionale alla bontà di carattere, soprattutto per quanto riguarda mansioni che richiedono grande tecnica, maniacalità, precisione, perfezionismo e fredda logica.

Cosa fare quindi con questo tipo di soggetti?

Spesso capita di accorgersi che "sono fatti così" dopo averli assunti, quindi ti ritrovi un carattere difficile o una testa calda all'interno della tua attività senza averlo preventivato, magari abbagliato proprio dalle sue capacità.

Bisogna pertanto ragionare su come comportarsi nel farlo integrare al meglio, utilizzando le sue competenze e minimizzando i danni derivati dal suo atteggiamento indisponente o da altre tipologie di comportamento non appropriate. Una distinzione importante è se questa persona manifesta un carattere burbero o comunque spigoloso, scontroso, problematico solo con soggetti specifici, quindi se c'è una selettività o un'esasperazione del suo atteggiamento oppure se è, diciamo, un valore assoluto, cioè se con chiunque si pone allo stesso modo.



CI VEDIAMO A
ZOOMARK
15-19+17-19-20-2023
Bologna Fiere
HALL 30 - STAND D42



UN BUSINESS A TRAZIONE INTEGRALE

**SCEGLI IL PET FOOD CHE TI FA ESPLORARE NUOVI TERRITORI,
SENZA RINUNCIARE ALLE TUE CERTEZZE.**



La Crocchetta 3+ di MSM Pet Food è come un 4x4, affidabile e davvero performante! Grazie alla sua particolare formulazione, è un vero concentrato di **ENERGIA**, Gusto e Nutrimento per il benessere di cani e gatti.

Per te che stai cercando nuovi prodotti da inserire a scaffale, senza rinunciare al pet food tradizionale, **MSM PET FOOD** ti offre un'ampia gamma di proposte alternative, garantite dalla nostra esperienza produttiva **Made in Italy**.

La rivoluzionaria **Crocchetta 3+** di **MSM PET FOOD** è pensata per chi vuole prendersi cura del proprio cane e gatto con **+energia, +nutrimento e +gusto**.

Grazie al processo produttivo sviluppato nella nostra sede in **ITALIA**, la trasformazione degli ingredienti avviene senza alterarne le caratteristiche nutrizionali.

È così che le proprietà organolettiche e nutritive vengono preservate.

Il risultato? Alimenti realmente sani, studiati su misura per taglia, età ed esigenze specifiche dell'animale.

Contattaci subito per mettere a scaffale i nostri prodotti e garantirti un pet food diverso dal solito che potrai proporre ai tuoi clienti più affezionati.

Pettys **Playdog** **podium**
SELECTED SUPERPREMIUM by MSM Complete dog food

MSM
PET FOOD
PRODOTTI COL CUORE

MSM PET FOOD SRL
Via Dell'Agricoltura 5 -25028 Verolanuova (BS) +39 030 9361245
www.msmpetfood.com - info@msmpetfood.com

seguici su:   

Individueremo di conseguenza se c'è una rigidità irreversibile nella personalità, se cioè il soggetto non discrimina nessuno ma si comporta in questo modo con tutti.

Dopodiché chiaramente andrà classificata anche la tipologia di quelli che sono i suoi comportamenti disfunzionali, nel senso che ci sono tante tipologie di carattere difficile che non facilitano lo svolgimento del lavoro.

Quali sono alcuni di questi comportamenti scomodi?

- rispondere in modo brusco e sgarbato;
- avere un atteggiamento negativo generale, anche nella postura e nell'espressione poco amichevole;
- tendere a respingere le proposte delle persone intorno in modo sempre scortese e aggressivo;
- voler accentrare il lavoro su di sé squalificando il lavoro degli altri, dicendo o facendo intendere loro che non lo stanno facendo bene, che sono incapaci, che non fanno nulla;
- manifestare un perenne atteggiamento di arroganza e di opposizione agli ordini impartiti come vengono dati, eseguendoli sempre seguendo la propria testa;
- comportarsi in modo discontinuo, in modo non affidabile, manifestando alti e bassi nelle prestazioni che dunque oscillano tra l'eccellenza e l'assenza totale in base all'umore del giorno.



COME COMPORTARSI NELL'AMBITO DELLA TUA ATTIVITÀ

Tutto questo chiaramente comporta uno stress e una difficoltà di gestione che richiede di essere arginata con delle speciali manovre.

Spesso in questi casi viene assegnato al soggetto in questione un ruolo di leadership.

Responsabilizzato, potrebbe acquietarsi e interrompere i suoi comportamenti eccessivi, che comunque sono anche la sua caratteristica di forza, riuscendo a “tenere sotto controllo” i colleghi più di quanto magari possa farlo il datore di lavoro.

In questo modo la sua forza viene valorizzata nella direzione di portare tutti a comportarsi in maniera corretta.

Non sempre infatti è possibile, né desiderabile, il licenziamento, che solitamente arriva per esasperazione (oppure se è il soggetto stesso che cede).

C'è chi, al contrario, opta per la soluzione di propendere sulla costruzione di un team più equilibrato piuttosto che puntare su una sola star.

Un vero e proprio “coro” con brevi momenti da solista che valorizzano l'individualità di ciascuno.

La cura, in questo caso, sta principalmente in una selezione attenta, fondata su questa chiara visione. Chi non la segue, si mette contro tutto il gruppo, che condivide la stessa politica.



GUSTO BUENO

SNACK RINFRESCANTE PER CANI



CONGELARE
30
MINUTI

CON
ESPOSITORE
DEDICATO



Scopri la linea completa con tante gustose bontà per cani e gatti.

100%
PURO
GUSTO!



Vieni a trovarci a Zoomark: Pad. 26 - Stand B71, B72, B75, B76

VALORIZZARE LE CAPACITÀ

Una certa misura di ammorbidimento, di accordo, di collaborazione, è possibile ottenerla nel momento in cui la persona si sente compresa e capita nelle sue differenze e peculiarità, senza cercare di volerla stravolgere e farla diventare ciò che non è.

In parte, probabilmente, molta della sua forza e capacità deriva proprio da questa sua “testa”, quindi apprezzarla per come è fatta sicuramente aiuta a rendere meno spigolosa la relazione.

In linea con questa logica, un'altra strategia può essere quella di andare a collocare la persona in un ambito dove il suo ruolo e le sue capacità vengono valorizzate, mentre i suoi difetti vengono minimizzati.

Questo ovviamente va studiato a tavolino e il piano va implementato cercando di ottenere dal tuo dipendente “difficile” un gradimento e un'accoglienza della posizione da attribuirgli: lui deve essere il primo a non sentirsi squalificato e svalutato da questo trattamento.

Per esempio, potrebbe essere escluso dal rapporto con il pubblico, sapendo che potrebbe vivere questa esclusione in questo modo:

“Benissimo, posso occuparmi degli aspetti tecnici che mi piacciono al computer (o macchinari, attrezzature, magazzino etc.), dove ho un controllo totale della situazione, posso fare come mi pare senza che qualcuno mi dia degli ordini specifici. E senza dover avere rapporti con le persone in negozio!”.

Evitare di rendersi dipendenti da una persona che poi va a guastare il clima generale, portando a una situazione dove sono più gli svantaggi che i benefici, è cosa saggia

In questo caso l'accordo sarebbe:

“Tu stai lì, sfrutti le tue capacità e non dobbiamo avere a che fare con te e i tuoi aculei”, trovando così una buona armonia con il nostro soggetto in un accordo win-win. Il tutto, ovviamente, cercando di non scontentare gli altri dipendenti che possono percepire come privilegiato e premiato un comportamento non virtuoso, ma coinvolgendoli nel progetto.

Sicuramente quando si tratta di un familiare la situazione è un po' più complessa: ci sono più step da gestire nella relazione che può presentare dei problemi a livello di gerarchia... immaginiamo, ad esempio, un fratello minore che si trova nella posizione di capo di un fratello maggiore.

In questo caso sarebbe possibile introdurre delle figure mediatrici che non appartengano alla famiglia e che siano ben viste dal nostro soggetto “difficile”, con cui può creare un'alleanza e di cui può ascoltare le direttive.

Nel caso in cui la fonte del comportamento difficile fosse un conflitto o un attrito pregresso rimasto irrisolto, la soluzione sarà quella di intervenire per scioglierli, al fine di mettere le cose in chiaro, estinguere i vecchi rancori e ripristinare un buon rapporto.

CONCLUSIONI

Ti consiglio di prendere in considerazione le varie soluzioni proposte prima di giungere al licenziamento, che spesso va comunque anticipato dalla pianificazione della compensazione della figura, limitandone al minimo la perdita.

Sicuramente rendersi dipendenti da una persona capace non è mai buona cosa, anzi la rende ancora più insidiosa.

Il fatto invece di avere un funzionamento della tua attività che non poggia su di un soggetto dif-



ficile, può renderlo meno arrogante e fargli “abbassare la cresta”, promuovendo l’espres- sione di un comportamento più collaborativo.

Molte volte il problema è quello di trovare delle persone capaci o delle persone che, la- vorando bene insieme, possano nel comples- so ottenere una risposta perlomeno sufficien- temente adeguata allo standard desidera- to.

Per questo un progetto di trasformazione in- terna va ragionato in anticipo e ben pianifica- to, valutato, preparato e costruito nel tempo, proprio per ovviare a questo tipo di situa- zione.

Evitare di rendersi dipendenti da una per- sona che poi va a guastare il clima generale, portando a una situazione dove sono più gli svantaggi che i benefici nel breve, medio e lungo termine, è cosa saggia.

Abbiamo visto come gestire un collaboratore o dipendente bravo ed estremamente capace, ma con un carattere difficile, non sia sempli- ce né cosa da un minuto, ma richieda un’at- tenta, lucida e ampia analisi e azioni mirate caso per caso.

Il processo può risultare laborioso, ma regala- re alla fine grandi soddisfazioni.

Come sempre... Stay cushy, not pushy!



EMILIO GERBONI

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

Direttore del centro Quietmood con sede a Bologna. Specializzato in Terapia Breve Strategica, Ipnosi Ericksoniana, EMDR, Schema Therapy, Psicoterapia Evolutiva. Ideatore della strategia

Quietmood - la tua strategia di cambiamento comoda come un cuscino. Grazie alla strategia Quietmood aiuta le persone a evolvere senza uscire dalla loro zona di comfort, senza usare la forza di volontà, senza perseguire obiettivi angoscianti al fine di sentirsi a proprio agio con chiunque in qualsiasi contesto desiderato. Autore del libro "La vita inizia nella comfort zone". info@quietmood.it



FARMCOMPANY

Ecolife

PROTEZIONE NATURALE
PER CANI E GATTI

A base di oli essenziali di
NEEM, EUCALIPTO CITRIODORA
e GERANIOLO



FINO A 4 MESI DI PROTEZIONE



SGRADITO A PULCI,
ZECCH E FLEBOTOMI

Spot On Cane

Spot On Gatto



Collare Cane

Collare Gatto

Spray



DISTRIBUITO IN ESCLUSIVA
PER L'ITALIA DA

FARMCOMPANY

www.farmcompany.it

FarmcompanyBielLa

farmcompanybiella



ZOOMARK
HALL 25 - C81



FAI VIVERE AL TUO CLIENTE UN'ESPERIENZA MEMORABILE

con il marketing esperienziale

LUCA SCRIMIERI

Il marketing esperienziale è un approccio di marketing incentrato sulla valorizzazione dell'esperienza di consumo del cliente, al fine di trasmettere un valore aggiunto connesso con l'acquisto del prodotto

Non è raro imbattersi ultimamente nel marketing esperienziale. Se ne parla, si insegna, si racconta, ma si pratica poco. Cos'è? Cosa fa? Quando si accenna al marketing esperienziale in genere si usano espressioni tipo: "far vivere al tuo cliente un'esperienza memorabile", "far esclamare WOW al tuo cliente"... In parole brevi, il marketing esperienziale è un modo di rapportarsi con il mercato che mette al centro il consumatore e più precisamente le sue esperienze, che ha come obiettivo ultimo aumentare la reputazione della tua attività e favorire il passaparola.



Una piccola digressione: spesso, prima di parlare di marketing esperienziale, basterebbe nella maggior parte dei casi rispettare alcune semplici regole base: una buona disposizione dei prodotti in negozio, un ambiente pulito e accogliente, prezzi e info chiari e leggibili, titolare e personale cortesi ed educati.

Alcuni clienti si accontenterebbero già di questa esperienza, non certo memorabile ma degna di essere raccontata e consigliata. Ovviamente diamo per scontato che nel tuo pet shop tutto ciò avvenga, altrimenti anche la miglior esperienza, progettata e offerta ai tuoi clienti, non servirebbe a niente.



NELLE PORZIONI PICCOLE... C'È IL NATURALE BUONO

Nuovi multipack **Lifecat**



6 comode lattine da 50gr

6 PICCOLE
PORZIONI
NATURALI
DA 50g
IN ACQUA
DI COTTURA

6 PICCOLE
PORZIONI
NATURALI
DA 50g
IN ACQUA
DI COTTURA

con ingredienti pregiati

in acqua di cottura



ZOOMARK • 15 - 17 MAGGIO 2023 • BOLOGNAFIERE
PAD. 29 MALL • STAND A05 - B06

COS'È IL MARKETING ESPERIENZIALE

Forma evoluta di customer experience, il marketing esperienziale fa leva sulla sfera emotiva del consumatore per creare un legame personale e duraturo con il brand. L'intensità dell'esperienza, costruita in modo da essere coinvolgente, rilevante e personalizzata, promuove non solo il prodotto ma uno stile di vita, aumentando il valore percepito e la fidelizzazione al marchio.

Stiamo parlando di una tecnica di promozione - nota anche come engagement marketing - che tende a creare un legame tra marchio e cliente basato sull'esperienza concreta, capace di immergere il brand nella vita reale: il prodotto o il servizio si fondono con le attività quotidiane, creando interazione.

Questo è uno dei punti sostanziali: nell'experiential marketing brand e cliente interagiscono.

Studia la concorrenza e differenziati: individua uno o più prodotti/servizi che la clientela sa di poter trovare solo nel tuo negozio

Fra gli approcci di marketing esperienziale, il più autorevole è quello elaborato da Bernd H. Schmitt, che a proposito della cultura, afferma:

"Le esperienze sono la condizione di esercizio della nostra cultura, delle nostre convinzioni, del nostro sé, sono individuali e collettive a un tempo. Le esperienze sono il farsi corpo della nostra cultura. Incorporare la cultura da parte delle esperienze e far sì che quest'ultime diano spessore alla cultura".

Ricorda dunque che l'esperienza proviene dalla cultura e con essa deve relazionarsi.

Snaturarla dal suo contesto non serve.

Un binomio, quello esperienza-cultura, che devi sempre tenere presente.

LA CUSTOMER EXPERIENCE

Sempre secondo Bernd H. Schmitt, è necessario definire il sistema d'offerta di un'attività a partire dall'esperienza del cliente, la cosiddetta "customer experience", che può essere costruita sulla base di cinque tipi di esperienze, ognuna delle quali basata su una caratteristica della mente umana.

- **1. Sense.** Esperienze legate alla percezione sensoriale: vista, gusto, olfatto, tatto, udito.



- **2. Feel.** Esperienze che suscitano sentimenti ed emozioni: si fa riferimento ai sentimenti interiori dei clienti, trovando i giusti stimoli per suscitare emozioni forti associabili a una marca o a un prodotto. Le emozioni scaturiscono durante il consumo.

- **3. Think.** Esperienze che coinvolgono i processi cognitivi di apprendimento: in questo caso si fa appello all'intelligenza, con l'obiettivo di far pensare e ragionare il cliente chiedendogli di risolvere creativamente un qualcosa. Il cliente è coinvolto in un problem solving, risolto il quale si sente maggiormente attratto dalla marca in questione.

- **4. Act.** Esperienze che spronano il consumatore ad agire, ad assumere determinati stili di vita: l'obiettivo è quello di influenzare le esperienze corporee, i comportamenti, le interazioni. Suggerisce un nuovo modo di fare o di sentire creando valore. Sono numerose le pubblicità che lavorano in questa direzione. Questo perché il marketing esperienziale si mette in atto anche al di fuori di un contesto o di un ambiente (fermo restando la cultura), stimolando appunto un'azione.

- **5. Relate.** Esperienze derivanti da interazioni e relazioni sociali: si accomunano tutte le precedenti esperienze ma andando oltre gli aspetti interiori o privati del cliente, portandolo a relazionarsi oltre che con il suo sé ideale anche con altri individui e altre culture.



CONCLUSIONI: COME FACILITARE L'APPROCCIO ESPERIENZIALE

Stabilito tutto ciò, per favorire un approccio esperienziale da parte del tuo cliente:

- **Focalizzati su una nicchia.** Identifica un segmento di clientela e rivolgiti ad esso, cercando di comprenderne i comportamenti e le attitudini (famiglie con bambini, coppie, single, etc.).



- **Studia la concorrenza e differenziati.** Individua uno o più prodotti/servizi che la clientela sa di poter trovare solo nel tuo negozio (alimenti monoproceici per determinate pa-



**LUCA
SCRIMIERI**

Si definisce un pubblicitario e si occupa di sviluppare brand.

Si nutre di marketing, di cinema, di sport, di libri e di pubblicità ovviamente.

Una laurea in Economia, due Master, varie specializzazioni.

Più di 25 anni di esperienza. Con un passato di product/brand manager e direttore marketing per grandi imprese italiane e internazionali, un passato prossimo in agenzie pubblicitarie e un presente come titolare di un'agenzia di comunicazione e marketing.

Per chi vuole saperne di più www.lucascrimieri.it, info@lucascrimieri.it

tologie, accessori fashion personalizzati, prodotti specifici per l'igiene e la cura del manto, etc.).

- **Pensa a un'esperienza unica e coinvolgente.** Crea per il tuo cliente un ambiente in cui lui e il suo adorato pet si possano sentire a proprio agio e "coccolati".

Buon lavoro allora... e buone esperienze!

COLLEZIONE 2023



www.fashiondog.it



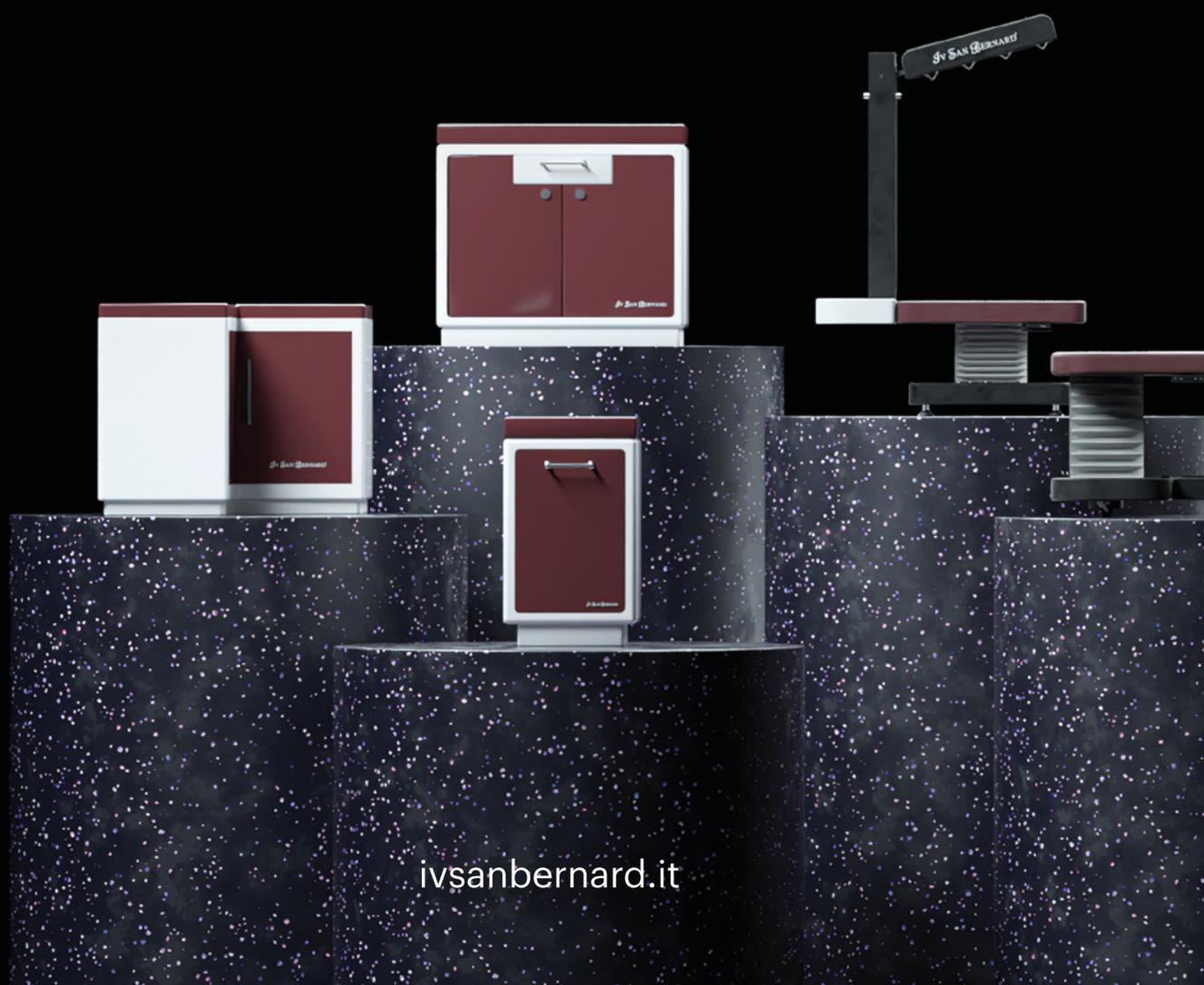
ZOOMARK
INTERNATIONAL

15.5 → 17.5 · 2023
BOLOGNA FIERE · ITALY

PADIGLIONE 25
STAND B55

Iv SAN BERNARD®

Linea Premium



ivsanbernard.it



ZOOMARK
INTERNATIONAL

15-16-17 **STAND N. A02-C17**
MAGGIO 2023 **PADIGLIONE N. 25**



UTILI E PERDITE DELLA TUA ATTIVITÀ:

ecco come si generano

ASSUNTA INCARNATO

Il conto economico è il prospetto contabile che mostra il risultato economico della tua attività, ossia la differenza tra ricavi conseguiti e costi sostenuti

Il mese scorso abbiamo parlato di stato patrimoniale, attività e passività (vedi *Zampotta Pet Business*, aprile, pag. 56).

Ora è arrivato il momento di capire come si generano gli utili (o le perdite) della tua attività. Il conto economico è il prospetto contabile che esprime il risultato economico raggiunto in un determinato periodo di tempo, tipicamente un anno, e che consiste nella differenza tra ricavi conseguiti e costi sostenuti.



Più precisamente:

ricavi > costi = risultato economico positivo
= UTILE

ricavi < costi = risultato economico negativo
= PERDITA

Mentre lo stato patrimoniale rappresenta la situazione patrimoniale e finanziaria di un'impresa, il conto economico rappresenta la sua situazione da un punto di vista economico.

Non è importante per te conoscere ogni dettaglio di questi prospetti contabili ma è fondamentale per te comprenderne la struttura generale.

Il conto economico ha una struttura a scalare e si articola nelle categorie (macro-classi) che puoi vedere nella tabella in alto nella pagina seguente.



Ambel
PET COSMETIC MILANO

I RITUALI



For professional groomers

Ambel è una creazione Record che nasce dalla passione, dall'esperienza e dall'amore per il benessere dei nostri amici a 4 zampe. Una linea cosmetica professionale con ingredienti pregiati, scelti in funzione di una toelettatura perfetta.

Record®

Vieni a trovarci a Zoomark: Pad. 26 - Stand B71, B72, B75, B76



Record - Rinaldo Franco Spa



record_rinaldo_franco

www.recordit.com

Conto Economico
(secondo il Codice Civile)
A. Valore della Produzione
B. Costi della Produzione
Differenza tra Valore e Costi della produzione (A-B)
C. Proventi e oneri finanziari
D. Rettifiche di valore di attività/passività finanziarie
Risultato prima delle imposte (A -B+/-C+/-D)
Imposte d'esercizio
Utile/Perdita d'esercizio

Nella tabella sotto puoi vedere il conto economico di un bilancio depositato presso la Camera di Commercio.

Ai ricavi seguono i costi, e nelle colonne a destra sono riportati i valori contabili dell'anno appena chiuso e di quello precedente.

Non tutte le macro-voci sono indicate: dipende se al loro interno sono stati movimentati dei sottoconti o meno.

Analizziamo ora le macro-voci nel dettaglio.

A) VALORE DELLA PRODUZIONE

In questa voce sono classificate le voci che esprimono il valore economico della produzione di beni e servizi generata dall'impresa nell'anno in esame. In particolare:

- ricavi delle vendite di beni e servizi venduti nell'esercizio in corso;

- variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti, limitatamente cioè agli elementi sui quali l'impresa ha svolto una qualche attività di trasformazione;

- altri ricavi e proventi che non sono direttamente correlati all'attività tipica aziendale, come ad esempio gli affitti percepiti per l'utilizzo da parte di terzi di immobili o rami d'azienda, i plusvalori conseguiti per la vendita di un bene strumentale, etc.

CONTO ECONOMICO	2017	2016
A) VALORE DELLA PRODUZIONE		
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	471.402	83.078
5) Altri ricavi e proventi		
altri	18.899	2.945
totale altri ricavi e proventi	18.899	2.945
Totale valore della produzione	490.301	86.023
B) COSTI DELLA PRODUZIONE		
6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	274.853	54.783
7) Per servizi	47.811	10.328
8) Per godimento beni di terzi	34.345	11.299
9) Per il personale		
a) Salari e stipendi	103.362	13.070
b) Oneri sociali	21.389	3.646
c), d), e) trattamento di fine rapporto, trattamento di quiescenza, altri costi del personale	6.982	710
c) trattamento di fine rapporto	6.982	710
Totale costi del personale	131.733	17.426
10) Ammortamenti e svalutazioni		
a), b), c) Ammortamento immobilizzazioni immateriali, materiali, altre svalutazioni	6.490	2.463
a) Ammortamento immobilizzazioni immateriali	2.046	2.017
b) Ammortamento immobilizzazioni materiali	4.444	446
Totale ammortamenti e svalutazioni	6.490	2.463
11) Valutazioni pe rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	(13.650)	(10.545)
14) Oneri diversi di gestione	4.859	1.908
Totale costi della produzione	486.441	87.662
DIFFERENZA TRA VALORE E COSTI DELLA PRODUZIONE (A-B)	3.860	(1.639)
C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI		
16) Altri proventi finanziari		
d) proventi diversi dai precedenti		
altri	1	1
Totale proventi diversi dai precedenti	1	1
Totale proventi e oneri finanziari	1	1
17) Interessi ed altri oneri finanziari		
altri	65	
Totale interessi e altr oneri finanziari	65	
Totale proventi e oneri finanziari (15+16-17+ - 17 bis)	(64)	1
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE (A - B + - C + - D)	3.796	(1.638)
20) Imposte sul reddito dell'esercizio , correnti, differite e anticipate		
imposte correnti	870	
imposte differite e anticipate	379	(379)
Totale delle imposte sul reddito dell'esercizio , correnti, differite e anticipate	1.249	(379)
21) Utile (perdita) dell'esercizio	2.547	(1.259)





**ORA RIO E LITTLE ONE
SONO DISPONIBILI
PRESSO TECNOZOO**

TECNOZOO

Tecnozoo S.P.A.
commercialepet@tecnozoo.it
049 9350766

B) COSTI DELLA PRODUZIONE

Sono quelli sostenuti nel corso dell'anno per produrre beni e servizi oggetto dell'attività aziendale. Essi si dividono principalmente in:

- costi per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci;
- costi per servizi, in cui rientrano spese di trasporto, assicurazioni, consulenze tecniche e legali etc.;
- costi per godimento di beni di terzi, come canoni per locazioni, eventuali leasing, etc.;
- costi per il personale, comprensivo di salari e stipendi, oneri sociali, trattamento di fine rapporto, etc.;
- ammortamenti e svalutazioni. In questa voce rientrano gli ammortamenti delle immobilizzazioni materiali e immateriali, oltre alle relative svalutazioni.

Mi chiederai a questo punto... "Assunta, cos'è l'ammortamento?"

Niente panico, te lo spiego subito. L'ammortamento rappresenta la quota annuale del costo di un bene avente durata pluriennale. In altre parole, poiché i beni strumentali sono utilizzati per più anni, non è corretto imputare l'intero costo nell'anno in cui essi sono stati acquistati e forse anche pagati, ma è corretto (e quindi obbligatorio) imputare questo costo suddividendolo negli anni in cui tale bene verrà utilizzato.

Faccio un esempio per spiegarmi meglio.

Hai deciso di rinnovare l'arredamento del negozio, che verrà sfruttato per presumibilmente otto anni, sostenendo un costo di € 15.000.

Il coefficiente di ammortamento è pari al 12,50% (100% diviso 8 anni di effettivo utilizzo).

La tua azienda non può dedurre interamente € 15.000 quale costo sostenuto nell'anno di acquisto, ma può dedurlo ripartendolo in otto anni, per una quota annua pari a € 15.000/8 anni = € 1.875. L'importo così calcolato, che rappresenta la quota di costo annua, prende il nome di ammortamento.

Il valore netto contabile rappresenta il valore residuo del bene, ossia l'importo originariamente pagato al netto degli ammortamenti già dedotti. Al termine del terzo anno, quindi, il valore netto contabile di questo macchinario è pari a: € 15.000 - (€ 1.875 x 3 anni) = € 9.375.

L'ammortamento rappresenta la quota annuale del costo di un bene avente durata pluriennale

- variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci. A differenza di quelle contabilizzate nella lettera (A) Valore della produzione, le rimanenze in questa voce riguardano beni che non hanno subito alcun processo di trasformazione fisica. In particolare questa voce assume segno positivo o negativo a seconda di:
 - esistenze iniziali al 1/1 < rimanenze finali al 31/12 = segno negativo
 - esistenze iniziali al 1/1 > rimanenze finali al 31/12 = segno positivo;
- oneri diversi di gestione. In questa voce sono rilevati contabilmente tutti i costi che non hanno trovato altra collocazione, come ad esempio le spese per la sottoscrizione di abbonamenti, tasse di varia natura (non sul reddito), etc.

La differenza tra valore e costi della produzione (A-B)

La differenza tra valore e costi della produzione (A-B) costituisce un primo risultato economico importante, in quanto evidenzia il risultato della gestione operativa dell'impresa.

Se questo indicatore fosse negativo, costituirebbe un sintomo molto grave: sostanzialmente la tua impresa starebbe operando in perdita.

Attenzione quindi - ad esempio - a intraprendere campagne di marketing: più fatturi, più aumenterai le perdite!

Cosa fare in questo caso?

In questo caso è assolutamente necessario fare una ristrutturazione dei costi, che consiste nel valutare attentamente le voci di costo sostenute dalla tua impresa, stralciare quelle non strettamente necessarie, rinegoziare i termini contrattuali con i fornitori strategici, etc.

Una volta che hai compiuto questa operazione dovrai nuovamente determinare il costo compless-



COMING SOON

schësir®

NUOVO & AUDACE

**PIÙ NUTRIZIONE, FORMATI, RICETTE,
FORMULAZIONI SPECIFICHE**

QUELLO DI CUI UN CARNIVORO HA DAVVERO BISOGNO



**SCOPRI TUTTE LE NOVITÀ A ZOOMARK 2023
PAD. 30, STAND C74 - D75**

sivo unitario per ogni singolo prodotto o servizio a listino e chiederti se la strategia dei prezzi che hai adottato è ancora remunerativa o meno.

La differenza tra valore e costi della produzione (A-B) rappresenta come detto la gestione tipica e operativa dell'azienda: ora, è arrivato il momento di analizzare le altre gestioni accessorie.

C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI

In questa voce sono da comprendersi, ad esempio:

- proventi da partecipazioni (es. i dividendi);
- altri proventi finanziari (es. gli interessi attivi da obbligazioni e Buoni del Tesoro);
- interessi e altri oneri finanziari (es. gli interessi passivi su mutui e altre commissioni di natura finanziaria).



Nella maggior parte dei casi questa voce è negativa, ossia comprende prevalentemente costi rispetto a proventi finanziari. È una voce che deve essere tenuta assolutamente sotto controllo. Non è raro infatti vedere imprese che realizzano un utile operativo (differenza tra valore e costi della produzione (A-B) commentata più sopra), letteralmente consumato dal peso eccessivo degli oneri finanziari dovuti sul finanziamento di capitale di terzi. Ciò costituisce un sintomo molto grave: l'impresa è pesantemente sovra indebitata.

Cosa fare in questo caso?

In questo caso ti suggerisco di valutare immediatamente (eventualmente affiancato da un professionista di fiducia) una ristrutturazione del debito finanziario.

La ristrutturazione del debito, più precisamente, può alternativamente o congiuntamente consistere in:

- diminuzione del costo del debito e quindi del tasso di interesse originariamente previsto per la restituzione del debito;
- ridefinizione delle scadenze originariamente previste, prevedendo ad esempio un allungamento temporale, e quindi una rata periodica più bassa;
- stralcio di parte del debito da parte del creditore.

Se gli oneri finanziari pesano in particolar modo sulla situazione economica dell'impresa è consigliabile approfondire la lettura del Rendiconto finanziario e verificare gli equilibri tra la gestione operativa di finanziamento e di investimento, per avere chiara la situazione ed elaborare un piano di ristrutturazione del debito economicamente e finanziariamente sostenibile.

Rettifiche di valore di attività e passività finanziarie

Gli investimenti di natura finanziaria, oltre a generare rendimenti, possono subire nel corso dell'esercizio modifiche di valore, anche consistenti.

Quando un investimento rileva un incremento di valore tale variazione in aumento è chiamata rivalutazione; se - al contrario - subisce una diminuzione, la variazione in diminuzione è chiamata svalutazione.

In questa macro-classe rientrano, quindi, sia le variazioni in aumento che in diminuzione del valore di partecipazioni, titoli iscritti nell'attivo circolante etc.

Risultato prima delle imposte = (A-B +/-C+/-D)

Prima di arrivare all'utile (o alla perdita) di esercizio troviamo un secondo risultato intermedio molto importante, ovvero il risultato prima delle imposte.

Questo indicatore è fondamentale per l'analisi e l'interpretazione del conto economico poiché non è influenzato dal carico fiscale.

Il suo ammontare è pari alla differenza tra il valore e costi della produzione (A-B), cui vanno sommate e sottratte (in base al loro segno algebrico) le componenti (C) e (D).



Naturalmente, anche questo valore dovrebbe essere ampiamente positivo.

Le imposte sul reddito

In questa voce sono rilevate le imposte di competenza dell'esercizio determinate a seguito della predisposizione delle dichiarazioni fiscali (Mod. REDDITI e Mod. IRAP).

Se la tua attività ha adottato la veste giuridica della società di capitale (es. SRL) in questa voce vanno rilevati sia l'imposta sul reddito IRES che l'imposta sulle attività produttive IRAP. Se al contrario la tua impresa ha adottato la veste giuridica della società di persone (sas o snc) o della ditta individuale, in questa voce troverai solo l'imposta sulle attività produttive IRAP.

Ciò non significa naturalmente che la tua attività non deve pagare imposte... anzi!

Semplicemente, esse non vengono contabilizzate nel Conto economico dell'impresa, dato che il reddito della tua impresa viene in questi casi tassato nella tua dichiarazione dei redditi personale.

Utile o perdita d'esercizio

Sottraendo dal Risultato prima delle imposte le imposte sul reddito di esercizio, si determina l'utile o la perdita.

Questo valore corrisponde a quanto rilevato nel Passivo dello Stato Patrimoniale, nella macro voce del Patrimonio netto.

Buon lavoro!



ASSUNTA INCARNATO

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



Heiniger

OPAIL

BRILLIANT IN
PERFORMANCE
& QUIETNESS



SWISS MADE PRECISION www.heiniger.com

ZOOMARK
INTERNATIONAL

Pad. 21 Stand C42



COME RISOLVERE LA CRISI AZIENDALE

con il giusto mix di competenze

Gestire una crisi aziendale non è affatto facile. Ce ne parla in un'intervista Giuseppe Di Domenico, esperto di gestione finanziaria del nostro magazine, autore di un libro sull'argomento

Riconoscere i segnali di una crisi aziendale non è facile. Spesso gli imprenditori se ne rendono conto quando è troppo tardi o, anche con i margini per agire in tempo, molti dei tentativi per uscirne cadono nel vuoto. Per capire meglio come affrontare una crisi aziendale abbiamo intervistato Giuseppe Di Domenico, fondatore del network professionale specializzato in questa attività *Di Domenico & Associati* e autore del libro *Diventa libero dai debiti aziendali*.

Zampotta Pet Business: I sintomi di una crisi aziendale si possono confondere con i problemi di ordinaria amministrazione?

Giuseppe Di Domenico: I segnali di una crisi aziendale si possono rilevare in due modi. In primo luogo, se l'azienda ha implementato un sistema di controllo di gestione, si evince monitorando specifici indicatori in grado di rilevarla in maniera abbastanza puntuale e con largo anticipo. Diversamente, la mancanza di liquidità necessaria a sostenere i costi aziendali è un segnale molto forte di crisi. Se, ad esempio, l'impresa non riesce a pagare gli F24 né addirittura a programmarne il pagamento, se ha problemi a saldare le fatture ai fornitori o a sostenere gli investimenti nel marketing per l'acquisizione di nuovi clienti, allora è molto probabile che l'azienda si stia incanalando lungo il sentiero di una crisi.

Z.P.B.: Da queste parole intuimmo che l'implementazione di un sistema di controllo di gestione aiuterebbe l'azienda a prevenire una crisi. È così?

G.D.D.: Per risanare un'azienda bisogna sempre partire dal controllo dei numeri. Un'azione resa possibile solo con l'implementazione di un sistema di controllo strategico, in grado di monitora-



SPECIALE
*Arriva un
Cucciolo!*



ANIMAL
**MONO
PROTEIN**
Formula

Tutto il Valore della Semplicità

Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain è una linea di alimenti per cani o per gatti, 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 come il riso. È integrata con Beta-glucani e realizzata con un'innovativa ricetta di Superfood della tradizione Mediterranea: Canapa, Olio d'Oliva, Pomodoro, Melagrana, Broccolo e Cicoria nella ricetta per cani, oppure Mirtilli, Melagrana, More, Lamponi e Psyllium nella formula per gatti. La sua ricetta è senza grasso di pollo e senza frumento, soia e mais aggiunti. È preservata solo con antiossidanti naturali, per mantenere fresco l'alimento. Le ricette, formulate per l'alimentazione quotidiana del tuo pet, sono specifiche per ogni fascia di età, per taglia o per stile di vita, per garantire la miglior nutrizione in ogni momento!

Get Social
www.exclusion.it

Exclusion[®]
MONOPROTEIN PASSION FOR PET HEALTH



re i flussi di cassa aziendali, partendo da una riclassificazione dei dati di bilancio, e specifici indicatori di performance che determinano se l'azienda sta andando bene o c'è qualcosa da sistemare. Non esistono piani di risanamento aziendale che possano funzionare senza aver analizzato a fondo i numeri di partenza. È da questo genere di verifiche che nasce un piano di risanamento aziendale destinato al successo e adatto a garantire la sopravvivenza dell'azienda.

Z.P.B.: Immaginiamo che l'imprenditore provi comunque a risolvere da solo la crisi, prima di rivolgersi a lei. Perché non funziona?

G.D.D.: La causa principale che sottende al mancato successo di un'iniziativa imprenditoriale, volta a risolvere la crisi che l'azienda sta attraversando, è legata alla sporadicità degli interventi attuati. Le azioni isolate, slegate da ogni strategia, di fatto non sono efficaci perché non colpiscono al cuore il problema. Non è una questione di capacità imprenditoriale, succede anche se si coinvolgono professionisti specializzati in specifici settori di intervento, come quello amministrativo o legale. Il problema è proprio nell'assenza di una visione d'insieme che metta l'imprenditore nelle condizioni di attuare una serie di iniziative finalizzate a risolvere non solo il problema principale, ma anche quelli collaterali o avviare un processo di azioni consequenziali che neutralizzino la causa della crisi. È un po' come sperare di spaccare una roccia grossa e solida con un solo colpo di piccone: può andar bene se si è fortunati e si colpisce il punto debole del bersaglio, ma se si vuole raggiungere il risultato con un margine di probabilità più elevato, serve sapere quanti colpi assestare e dove assestarli.

Z.P.B.: Proviamo a fare un esempio concreto, magari riferendoci a una procedura molto diffusa tra gli imprenditori che cercano di uscire da uno stato di indebitamento...

G.D.D.: Da diversi decenni vanno di moda le negoziazioni a saldo e stralcio sui debiti bancari. Ultimamente sono persino sorte società che si occupano esclusivamente di questo. Hanno tutte le carte in regola per farlo, magari sono ottimi negoziatori, ma spesso le azioni che portano avanti si concludono con un nulla di fatto. La ragione di questo insuccesso sta proprio nel fatto che non hanno accesso ad altre informazioni che riguardano l'azienda e che possono rendere realmente efficace una negoziazione. Se, ad esempio, il professionista coinvolto riesce a negoziare bene con l'istituto di credito e a ottenere uno stralcio dalla banca, a fronte di un pagamento in un'unica soluzione da parte dell'azienda assistita, ma quest'ultima non ha capacità di accumulo e non riuscirà a racimolare il denaro necessario a rispettare l'accordo nei termini, allora tutto il lavoro di negoziazione non sarà valso a nulla.

Le azioni isolate, slegate da ogni strategia, di fatto non sono efficaci perché non colpiscono al cuore il problema

Z.P.B.: L'ingrediente segreto sta nella conoscenza delle giuste informazioni?

G.D.D.: Il nodo della questione sta nella mancanza di una visione di insieme e nel coordinamento strategico tra tutte le figure coinvolte in un processo di risanamento aziendale, tale da risolvere la crisi.

L'approccio migliore in questi casi è coordinare il lavoro in ottica imprenditoriale, quindi considerando tutti gli elementi che potrebbero impattare sul rischio aziendale e sul rischio dell'imprenditore. È bene procedere solo dopo aver raccolto tutte le informazioni necessarie per poi giungere a un risultato, perché tutti i professionisti coinvolti fanno parte della stessa struttura e seguono una stessa metodologia, con procedure comuni che si intersecano proprio per garantire che queste informazioni non si perdano e ognuno riesca a fare il suo lavoro nel migliore dei modi.

Z.P.B.: La strategia, invece, che ruolo gioca in un piano di risanamento aziendale?

G.D.D.: La strategia di gestione di una crisi aziendale è determinante e può venire fuori solo da un team che collabora in maniera continuativa, partendo da framework esistenti, seguendo



una procedura già collaudata, migliorandola e adattandola al caso specifico, perché funzioni perfettamente. Il nostro team di professionisti, ad esempio, lavora per aziende operanti in differenti settori economici, che seguono approcci e modelli di business diversi. In molte occasioni è necessario mutuare competenze sviluppate in determinati settori integrandole in altri ambiti, per ampliare così il campo d'azione e la visione strategica, in modo da renderla il più efficace possibile.



Z.P.B.: *In buona sintesi, quando un'azienda può dirsi spacciata e quando c'è margine di manovra?*

G.D.D.: Un'azienda si può dire spacciata quando non c'è mercato o non è in grado di servire i propri clienti, quando manca la liquidità per produrre o acquistare la merce da rivendere. In tutti questi casi l'alternativa è la chiusura. Un'azienda che invece mantiene un nucleo operativo e che non ha ancora superato le soglie degli indicatori fissati dalla legge perché si possa definire insolvente, allora può essere salvata negoziando i debiti, in modo da



**GIUSEPPE
DI DOMENICO**

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

renderli sostenibili, e tagliando i costi che le impediscono di marginare sulle vendite, per metterla nelle condizioni di autofinanziarsi e ripagare il debito. Generalmente l'ideale sarebbe muoversi in questo modo: valutare se l'attività è in grado di generare utilità positiva ed elaborare la strategia per risolvere innanzitutto le emergenze, ridurre o dilazionare l'indebitamento e adattare i flussi di cassa in entrata ai flussi di cassa in uscita, per mettere l'azienda nelle condizioni di ripagarsi. Questa è l'unica via da seguire per uscire da una crisi aziendale in modo efficace. Certo non è una passeggiata, ma un percorso lungo e impegnativo. D'altra parte, qualunque soluzione miri a cancellare il debito dell'azienda all'improvviso non può funzionare, anzi, può persino peggiorare la situazione.

AQPET
Friends

**TUFFATI
IN UN MARE
DI NOVITÀ**

VIENI A TROVARCI

ZOOMARK
INTERNATIONAL

PAD29 G11

www.aqpet.it  

Scopri la nuova linea summer 2023



AQPET

UNA STRATEGIA EFFICACE DI COMUNICAZIONE:

la pubblicità integrata

SILVIA MARINI

Capiamo insieme quali sono i diversi canali pubblicitari a disposizione della tua attività e come integrarli tra loro per promuovere il tuo pet shop

La comunicazione integrata, come spiegato il mese scorso nell'ambito di questa rubrica (*Zampotta Pet Business*, aprile, pag. 52) sta acquisendo molta importanza anche nel campo pubblicitario.

La pubblicità è una parte molto importante della strategia di comunicazione del tuo pet shop: ti permette infatti di raggiungere la clientela target interessata, comunicare i punti di forza della tua attività e promuovere i tuoi prodotti e servizi.

In questo articolo esploreremo i diversi canali pubblicitari disponibili per i negozi di animali e capiremo perché è importante integrarli tra di loro.

FACEBOOK E INSTAGRAM ADS

Le Ads di Facebook e Instagram sono canali pubblicitari molto popolari, che permettono ai pet shop di "raggiungere" i consumatori interessati all'acquisto dei loro prodotti e servizi.

Questi strumenti consentono di creare annunci pubblicitari personalizzati, che possono essere rivolti a specifiche categorie di utenti sulla base di interessi, demografia e comportamenti (ad esempio, la navigazione su un sito che si occupa di prodotti per gatti).

Grazie alla grande quantità di dati raccolti dalle piattaforme, gli annunci su Facebook e Instagram possono essere personalizzati e mirati proprio al raggiungimento del tuo pubblico target.



4 SETTIMANE DI
PROTEZIONE DAI
PARASSITI ESTERNI
PER IL TUO CANE



TRANQUILLI, C'È

EXSPOT

EXSPOT®

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



PROTEGGE DA:



ZECHE



PULCI



PAPPACCI



ZANZARE



PIDOCCHI



MOSCHE

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



NON USARE
NEI GATTI

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

Leggere attentamente il foglietto illustrativo.

Non utilizzare in animali di età inferiore a 2 settimane di età o con un peso inferiore a quello indicato su ogni confezione.

Tenere fuori dalla portata dei bambini.

Chiedi consiglio al tuo veterinario.

AUT. Pub. N. 17/VET/2022



MSD

Animal Health

La scienza per animali più sani.®

I formati degli annunci sono molto flessibili e ti consentono di utilizzare immagini, video e testi per condividere il messaggio giusto, indirizzarlo al pubblico giusto, nel momento giusto.

GOOGLE ADS

Google Ads è un altro canale pubblicitario fondamentale per il tuo pet shop, poiché consente di creare annunci pubblicitari mirati che vengono visualizzati quando gli utenti cercano informazioni su Google.

Le campagne Google Ads possono essere realizzate utilizzando parole chiave per raggiungere proprio le persone che, in quel momento, stanno cercando il prodotto o il servizio specifico che tu puoi offrire loro.

Per ottenere il massimo impatto con Google Ads, è dunque molto importante definire con precisione le parole chiave e il pubblico di riferimento, andando a creare messaggi pubblicitari creativi e accattivanti.

TIKTOK ADS

TikTok è oggi un'app sempre più popolare, soprattutto tra i giovani.

Si tratta di un canale che ti consente di creare annunci pubblicitari video che vengono visualizzati dagli utenti mentre utilizzano l'applicazione.

Le TikTok Ads possono essere altamente creative e coinvolgenti, poiché solitamente sfruttano musica e umorismo per catturare l'attenzione del pubblico.

La piattaforma ti consente inoltre di "targettizzare" i tuoi annunci, cioè di scegliere o individuare una fetta di utenti in base a determinati requisiti o caratteristiche, come i loro interessi e comportamenti.

Per ottenere il massimo impatto con le TikTok Ads, è infatti importante utilizzare messaggi pubblicitari in linea con il pubblico di riferimento e con lo stile e il tono della piattaforma: fare un'ads presentandosi in giacca e cravatta e parlando in modo serio e noioso, non avrebbe nessun senso e non ti farebbe raggiungere nessun obiettivo.

Una strategia di advertising efficace non si può basare su una sola forma di pubblicità, ma su una combinazione di più canali di marketing

PUBBLICITÀ IN RADIO

La pubblicità radiofonica rappresenta il canale pubblicitario tradizionale, ma può rivelarsi ancora efficace soprattutto per raggiungere un pubblico locale. È quindi da prendere in considerazione se il tuo pet shop si trova in una piccola città e vuoi ottenere maggiore visibilità.

Le piccole emittenti radio locali offrono spazi pubblicitari più economici, consentendo ai negozi con budget limitato di sfruttare anche questo canale pubblicitario.



Se decidi di fare pubblicità via radio, è importante anche in questo caso che tu consideri il pubblico di riferimento e il momento della giornata in cui l'annuncio verrà trasmesso.

Il messaggio, ovviamente, deve saper catturare l'attenzione del pubblico e farsi ricordare.

PUBBLICITÀ SU CARTA STAMPATA

La pubblicità su carta stampata può essere una scelta strategica per i pet shop che desiderano raggiungere un pubblico locale, ma non hanno budget sufficiente per investire nella pubblicità televisiva.

Possono essere realizzate campagne su giornali locali e riviste di settore dedicate agli animali do-





**SILVIA
MARINI**

mestici. In questo modo non si tratterà più di pubblicità generica a sé, ma sarà possibile raggiungere un pubblico specificamente interessato a temi legati ai pet e alla loro cura.

Inoltre, rispetto agli altri tipi di pubblicità, gli annunci su carta stampata possono rimanere a disposizione del pubblico per un periodo più lungo.

COME INTEGRARE LE DIVERSE FORME DI PUBBLICITÀ

Come abbiamo visto in maniera sintetica, ci sono diverse forme di pubblicità che i pet shop possono utilizzare per promuovere i propri prodotti e servizi.

Tuttavia è importante capire che una strategia di advertising efficace non si può basare su una sola forma di pubblicità, ma su una combinazione di più canali di marketing.

L'integrazione di diverse forme di pubblicità, come la pubblicità sui social media, la pubblicità in radio e la pubblicità su carta stampata, può aiutare il tuo negozio a raggiungere il tuo pubblico di riferimento in modo più efficace e coordinato.

Ad esempio, potresti sfruttare la pubblicità sui social media per catturare l'attenzione di un pubblico più giovane; quella su carta stampata per un pubblico più tradizionale e quella in radio, infine, per un pubblico locale più vasto.

La pianificazione di una strategia pubblicitaria integrata richiede tempo, risorse e soprattutto una comprensione approfondita del tuo pubblico di riferimento. È dunque importante scegliere solo i canali pubblicitari appropriati al tuo target e che rientrino nel tuo budget a disposizione.

CONCLUSIONI

Ricorda però che la pubblicità, come forma di comunicazione integrata da utilizzare per il tuo pet shop, deve basarsi anche su buoni contenuti, organizzazione di eventi e sull'autorevolezza e la serietà del tuo brand.

Solo integrando tutti questi aspetti in una strategia globale, puoi creare un'esperienza coinvolgente e duratura per i tuoi clienti.

E tu, cosa ne pensi? Hai mai pensato di attuare una strategia di pubblicità integrata per promuovere i prodotti e i tuoi servizi del tuo pet shop?

Fammi sapere se questo articolo ti è piaciuto e ti è stato utile.

Appuntamento al mese prossimo, con un altro articolo su come la comunicazione integrata può aiutare il tuo negozio di animali ad aumentare clienti, autorevolezza e fatturato.

Social Media Manager di professione, è cresciuta leggendo libri di marketing e comunicazione - sue grandi passioni - decidendo di laurearsi proprio in questo campo ma con una particolarità: una tesi di laurea sul Pet Marketing e i Social Media. Nel corso degli anni ha aiutato piccole imprese, piccoli negozi, pet shop, liberi e medi professionisti a servirsi dei social media come una vera risorsa di business. Applica le sue competenze e strategie anche al proprio blog personale *lezamedifido.it* e al suo Gruppo Facebook "Le Zampe di Fido". Molto amante dei cani e del loro mondo (www.facebook.com/groups/socialpetilmarketing), è autrice del libro "Il cane che mi insegnò a volare", acquistabile su Amazon.



VIAGGIARE IN SICUREZZA:

il trasporto degli animali domestici in auto, moto e bicicletta

SALVATORE CAPPALÀ

È consentito trasportare gli animali d'affezione in moto, auto o bicicletta? E se sì, con quali modalità? Cerchiamo di capire cosa stabilisce la Legge...

S secondo recenti stime, nelle nostre case vivono oltre sessanta milioni di animali domestici. Un numero in costante crescita che fa degli italiani un popolo sempre più legato ai fedeli amici pet, oramai considerati a tutti gli effetti membri della famiglia. In tale loro qualità, giustamente, seguono la compagine familiare nei suoi spostamenti più o meno lunghi; sempre più spesso quindi si verifica la necessità di un loro trasporto in auto, moto e anche in bicicletta.

TRASPORTO... IN AUTO

Con riferimento al trasporto degli animali domestici in macchina, il Codice della Strada, all'articolo 169, attraverso una formulazione tutt'altro che chiara, stabilisce il divieto di "trasporto di animali domestici in numero superiore a uno e comunque in condizioni da costituire impedimento o pericolo per la guida".

Poi però aggiunge: "è consentito il trasporto di soli animali domestici, anche in numero superiore, purché custoditi in apposita gabbia o contenitore o nel vano posteriore al posto di guida appositamente diviso da rete o altro analogo mezzo idoneo che, se installati in via permanente, devono essere autorizzati dal competente ufficio competente del Dipartimento per i trasporti terrestri".



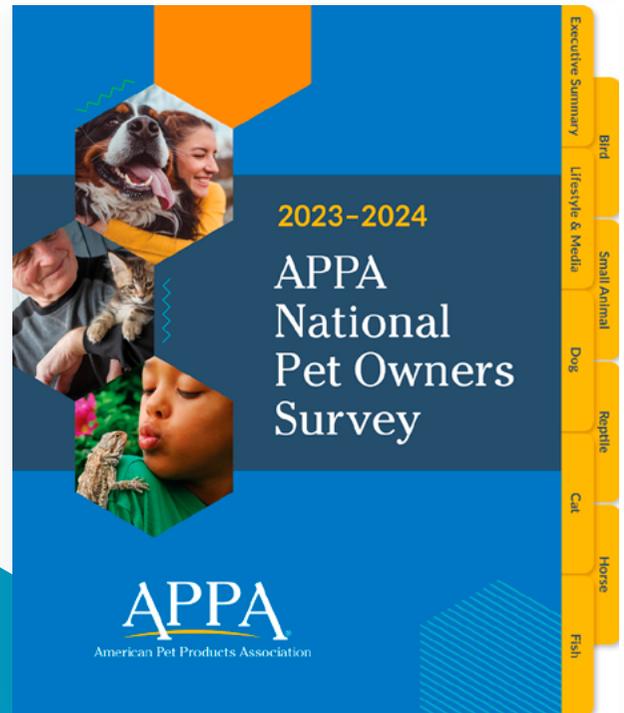


Explore the lucrative **\$137B** U.S. pet products market using APPA's market research

2023-2024

APPA National Pet Owners Survey

Get up-to-date, vital consumer insights and marketing intelligence on U.S. pet ownership. It's over 600 pages packed with data you'll use again and again to guide your decision-making. Also available is the APPA National Pet Owners Survey Data Portal with quick, customized access to consumer profiles, charts and reports.



APPA Global Insights

Exclusively available to APPA members through an easy-to-use dashboard and powered by Euromonitor International's award-winning data system, APPA Global Insights presents up-to-date data on 14 key markets around the world.

APPA's Pet Industry Market Size Report

Learn about the size and scope of the U.S. pet industry: Pet Food & Treats; Supplies, Live Animals & OTC Medicine; Vet Care & Product Sales; and Other Services.

Learn More:

Contact Anne Ferrante, *Member Relations & Business Development*
marketresearchsupport@americanpetproducts.org

Riassumendo e semplificando:

- un solo animale domestico può essere trasportato senza particolari accorgimenti o dotazioni del veicolo (dunque utilizzando o meno l'apposita cintura), sempre che non costituisca impedimento o pericolo per la guida;
- è consentito trasportare più animali d'affezione, ma in questo caso necessariamente con l'utilizzo di trasportini, gabbie, analoghi contenitori o nel vano posteriore, con apposizione di rete divisoria.

...IN MOTO

Per quanto riguarda il trasporto di animali in moto il Codice della Strada prevede, in primo luogo, che il conducente debba avere sempre libero l'uso delle braccia, delle mani e delle gambe. In secondo luogo vieta il trasporto di qualsiasi oggetto che non sia solidamente assicurato, che sporga lateralmente rispetto all'asse del veicolo o longitudinalmente rispetto alla sagoma di esso oltre i cinquanta centimetri, ovvero impedisca o limiti la visibilità al conducente. Aggiunge che: *“entro i predetti limiti, è consentito il trasporto di animali purché custoditi in apposita gabbia o contenitore”*. Quindi, è ben possibile trasportare gli animali domestici anche su due ruote, ma necessariamente mediante l'utilizzo di una gabbia o di un più confortevole trasportino e con modalità di trasporto che non ostacolino la guida sicura del conducente (vietati dunque zaini o alternative simili).



...IN BICICLETTA

Per sapere se sia consentito trasportare animali domestici in bicicletta, occorre sempre prendere come riferimento il Codice della strada, che all'articolo 182 chiarisce: *“i ciclisti devono avere libero l'uso delle braccia e delle mani e reggere il manubrio almeno con una mano”*. E ancora: *“devono essere in grado in ogni momento di vedere liberamente davanti a sé, ai due lati e compiere con la massima libertà, prontezza e facilità le manovre necessarie”*. Per quanto riguarda specificamente la possibilità di trasportare animali, fa espresso

richiamo alle regole che abbiamo visto sopra, con riferimento ai motocicli. Di conseguenza è possibile trasportare animali da compagnia in bicicletta, ma anche in questo caso si devono utilizzare gabbie, cestelli o trasportini ben fissati al mezzo, che non sporgano lateralmente e in lunghezza (per più di 50 cm), che non impediscano o limitino la visibilità al conducente e che non ostacolino la sua guida sicura. C'è di più: lo stesso Codice stabilisce che *“ai ciclisti è vietato trainare veicoli, salvo nei casi consentiti dalle presenti norme, condurre animali e farsi trainare da altro veicolo”*.

In altre parole, non è minimamente consentita la conduzione di cani al guinzaglio mentre si va in bicicletta. Lo stesso divieto è contenuto in numerosi regolamenti comunali che rafforzano ulteriormente le sanzioni previste portandole a diverse centinaia di euro. Questa condotta, oltre che illecita, è assai pericolosa per l'animale e, nei casi più gravi, può integrare il reato di *“detenzione di animali in condizioni incompatibili con la loro natura”* di cui all'art. 727 del Codice Penale, punito con l'arresto fino a un anno o con l'ammenda da 1.000 a 10.000 euro.



**SALVATORE
CAPPAI**

Avvocato civilista, da anni si dedica alla divulgazione della normativa in materia di tutela degli animali e di convivenza con gli animali da compagnia. Tiene rubriche di approfondimento legale in radio e su giornali e riviste. È spesso ospite di programmi televisivi e radiofonici e partecipa a eventi come esperto di diritto e tutela animale. Con due libri divulgati all'attivo, è autore di *“Diritti a 4 zampe”*, una guida pratica alla convivenza con gli animali domestici.
salvatorecappai@avvocatocappai.it

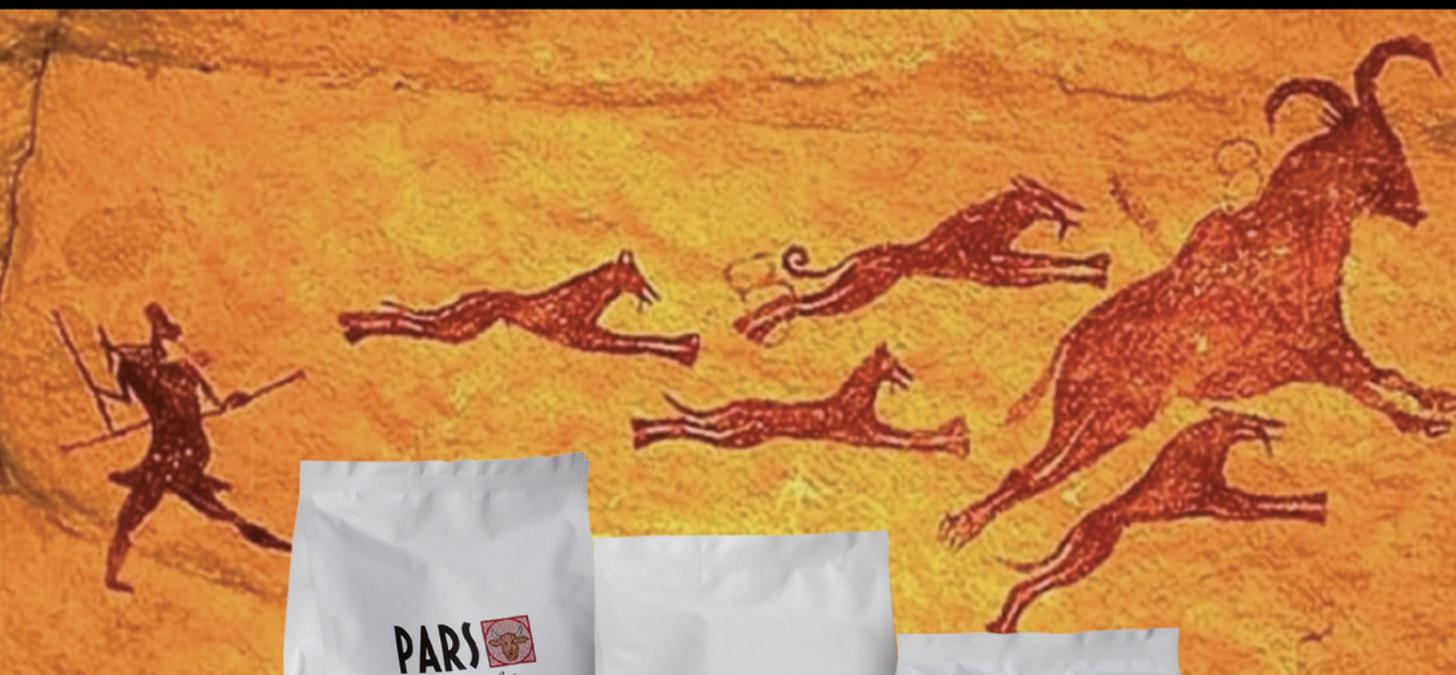


PARS



Alimenti completi per Cani
da preda intera

RITORNO ALLE ORIGINI



Saremo presenti a ZOOMARK
Pad. 21 stand B51- C54

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

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

PRESTAZIONE OCCASIONALE 2023

Le prestazioni di lavoro occasionali hanno l'obiettivo di rispondere all'esigenza di datori di lavoro e privati di ottenere/svolgere attività lavorative in modo sporadico e saltuario

Per quanto riguarda la prestazione occasionale, la legge (D.L. 24 aprile 2017 numero 50) prevede una serie di limitazioni in materia di importi erogati e durata. Le somme spettanti al lavoratore vengono inoltre liquidate direttamente dall'Inps, a cui lo stesso utilizzatore è tenuto a trasmettere i dettagli dell'attività svolta, una volta conclusa, per evitare un utilizzo fraudolento della prestazione allo scopo di non assumere il lavoratore con contratto di lavoro subordinato.

La recente Manovra di bilancio, approvata con Legge 29 dicembre 2022 numero 197, ha introdotto numerose modifiche al regime del contratto di prestazione occasionale per imprese e professionisti.

Limiti di durata e compenso

Le prestazioni di lavoro occasionali devono rispettare determinati limiti di durata e compenso, riferiti all'anno civile, cioè dal 1° gennaio al 31 dicembre:

- prestatore con un solo utilizzatore: 2.500 euro complessivi netti - durata 280 ore;
 - utilizzatore con un solo prestatore: 2.500 euro complessivi netti - durata 280 ore.
- Il mancato rispetto dei limiti di compenso o

durata comporta la trasformazione del rapporto a tempo pieno e indeterminato dal giorno del superamento.

Con riguardo alla totalità delle prestazioni occasionali (limiti di compenso complessivi) operano i seguenti limiti:

- prestatore con più utilizzatori: 5.000 euro complessivi netti;
- utilizzatore con più prestatori: 10.000 euro complessivi netti.

Caratteristiche del prestatore

L'utilizzatore può avvalersi di qualsiasi soggetto per lo svolgimento di prestazioni di lavoro occasionali. In ogni caso è vietato l'utilizzo di coloro con i quali è in corso o è cessato da meno di sei mesi un rapporto di lavoro subordinato o di collaborazione coordinata e continuativa. L'inosservanza di questa prescrizione comporta la conversione del rapporto, sin dall'inizio, a tempo pieno e indeterminato.

Prestazione occasionale 2023: imprese e professionisti

Imprenditori, professionisti, lavoratori autonomi, associazioni, fondazioni e altri enti di natura privata possono ricorrere alle prestazioni occasionali se occupano fino a dieci dipendenti a tempo indeterminato.

Sono compresi i lavoratori di qualunque qualifica, esclusi gli apprendisti. I lavoratori part-time sono computati in proporzione all'orario svolto rapportato al tempo pieno, mentre gli intermittenti sono conteggiati in proporzione all'orario effettivamente svolto. Il periodo di riferimento per la determinazione della forza lavoro è il semestre che va dall'ottavo al terzo mese antecedente la data di svolgimento della prestazione lavorativa.





Nuove ricette con
alimenti **funzionali.**

EXIGENT
SENSITIVE
URINARY
SKIN-COAT

MADE IN ITALY
Primordial
by Mister Pet

GRAIN FREE

L'equilibrio del
suo benessere.

4 Nuovi prodotti per gatti sterilizzati

Nuove ricette con **pesce fresco e carne fresca**, una combinazione di proteine ricche di nutrienti: **Omega 3**, importante per la pelle ed il pelo, le cui proteine sono facilmente digeribili, **vitamina E** che previene l'invecchiamento precoce, con l'aggiunta di **mirtillo rosso e blu**.



ZOOMARK
INTERNATIONAL
15.5 → 17.5.2023
BOLOGNA FIERE - ITALY

**PADIGLIONE 30
STAND C77 - C81**

MISTERPET www.misterpetsrl.com

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



zioni riguardanti i dati anagrafici e identificativi del prestatore, il compenso pattuito, il luogo di svolgimento, la data e l'ora di inizio e di termine della prestazione, e l'oggetto della prestazione stessa;

- trasmettere al lavoratore una copia della dichiarazione in formato elettronico o in forma cartacea.



netti. L'ammontare del compenso giornaliero dev'essere comunque almeno pari a 36 euro, cioè la misura minima fissata per la remunerazione di 4 ore lavorative, anche se la durata effettiva della prestazione è inferiore.

● **Pagamento:** Il compenso spettante per le prestazioni occasionali è liquidato dall'Inps entro il giorno 15 del mese successivo a quello dello svolgimento della prestazione.

● **Contributi e premi:** Oltre al compenso netto, l'utilizzatore deve farsi carico del versamento dei contributi alla Gestione separata (pari al 33% del compenso), dei premi Inail (3,5% del compenso) e dei costi di gestione (1%). Di conseguenza, per un compenso netto orario di 9 euro, il costo complessivo per l'utilizzatore ammonta a 12,41 euro (2,97 euro onere Inps; 0,32 euro onere Inail; 0,12 euro onere di gestione).

L'accredito dei contributi previdenziali viene effettuato direttamente dall'Inps, che provvede anche al trasferimento dei premi all'Inail.

● **Adempimenti preliminari:** Il prestatore deve registrarsi sull'apposita piattaforma telematica sul portale *inps.it*, indicando le coordinate del conto corrente bancario o postale, del libretto postale o della carta di credito (dotata di Iban) su cui ricevere il compenso.

Anche l'utilizzatore deve registrarsi sulla piattaforma telematica del sito *inps.it* ed è inoltre tenuto a:

- versare preventivamente all'Inps la provvista necessaria per l'erogazione del compenso al prestatore, l'assolvimento degli oneri di assicurazione sociale e i costi di gestione;

- comunicare all'Inps, almeno un'ora prima della prestazione, le informa-

● **Tutele:** Il prestatore può comunque contare sulle tutele in materia di orario di lavoro, come riposo giornaliero, pause; riposi settimanali, oltre all'applicazione della disciplina su salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, prevista per i lavoratori dipendenti. A livello assicurativo e contributivo, le prestazioni occasionali permettono l'accredito all'Inps dei contributi a copertura di invalidità, vecchiaia e superstiti (con iscrizione alla Gestione separata) e la protezione garantita dall'Inail per gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali.

● **Compenso:** La misura del compenso è determinata dalle parti nel rispetto di un minimo orario di 9 euro





RINNOVO 2023 ABBONAMENTO GRATUITO ZAMPOTTA PET BUSINESS

Caro abbonato, ogni mese ti inviamo Zampotta Pet Business gratuitamente, convinti dell'importanza che riveste per te l'informazione su quanto accade nel mondo della produzione e della distribuzione dei prodotti e dei servizi destinati agli animali da compagnia e certi del tuo apprezzamento per il nostro impegno editoriale ed economico. Per garantirti un servizio accurato, puntuale e di qualità e soprattutto per poter continuare a mandarti il Magazine gratuitamente nel corso dell'anno, ti chiediamo pochi minuti del tuo tempo per seguire le istruzioni riportate qui sotto.

Grazie per la collaborazione! La redazione.

Dear subscriber, we are currently mailing you Zampotta Pet Business at no charge as we believe that our magazine is a useful source of information on the developments and trends of the international pet supplies market. We are sure you appreciate the publication and our editorial and economic engagement.

To allow us guarantee you an accurate, punctual, quality and free service throughout 2023, we kindly ask you to devote us a few minutes to confirm your mailing address.

Thanks for your support! The editorial team.

1

vai alla pagina

<https://zampottapetbusiness.com/rinnovo-abbonamento>

go to the page

<https://zampottapetbusiness.com/rinnovo-abbonamento>



2



compila il form
fill out the form

3

clicka "Rinnovo"
click "Renew"



PAD. 16 - STAND C51

PRODOTTI IN VETRINA



1 TANTO GUSTO, NIENTE SPRECHI

Natua lancia una golosa novità per gatti: 6 lattine da 50 g in una pratica confezione multipack, per garantire uno sfizioso pasto nella giusta dose e senza sprechi. I prodotti *Natua Natural* sono 100% naturali, cotti a vapore, senza coloranti, conservanti e aromatizzanti. Le nuove ricette per gatti vanno ad arricchire la già vasta gamma *Natua Natural*: il formato speciale da 50 g, per gatti esigenti abituati a cibarsi con piccoli pasti da servire e consumare subito, è ideale per evitare gli sprechi. La linea propone sfiziose ricette in jelly: *Tonnetto*, *Tonnetto con Gamberi*, *Tonnetto con Prosciutto*, *Pollo*, *Pollo con Gamberi*, *Pollo con Prosciutto*. Solo nei negozi specializzati.

www.natuapet.com - info@natuapet.com

2 VESTIRE CON CAMON

La nuova Collezione di abbigliamento per gli amici quattrozampe autunno-inverno 23/24 interpreta tutta la cura per i dettagli da parte del team di designer Camon: stile italiano, eccellente vestibilità e qualità dei materiali, ampia selezione di modelli e fantasia. Uno dei fiori all'occhiello di questa collezione è *Prince*, il piumino imbottito reversibile: realizzato con materiali di altissima qualità, ha cappuccio staccabile e regolabile, interno a contrasto colore con motivo a quadretti con stelle, chiusura fasciante sulla schiena e apertura per il collare con zip stagna. Grazie agli elastici per le zampe posteriori e alle coulisse laterali si adatta perfettamente alla vestibilità dell'animale. Disponibile in assortimento di taglie dalla 24 alla 50, può essere coordinato con altri eleganti accessori.

www.camon.it - camon@camon.it



3 CIOTOLA PER CANI CUP

Ciotola sia per cibo che per acqua dal design inconfondibile, made in Italy, realizzata al 100% in plastica riciclata, con tappetino sottociotola coordinato. È stata progettata in base allo studio del ricercatore Alfred Crompton dell'Harvard University, che ha osservato come i cani, per bere e mangiare, immergano completamente la lingua: questo impatto spesso provoca la fuoriuscita di acqua e cibo. *CUP*, grazie al suo bordo alto e antiscivolo, impedisce di sporcare la zona intorno alla ciotola. Maneggevole, antiscivolo grazie ai piedini in gomma, *CUP* è lavabile in lavastoviglie e disponibile nei colori rosa, tortora, rosso, acquamarina e giallo.

www.unitedpets.com - info@unitedpets.it



4 PREPARATO COME A CASA

PetBon è una linea di cibi freschi per la dieta sana, gustosa e completa di cani e gatti. Le ricette contengono ingredienti naturali, genuini e certificati human grade. Si tratta di un prodotto 100% made in Italy pensato da veterinari nutrizionisti come alternativa gustosa al cibo secco, per offrire all'amico quattrozampe un pasto ricco dei nutrienti necessari al suo benessere fisico e psichico. La cottura ad alte temperature di *PetBon* garantisce una lunga conservazione anche a temperatura ambiente, così da non occupare spazio utile all'interno del frigorifero. Le ricette sono a base di carne e pesce (pecora, vitello, suino e merluzzo), verdure (ottima fonte di idratazione, ricche di vitamine, minerali e antiossidanti), cereali (riso e quinoa), uova e olio di salmone, ricchi di acidi grassi essenziali.

www.petbon.it - info@petbon.it



5 BENESSERE + COMODITÀ

PIPPI permette al cane maschio di fare liberamente e igienicamente la pipì in casa quando ne sente la necessità: ha un design molto semplice, con una specifica inclinazione e forma conica che asseconda la posizione naturale dell'animale. *PIPPI* è stato progettato nel rigoroso rispetto dei più moderni studi scientifici sugli aspetti etologici della minzione del cane maschio e può rivelarsi di grande aiuto per tutti i soggetti con difficoltà di movimento, convalescenti o con problemi di salute che richiedono esami frequenti delle urine: la sua vaschetta consente infatti di raccogliere la pipì in maniera rapida e igienica. Lavabile con acqua e qualsiasi detergente purché privo di odori repellenti per i cani, *PIPPI* permette di risparmiare sull'acquisto di traversine e di dare una mano all'ambiente riducendo il consumo di materiali assorbenti.

www.pippi.store - info@pippi.store



6 L'ULTIMA NOVITÀ VET LINE PER CANI E GATTI

Svezamento e Convalescenza è un prodotto in polvere, disidratato, cotto a bassa temperatura, del tutto equiparabile a un alimento crudo abbattuto della sua naturale carica batterica. La bassissima umidità ne garantisce la conservazione per 10 mesi, pertanto non necessita di sostanze conservanti. Prodotto completo e bilanciato, è integrato in tutte le sue componenti e Grain Free. Per la sua preparazione è sufficiente la semplice aggiunta di acqua. Ideale per cuccioli da svezzare (sia cani che gatti), per soggetti in convalescenza debilitati dall'utilizzo dei farmaci, per mamme in gravidanza e allattamento, per favorire la crescita dei cuccioli e la montata latte e come aiuto nelle forme diarroiche della madre e dei cuccioli. La grande appetibilità del prodotto favorisce l'assunzione anche da parte dei soggetti più svogliati o debilitati.

www.olistikavetline.eu - info@vet-line.sm



7 SECCHI E UMIDI NEL SEGMENTO DI PREZZO MEDIO

In questo periodo di alti tassi di inflazione, le esigenze di molti clienti stanno cambiando. Per andare incontro a una nuova clientela di proprietari di cani sempre più sensibili al prezzo, Bewital Petfood ha sviluppato, in collaborazione con partner commerciali specializzati, la nuova linea di prodotti *Belcando Baseline*, in distribuzione presso tutti i negozi specializzati da maggio 2023. Questa gamma va a completare l'apprezzata gamma Superpremium con alimenti secchi e umidi nel segmento di prezzo medio, senza rinunciare ai vantaggi che *Belcando* rappresenta: componenti animali e vegetali di alta qualità e ingredienti speciali. La linea comprende 7 varietà di alimenti secchi per le diverse fasi di vita e taglia dell'animale e 6 ricette di alimenti umidi in scatola per tutte le razze.

it.belcando.com

8 ABBINAMENTO VINCENTE

The Good Boy è un integratore in polvere che contiene glucosamina per il benessere di articolazioni e ossa, biotina e fenilalanina per la salute di cute e manto, estratto di echinacea per il sostegno delle difese immunitarie, pre e probiotici per la salute gastrointestinale, vitamine del gruppo B, ferro e zinco. *The Super Pro* è ideale quando viene meno l'equilibrio gastrointestinale, per rafforzare il sistema immunitario, supportare la digestione e promuovere la regolarità intestinale. Il mix è adatto ai cani di tutte le età e razze, anche ai cuccioli. Il prodotto va dosato secondo il peso dell'animale e integrato al cibo una volta al giorno.

getjampy.com - hello@getjampy.com



9 100% BIOLOGICI E NATURALI

Bio Bass è la prima linea di cosmetici naturali, senza agenti chimici aggressivi e irritanti, specificamente dedicata alla cura e all'igiene del cane bassotto. La combinazione di oli essenziali e idrolati ha dato vita a formulazioni delicate che proteggono l'equilibrio fisiologico di manto e cute. Una gamma realizzata con materie prime 100% biologiche e made in Italy, che garantisce la più alta qualità dei componenti naturali e purissimi, derivanti da erbe e piante dalle infinite proprietà benefiche. Oltre alla linea cosmetica, *Bio Bass* propone una selezione di candele profumate formulate con ingredienti esclusivamente vegetali e atossici per creare una magica atmosfera di relax in compagnia degli amici quattrozampe.

www.biobass.it - biobassrls@gmail.com

10 INNOVAZIONE ED ECCELLENZA TUTTE ITALIANE

Fidelio produce collari e guinzagli per cani con un innovativo sistema di aggancio e sgancio rapido di nuova generazione, sviluppato e brevettato dall'azienda. Si tratta di prodotti dal design elegante che si caratterizzano per innovazione e praticità: da oggi agganciare e sganciare il cane sarà per il proprietario un gesto estremamente veloce e soprattutto molto più sicuro (con un carico di rottura cinque volte superiore allo standard). Il prodotto può essere personalizzato in base alle richieste e alle caratteristiche dell'animale (colori, materiali, lavorazioni e taglie). I materiali utilizzati devono superare rigidi requisiti di qualità e il prodotto è frutto di un meticoloso lavoro artigianale totalmente eseguito a mano e su misura da artigiani esperti.

fideliodog.com - info@fideliodog.com



Quando sinergia significa benessere



OLISTIKA è un marchio che da anni è sinonimo di esperienza negli studi di ricerca e nelle formulazioni specifiche nell'ambito del pet food

Nel 1988, con la formula *Primi Mesi* per cuccioli, Olistika è stata fra le prime aziende a ottimizzare il rapporto calcio-fosforo. Nel 1995 ha realizzato una vera rivoluzione del mercato pet con una linea specifica per molossoidi e due anni dopo ha formulato i prodotti *VET LINE i primi con le erbe*, proponendo una vera e propria novità: una linea di prodotti secchi e umidi integrata con erbe officinali certificate per uso umano con fitocomplessi, mirata per fascia di età o esigenze specifiche.

Il nome Olistika deriva dal greco "olos", che significa "visione totale": questo perché tutte le formule sono studiate pensando alle sinergie dei vari componenti, per un prodotto altamente salutare.

Il brand ha sempre adeguato le proprie formule ai progressi della ricerca nel settore pet, proponendo prodotti Grain Free e Gluten Free senza glutini e lieviti allergizzanti. Oggi la linea di alimenti secchi, realizzati con carni fresche ed erbe officinali, è articolata per stati fisiologici e mira a migliorare il benessere del cane e del gatto. Il prodotto è interamente realizzato in Italia e sottoposto a continue verifiche e controlli per garantirne l'assoluta genuinità. In più, valore aggiunto per il tuo negozio, tutte le materie prime impiegate sono italiane e certificate, dal food ai sacchi.

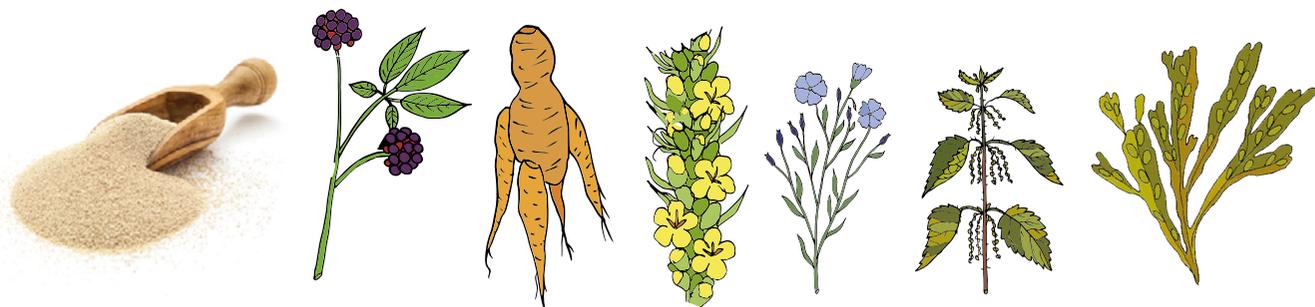


OLISTIKA SRL
tel. 0549906690
www.olistikavetline.eu
info@vet-line.sm

Materie prime selezionate e certificazioni: garanzia di qualità per il tuo cliente

Gli alimenti umidi e secchi *VET LINE* contengono materie prime selezionate e certificate, lavorate con un esclusivo metodo a ciclo continuo di trasformazione da carne e pesce freschi in prodotti disidratati, che evita interruzioni o passaggi intermedi, causa di batteri patogeni e ammine biogene tossiche. L'utilizzo di un'unica fonte proteica e di una specifica fonte glucidica, sopperiscono nella maggior parte dei casi a molti problemi causati da intolleranze alimentari. Le proteine vegetali di piselli, favaio e polpa di barbabietola consentono di ottenere un elevato valore proteico, permettendo di ridurre al minimo la percentuale di cereali.

Le materie prime vengono scelte per il loro alto contenuto di Omega 3 apportato dal pesce fresco e disidratato e dall'integrazione di lino e olio di pesce ad alto contenuto di EPA e



DHA. I lieviti utilizzati sono incapsulati per ritardare la fermentazione, in modo da non generare reazioni allergiche.

La produzione avviene in stabilimenti dotati di tecnologie altamente avanzate e il risultato è un prodotto dalle caratteristiche elevate e di altissima palatabilità e digeribilità. I controlli continui delle materie prime, la certificazione e titolazione del principio attivo delle erbe, la certificazione delle confezioni, nonché quella degli istituti universitari sul prodotto finito, qualificano la produzione Olistika posizionandola nella gamma più alta del settore pet food. Il brand si avvale inoltre dell'approvazione dell'Associazione Italiana di Fitoterapia e Fitofarmacologia.

Valore aggiunto per il tuo negozio

- **NO OGM:** Olistika non utilizza ingredienti geneticamente modificati.
- **No glutine:** i prodotti Olistika non includono cereali contenenti glutini con effetti patogeni, oggi sempre più frequentemente fattore scatenante di reazioni allergiche nei soggetti intolleranti.
- **Cruelty Free:** Olistika non effettua alcun tipo di sperimentazione o maltrattamento su animali. Il brand è certificato OIPA - Organizzazione Internazionale Protezione Animali, ONG affiliata al Dip. della Pubblica Informazione (www.oipa.com).
- **Carni scelte:** le carni provengono da allevamenti italiani certificati e vengono lavorate a ciclo continuo per contenere significativamente il contenuto di ammine biogene.
- **Monoproteina:** le formule monoproteiche permettono una dieta a esclusione, dando al veterinario la possibilità di scegliere la proteina più indicata.
- **Olio di pesce:** gli acidi grassi Omega 3 sono importanti per prevenire o curare i processi infiammatori e in particolare le dermatiti. Studi approfonditi hanno appurato che soltanto gli acidi grassi a catena lunga EPA e DHA, contenuti nell'olio di pesce, hanno efficacia in tal senso in quanto stimolano la produzione di eicosanoidi buoni. L'utilizzo di pesce fresco disidratato, con un'ottimale integrazione di olio di pesce, è indispensabile per prevenire o curare tali processi.

VET LINE i primi con le erbe: solo erbe officinali certificate

Ogni referenza contiene specifiche erbe e ogni erba possiede un suo principio attivo. Lino per il benessere di pelle e pelo, contro diverticolite, stitichezza, colon irritabile. Acerola per ipovitaminosi C, gravidanza, allattamento e malattie da raffreddamento. Ortica folia, astringente, per patologie della pelle. Santoreggia in caso di infiammazione respiratoria e bronchite. Agrimonia per forme diarroiche, astringente, antinfiammatoria. Timo come

i primi con
le erbe



antibatterico, espettorante, fungicida, epatoprotettore. Lievito di birra, regolatore epatico, rafforza denti e unghie, favorisce la crescita. Aaglio, antisettico, antibatterico, fluidificante, espettorante, repellente, antiparassitario. La concentrazione di allicina è circa duecento volte inferiore al dosaggio minimo che può dare reazioni nei soggetti predisposti all'anemia emolitica. L'efficacia del fitocomplesso è data dal dosaggio minimale protratto nel tempo, del tutto privo di controindicazioni (concetto omeopatico di diluizione). Fucus per ipotiroidismo, metabolismo rallentato, stipsi. Fieno greco per disturbi della nutrizione e della crescita, magrezza, tonico anabolizzante e ricostituente.

Echinacea con efficacia immunostimolante, antinfluenzale, antinfiammatoria, antivirale. Ginseng per l'efficienza fisica e psichica. Tarassaco per disturbi digestivi, come stimolatore biliare, depurativo, diuretico. Eleuterococco per raffreddore, influenza, infezioni bronchiali, antistress, come tonico adattogeno.



Formule LD-Less Dry

Un principio alimentare fondamentale, semplice all'apparenza, è che la presenza di una maggiore percentuale d'umidità favorisce una migliore digestione.

Cosa si ottiene sommando + umidità + carne fresca?

La linea LD Less Dry di Olistika VET LINE con + appetibilità + digeribilità.

La formulazione di Less Dry nasce dall'esigenza di rendere meno asciutta la razione di cibo e dalla raccomandazione dei veterinari di far bere a sufficienza l'animale se alimentato con le crocchette tradizionali. La stessa raccomandazione giunge anche da Olistika che, in etichetta e nelle sue tabelle nutrizionali, consiglia sempre di umidificare il pasto, aggiungendo acqua o alcune dosi di paté alla razione di secco.



Un pasto più umido consente all'organismo di richiamare meno saliva, quindi meno acqua per la preparazione del bolo alimentare, indispensabile per iniziare il processo digestivo. Spesso però, anche se il proprietario lascia acqua a disposizione quando somministra le crocchette asciutte, il cane non ne assume a sufficienza. La tendenza dell'animale è quella di masticare poco e consumare voracemente il pasto, per poi tornare al gioco o alle sue attività. Quindi non è sempre garantito il ripristino dell'umidità sufficiente alla preparazione del bolo, cosa che altera il bilancio idrico dell'organismo e le funzioni digestive.

Le formule delle speciali crocchette LD Less Dry, dall'appetibilità eccezionale, garantiscono la corretta dose di umidità che produce effetti positivi evidenti anche sulla digeribilità. L'organismo infatti deve produrre meno sostanze per ripristinare la percentuale fisiologica di acqua presente nel bolo alimentare.

WHEN SYNERGY MEANS WELL-BEING

OLISTIKA brand is a synonym of experience in research and specific formulas in the pet food sector

In 1988, with *First Months* formula for puppies, Olistika was among the first companies that optimized the calcium-phosphorus ratio. In 1995, the brand revolutionized the pet market with a specific line for molossus dogs and two years later on it developed *VET LINE the first with herbs* line, ensuring a real innovation: a line of dry and wet products supplemented with human-grade certified officinal herbs with phyto-complex, specifically developed after age or specific needs.

Olistika comes from Greek "olos", which means "global vision": all formulas focus on the combination of all ingredients, ensuring an extremely healthy product.

The brand always adapted formulas to the progress in pet research, with Grain Free and Gluten Free products without allergizing substances. The line of dry food contains fresh meat and herbs, and it is currently developed after the pets' physiologic condition. It aims at improving the well-being of cats and dogs. The product is completely made in Italy and undergoes constant controls to ensure its genuineness.

SELECTED RAW INGREDIENTS AND CERTIFICATION: QUALITY GUARANTEE FOR YOUR CUSTOMERS

VET LINE dry and wet food contain selected and certified raw ingredients, processed in a continuous cycle of transformation, from fresh meat and fish to dehydrated products. This avoids interruptions related to halfway steps, which cause pathogens and toxic biogenic amines. The use of a single protein source and a specific glucose source take care of most of the problems caused by food intolerances. Vegetable proteins from peas, field bean and beetroot pulp ensure an elevated protein intake, with minimum levels of cereals. Ingredients are selected after their elevated quantity of Omega 3, ensured by fresh and dehydrated fish; flax and fish oil, with high EPA and DHA percentages. Yeasts are encapsulated to slow down fermentation, avoiding allergic reactions. Manufacturing plants rely on technologically advanced techniques: the result is food with elevated features and extreme palatability and digestibility. Constant controls on raw ingredients, certification and titration of herbs active principle, package certification and University certification on finished products certify Olistika range, placing it in the highest segment of the pet sector. The brand also relies on the approval of the Italian Association of Phytotherapy and Phytopharmacology.

ADDED VALUE FOR YOUR SHOP

- NO GMOs: Olistika does not use genetically-modified ingredients.
- No gluten: Olistika products do not include gluten cereals with pathogenic effect, which is a potential cause for allergic reaction in intolerant pets.
- Cruelty Free: Olistika does not carry out any type of test or abuse on animals. The brand is certified OIPA - International Organization for Animal Protection, NGO associated with the Department of Public Information (www.oipa.com).
- Selected meat: they come from certified Italian farms. They are processed in a continuous cycle to significantly reduce the percentage of biogenic amine.
- Single protein: single-protein formulas guarantee and exclusion diet, helping veterinarians choose the best protein.
- Fish oil: Omega 3 fatty acids are important to prevent or treat inflammatory process, especially dermatitis. Detailed studies assessed that only long-chain fatty acids EPA and DHA, contained in fish oil, are effective. They stimulate the production of good eicosanoids. The use of dehydrated fresh fish, with excellent supplement of fish oil, is necessary to prevent or treat such processes.

VET LINE THE FIRST WITH HERBS: ONLY CERTIFIED HERBS

Each recipe contains specific herbs; each herb has its own active principle. Flax ensures the well-being of skin and fur, against diverticulitis, constipation and irritable bowel syndrome. Acerola



L'ultima importante novità sia per cani che per gatti

Svezzamento e Convalescenza è l'ultima innovazione di Olistika. La sua caratteristica fondamentale è quella di essere un prodotto disidratato, cotto a bassa temperatura, in forma di polvere, del tutto equiparabile a un alimento crudo abbattuto della sua naturale carica batterica. Il bassissimo contenuto di umidità ne garantisce la conservazione fino a 10 mesi, pertanto il prodotto non contiene sostanze conservanti.



Si tratta di un alimento completo e bilanciato, integrato in tutte le sue componenti e Grain Free, in quanto l'utilizzo del riso, già di per sé raramente allergizzante, è presente sotto forma micronizzata e micro-incapsulata (Brevetto Europeo N° 0197188), tale da prevenire eventuali sensibilizzazioni. La preparazione è davvero semplice, basta aggiungere dell'acqua, come mostrato sul sito www.olistikavetline.eu.

Ecco perché consigliare al tuo cliente di alimentare il proprio cane o gatto con *Svezzamento e Convalescenza*:

- l'utilizzo di un prodotto assimilabile al crudo rappresenta la forma più simile a quella che si trova in natura;
- nei cuccioli o gattini da svezzare è importante la salvaguardia del microbioma, che si forma proprio nel passaggio dal latte materno al nuovo cibo;
- nei soggetti in convalescenza, essendo questi debilitati dall'utilizzo dei farmaci, è un importante aiuto nel ripristino della flora batterica inevitabilmente alterata dalla terapia;
- nelle mamme in gravidanza e allattamento è un'utile integrazione all'alimentazione consueta per favorire la crescita dei cuccioli e la montata latte, inoltre aiuta nelle forme diarroiche sia della madre che dei cuccioli, tipiche di questa fase;
- la grande appetibilità del prodotto reintegrato di sola acqua favorisce l'assunzione anche da parte dei soggetti più svogliati o debilitati;
- è stato constatato che anche nelle forme dissenteriche dovute a fattori generici l'utilizzo di *Svezzamento e Convalescenza* velocizza il ripristino delle normali funzioni, senza così dover ricorrere a prodotti d'altro tipo;
- il prodotto può essere somministrato anche per lungo periodo, come abituale alimentazione o semplicemente come appetizzante. (U.P.)

is suited for hypovitaminosis C, pregnancy, lactation and cold. Astringent stinging nettle is suited for skin ailments. Savory is suited in case of respiratory inflammation and bronchitis, while astringent and anti-inflammatory agrimony is useful against diarrhoea. Thyme has an antibacterial, expectorant, fungicidal and hepatoprotective effect. Brewer's yeast has a liver-regulating effect and it strengthens teeth and nails, supporting growth. Garlic is antiseptic, antibacterial, fluidifying, expectorant, repelling and parasiticidal. The concentration of allicin is 200 times lower than the minimum quantity that might cause reaction in pets subject to haemolytic anaemia. The phytocomplex effectiveness is ensured by minimum use for prolonged period and it is completely free from contraindications (homeopathic dilution concept). Fucus against hypothyroidism, slow metabolism, constipation. Greek hay for growth and nutrition ailments, leanness, anabolic and restoring tonic. Echinacea with immune-stimulating, anti-flu, anti-inflammatory, anti-viral effect. Ginseng for physical and psychic effectiveness. Dandelion for digestive ailments, as biliary, purifying, diuretic stimulator. Eleutherococcus for cold, flu, bronchial infection, ant stress and as adaptogenic tonic.

LD-LESS DRY FORMULAS

A fundamental nutritional principle that is apparently simple: the higher the humidity, the better the digestion.

What is the result of + humidity + fresh meat?

LD Less Dry line by Olistika *VET LINE* with + palatability + digestibility.

Less Dry formula is born after the need of making food less dry and after the veterinarian recommendation of making sure that pets drink enough, if fed with traditional kibbles. The same recommendation comes from Olistika: on product labels and nutritional charts, the brand always recommend to humidify the meal by adding water or pate to the dry meal. Wet meals allow the organism to produce less saliva, thus less water for the cud, necessary to start digestion. However, even though owners often leave enough water besides dry kibbles, dogs do not drink enough. The pets usually chew little and voraciously eat their meal to go back to playing or other activities. This does not always guarantee the necessary humidity for the cud, altering the organism hydric balanced and digestive functionality. The formula of special *LD Less Dry* kibbles ensure extraordinary palatability and the correct humidity level, with visible positive effects on digestibility. The organism must produce less substances to restore the physiologic percentage of water present in the cud.

THE LATEST NEWS FOR CATS AND DOGS

Weaning and Convalescence is the latest innovation by Olistika. Its main feature is to ensure a dehydrated product, cooked at low temperatures, which can be compared with raw ingredients free from their natural bacterial load. The low humidity level ensures preservation up to 10 months: it does not contain preserving substances. It is the complete and balanced food, supplemented and Grain Free: rice, which features reduced allergizing effect, is micronized and micro-encapsulated (European Patent N° 0197188), in order to prevent sensitivity. It is easy to prepare, just add water as shown on www.olistikavetline.eu.

That is why you should recommend *Weaning and Convalescence* to your customers:

- a product comparable to raw food is as similar as what pets would find in nature;
- during weaning, it is important to protect the microbiome of puppies and kittens, since it is born while shifting from mother milk to new food;
- for convalescent pets, weakened by drugs, it is a useful help in restoring the bacterial flora, inevitably damaged by the treatment;
- for dogs during pregnancy and lactation, it is the perfect supplement to traditional diet to support puppy's growth and breast milk production; moreover, it helps against diarrhoea in both mother and puppies, typical of this stage;
- the extraordinary palatability of the product plus water stimulates the appetite of weakened or lazy pets;
- the use of *Weaning and Convalescence* in diarrhoea helps restore the normal functionality without using other products;
- it can also be fed for long periods, as meal or simply as appetizing addition.



Perché integrare la loro dieta

La linea *Korректор*® di Formevet: mangimi complementari specifici per la dieta di cani e gatti



Per mantenere in forma gli amici a quattro zampe dei clienti del tuo negozio, oltre a fornire loro una sana, bilanciata e completa alimentazione (casalinga o confezionata che sia), spesso è raccomandabile integrare la loro dieta con alimenti complementari specifici che correggano - senza sovradosare - l'apporto qualitativo della dieta stessa.

I fabbisogni qualitativi alimentari di cani e gatti vengono soddisfatti da vitamine idro e liposolubili, sali minerali, oligoelementi e acidi grassi polinsaturi. Tali fabbisogni, tuttavia, variano in funzione di diversi fattori tra cui la razza, l'attitudine (sport, lavoro, attività fisica in generale), le condizioni di vita, le abitudini alimentari e, non da ultimi, lo stato fisiologico (età giovane o avanzata, accrescimento, gravidanza, allattamento, ecc.) o lo stato di salute corrente (stati carenziali, disidratazione, convalescenza, ecc.).

***Korректор*®: un aiuto per ogni situazione**

La linea *Korректор*® di Formevet propone una gamma di mangimi complementari e mangimi complementari dietetici per cani e gatti, appositamente studiati per correggere senza



FORMEVET SRL
tel. 024345891
fax 0243458922
www.formevet.com
vetline@formevet.it



sovradosare l'apporto qualitativo della loro dieta, indipendentemente dal fatto che sia casalinga o industriale.

Formevet propone sia al tuo cliente pet owner attento alla salute del proprio pet che al Medico Veterinario una linea di formule specifiche altamente appetibili:

- *Korректор*® *Cartilage*: per tutelare la funzionalità e la salute delle cartilagini articolari di cani e gatti appartenenti a razze di taglia grande e a rapido accrescimento o sottoposti a stress fisico intenso, in sovrappeso o in età avanzata;
- *Korректор*® *Crescita*: per accompagnare la crescita e un sano sviluppo corporeo di cuccioli e gattini, nonché per supportare le madri durante la gravidanza, l'allattamento e nel post-svezzamento;
- *Korректор*® *Elimina Pelo per gatti*: per aiutare a contrastare la formazione di boli di pelo in-



gerito dal gatto e favorirne la naturale eliminazione soprattutto durante il periodo della muta ove la perdita/ricambio del pelo è particolarmente intensa;

- **Korrektor® Pelo Cute Plus:** per mantenere la cute in salute e il mantello sano e lucente di cani e gatti. Indicato in caso di perdita di pelo, dermatosi, mantello opaco, fragile, diradato, con cattivo odore e durante la muta. Si tratta di un mangime complementare dietetico, raccomanda al tuo cliente di consultare un esperto in nutrizione o un veterinario prima dell'utilizzo o prima di prolungarne il periodo d'impiego;



- **Korrektor® Recupero:** per il recupero e il mantenimento della forma fisica di cani e gatti in convalescenza, durante e dopo la gravidanza, l'allattamento, l'attività sportiva e dei soggetti anziani;

- **Korrektor® Reidrata:** per il mantenimento dell'equilibrio idrico-salino e per una rapida reidratazione orale di cani e gatti dopo un'intensa attività fisica o sportiva, viaggi, esposizioni, stress da calore, allattamento di nidiatae numerose, vomito o diarrea aspecifici sia nei cuccioli che negli adulti;

- **Korrektor® Seda:** per supportare la serenità e la tranquillità del cane e del gatto in caso di viaggi di lunga durata, separazione (permanenza in pensione, in appartamento, ecc.), rumori (tuoni, traffico intenso, fuochi d'artificio, ecc.), inquietudine (danneggiamento di oggetti o "cane scavatore"), solitudine protratta con abbaio/miagolio continuo, ipercinesisi, turbe della senilità;

- **Korrektor® Entero doppia azione:** per favorire sia l'equilibrio della flora batterica intestinale (che mantiene un ambiente sfavorevole alla proliferazione di microrganismi indesiderati) che il normale passaggio degli alimenti nel tratto intestinale di cani e gatti (es. nei cuc-

WHY SUPPLEMENT THEIR DIET

Korrektor® line by Formevet: complementary food specific for the diet of cats and dogs

In order to preserve your customers' pets healthy, besides ensuring a healthy, balanced and complete diet (homemade or industry food), it is often recommended to supplement their diet with specific complementary food that corrects - without overdosing - the nutritional intake of the diet itself.

The quality nutritional needs of cats and dogs are met by water- and fat-soluble vitamins, mineral salts, trace elements and polyunsaturated fatty acids. Such needs vary according to different factors including breed, attitude (sport, work, general physical activity), life conditions, dietary habits and the physiological conditions (young or senior age, growth, pregnancy, weaning etc), the current health condition (deficiency, dehydration, convalescence etc.)

KORREKTOR®: SUPPORT FOR EVERY SITUATION

Korrektor® line by Formevet offers a range of complementary food and dietary complementary food for cats and dogs, specifically developed to correct the quality intake of their diet without overdosing, whether it is a homemade or industry diet.

For your customers, attentive to the health of their pet, and for Veterinarians, Formevet suggests a range of specific formula, extremely palatable:

- **Korrektor® Cartilage:** to protect the functionality and health of articular cartilage of large-breed cats and dogs, with fast growth or experiencing intense physical stress, overweight or senior;
- **Korrektor® Crescita:** to support the growth and healthy body development of puppies and kittens, besides supporting mothers during pregnancy, nursing and post-weaning;
- **Korrektor® Elimina Pelo per gatti:** to help fight hairballs and support their natural removal, especially during moult, when hair loss/change is particularly intense;
- **Korrektor® Pelo Cute Plus:** to preserve the skin healthy and the coat healthy and shiny for cats and dogs. Suited in case of hair loss, dermatosis, dull/fragile/thinned out/smelly coat, during moult. It is the dietary complementary food: recommend customers to turn to nutrition experts or veterinarians before use or before extending the use period;
- **Korrektor® Recupero:** to recover and maintain health of cats and dogs during convalescence, during and after pregnancy, nursing, sport activity and senior age;
- **Korrektor® Reidrata:** to preserve the hydrosaline balance and for a quick oral rehydration of cats and dogs after an intense physical or sporty activity, trips, exhibitions, heat-related stress, multiple nursing, non-specific vomit or diarrhoea in both puppies and adults;
- **Korrektor® Seda:** to support the peace and tranquillity of cats and dogs during long trips, separation (shelter, flat stay etc.), noise (thunder, intense traffic, fireworks etc.), agitation (object damaging or "digging dog") and prolonged solitude with constant barking/meowing, hyperkinesis, senility ailments;
- **Korrektor® Entero doppia azione:** to support the balance of the intestinal bacterial flora (which offers an unfavourable environment for the growth of unwanted organisms) as well as the transit of food in the intestine of cats and dogs (ex. puppies/kittens during weaning, during pregnancy and nursing, after antibiotic treatment etc.), supporting the maintenance of a physiological operating of the intestine.

cioli in fase di svezzamento, durante la gravidanza e la lattazione, dopo trattamenti antibiotici, ecc.), contribuendo al mantenimento di un fisiologico funzionamento dell'intestino. (T.P.)



Una patologia, la sua... soluzione

**La nuova linea *Prolife Diet*: la ricerca di oggi,
per il benessere di domani**



La nuova linea *Prolife Diet* di Zoodiaco nasce da un impegnativo percorso di ricerca del team di Ricerca & Sviluppo *Prolife* in collaborazione con ambulatori e cliniche veterinarie che hanno contribuito a portare a compimento importanti studi multicentrici per confermare l'efficacia terapeutica delle formulazioni dietetiche della gamma.

**prolife
DIET**

Per garantire l'efficacia degli alimenti è stato combinato il potere terapeutico di alcune sostanze naturali nel rispetto del

delicato equilibrio e dei fabbisogni di cani e gatti; uno speciale approccio che non si limita a intervenire sul sintomo ma che guarda alle cause, considerando l'organismo nel suo complesso.

Perché proporre *Prolife Diet* al tuo cliente

- L'elevato contenuto tecnologico, risultato di anni di ricerca;
- gli ingredienti innovativi delle formulazioni;



zoodiaco PET & GREEN

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



ZOOMARK
INTERNATIONAL

PAD. 30 - STAND B72-B74

- l'efficacia terapeutica del prodotto;
- la considerazione dell'organismo animale nel suo complesso;
- il massimo rispetto della natura, del delicato equilibrio e dei fabbisogni di cani e gatti.

Facilitare la scelta per favorire l'acquisto

Il visual accattivante ma rigoroso della nuova linea *Prolife Diet* sintetizza efficacemente i contenuti innovativi degli alimenti e l'elevato contenuto tecnologico, mantenendo la continuità con la precedente: la riconoscibilità è favorita da specifici codici colore per ciascuna patologia, per favorire la scelta e l'acquisto del tuo cliente nel tuo punto vendita specializzato.

La gamma

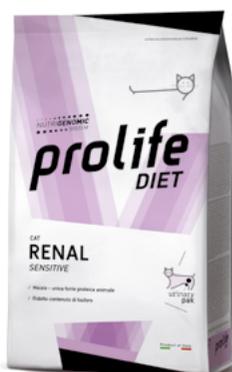
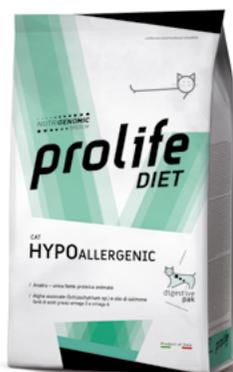
Le continue e sempre più aggiornate ricerche sulla nutrigenomica condotte dal team di medici veterinari e nutrizionisti *Prolife* in collaborazione con *Alltech*®, hanno ispirato la creazione di *Alltech*® *Nutrigenomic System Pak*, blend specifici di componenti che agiscono in sinergia massimizzando l'efficacia terapeutica di tutti gli alimenti dietetici *Prolife Diet*, formulati per il trattamento nutrizionale delle diverse patologie del cane e del gatto. Ecco le otto formulazioni disponibili da proporre





al tuo cliente, tutte integrate dal pacchetto *Alltech® Nutrigenomic System Digestive Pak*.

- La particolare formulazione di *Prolife Diet Hydrolysed* e *Prolife Diet Hypoallergenic*, integrata dal pacchetto *Alltech®*, protegge l'integrità dei tessuti grazie alla modulazione delle risposte infiammatorie e immunitarie dell'organismo. Gli studi hanno dimostrato che queste risposte sono associate a cambiamenti della composizione degli acidi grassi delle membrane cellulari che possono modificare la fluidità della membrana stessa, che porta a un'espressione genica alterata e di conseguenza a una modifica del mediatore lipidico.
- La composizione di *Prolife Diet Intestinal* determina uno stato di benessere del microbioma intestinale. Gli elementi in esso contenuti concorrono a ridurre il pH intestinale, cui consegue la formazione di metaboliti batterici ritenuti benefici per la salute intestinale, quali gli acidi grassi a corta catena. La capacità fermentativa contenuta nella dieta è potenziata dalla presenza di ceppi batterici, fra cui *E. faecium*.



A SOLUTION...FOR EACH DISEASE

New *Prolife Diet*: today's research for tomorrow's well being

Prolife Diet by Zoodiaco is the result of an intense study carried out by *Prolife Research & Development* team, in collaboration with veterinarians, who helped complete relevant multicentric studies to assess the therapeutic effectiveness of the range dietary formulas.

The effectiveness of the recipe is ensured by combining the healing power of certain natural substances, to respect the delicate balance of your customers' pets. This special approach does not only affect symptoms, but it also addresses its causes, considering the global in its entirety.

WHY OFFERING *PROLIFE DIET* TO YOUR CUSTOMERS

- Elevated technologic content, thanks to long-term research;
- innovative ingredients;
- therapeutic effectiveness of the product;
- focus on the overall organism of pets;
- utmost respect of nature and the delicate balance and needs of cats and dogs.

MAKE CHOICE EASIER TO SUPPORT SALES

Captivating visual look of new *Prolife Diet* line perfectly combines the innovative food and technology contents, preserving its continuity with the previous version. Recognizability is ensured by specific colour codes for each disease, to support customers' choice and purchase in your shop.

THE RANGE

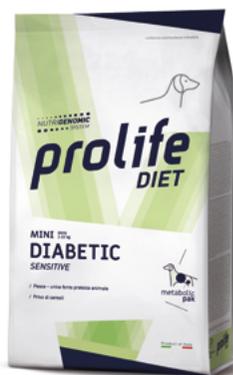
The constant and increasingly updated researches on nutrigenomics, carried out by the team of *Prolife* veterinarians and nutritionists in collaboration with *Alltech®*, led to *Alltech® Nutrigenomic System Pak*: specific mix of ingredients that maximize the therapeutic effectiveness of all *Prolife Diet* food, developed after the nutritional treatment of cats' and dogs' diseases.

Here are the eight available formulas, all supplemented with *Alltech® Nutrigenomic System Pak*.

- The special formulas of *Prolife Diet Hydrolysed* and *Prolife Diet Hypoallergenic*, supplemented by *Alltech®* mix, protect the integrity of tissues thanks to modulated inflammatory and immune reactions of the organism. Studies assessed that these reactions are combined with changes in the composition of fatty acids located in cell membranes. They can alter the fluidity of the membrane itself, which leads to an altered genic expression and a consequent change in the lipid mediator.
- The formula of *Prolife Diet Intestinal* ensures the well-being of intestinal microbiome. Its ingredients help reduce intestinal pH, with consequent growth of beneficial bacterial metabolites such as short-chain fatty acids. The fermentative capacity of the diet is supported by bacterial strains such as *E. faecium*.
- The formula of *Prolife Diet Metabolic* has an antioxidating effect capable to fight ongoing oxidating stress in obesity and diabetes. Researches assessed that, in pets treated with this formula, cell ageing and cognitive dysfunctionality slowed down; moreover, the product actively supported the immune system. If dogs were also fed with algae, the nervous system in senior dogs also improved.
- The formula of *Prolife Diet Diabetic* has beneficial effects on the growth of tissues and the restoration of tissue damages. *Alltech® Nutrigenomic System Metabolic Pak* plays a key role in several



- La composizione di *Prolife Diet Metabolic* produce un'azione antiossidante utile a contrastare lo stress ossidativo in corso di obesità e diabete. Negli animali oggetto degli studi è stata evidenziata una doppia valenza: da un lato un ritardo dell'invecchiamento cellulare e delle disfunzioni cognitive, dall'altro un sostegno attivo nei confronti del sistema immunitario. Nei cani alimentati con dieta arricchita con alghe è stato osservato un miglioramento del sistema nervoso nel soggetto anziano.



- La composizione di *Prolife Diet Diabetic* produce effetti benefici sulla crescita dei tessuti e la riparazione dei danni tissutali.

I componenti del pacchetto *Alltech® Nutrigenomic System Metabolic Pak* svolgono ruoli chiave in molti processi biologici e integrano l'apporto di determinati nutrienti carenti in corso di patologia. Queste molecole vengono trasportate agli epatociti per un'ulteriore trasformazione e rilasciati nella circolazione sistemica rendendosi disponibili per i tessuti danneggiati.

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

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

- La composizione di *Prolife Diet Hepatic* attenua i processi infiammatori, nello specifico preserva gli epatociti dai danni ossidativi, in modo che la rigenerazione possa consentire al fegato la sua ripresa funzionale.

- Per scoprire l'intera gamma *Prolife Diet* visita il sito www.prolife-pet.it. (U.P.)

biologic processes and integrate the intake of specific nourishing substances, which lack during the disease. The molecules are carried to hepatocytes for further transformation and released in systemic circulation, being available for damaged tissues.

- The formula of *Prolife Diet Urinary Struvite* has beneficial effect on inflammation, supporting tissue healing. Ammonium ions, released after urea fission into ammonia, damage glycosaminoglycans (GAG) located in the mucosa of the urinary system, worsening tissue damage. The mix reduce inflammatory process and prevent *E. Coli* (the cause of worse symptoms) from taking root.

- The formula of *Prolife Diet Renal* improves ongoing azotaemia during chronic renal insufficiency. *Alltech® Nutrigenomic System Urinary Pak* helps reduce bacterial proteolysis in colon. The intestinal microbiome of pets affected by chronic renal insufficiency suffers from dysbiosis: the mix has a positive effect on the microbiome itself.

- The formula of *Prolife Diet Hepatic* reduces inflammation. In particular, it preserves hepatocytes from oxidating stress, so that regeneration helps liver recover its functionality.

- To unveil the whole *Prolife Diet* range, visit www.prolife-pet.it.



Primavera a colori

Camon rinnova la propria collezione comfort: il relax made in Italy per gli amici pet



La primavera rappresenta sempre una fase di rinascita e rinnovamento. Per offrire ai tuoi clienti i colori ideali per la bella stagione, Camon ha rinnovato la propria collezione con tante nuove linee di cuccie, cuscini e altri accessori studiati e realizzati per il relax degli amici a quattro zampe e selezionati con la consueta attenzione per i trend dello stile e design del momento.

L'eleganza è sempre di moda

Ogni stagione è quella giusta per ricercare la raffinatezza: la nuova linea comfort *Crochet* di Camon saprà conquistare i tuoi clienti grazie all'eleganza della fantasia a punto uncinetto, disponibile in 2 diverse colorazioni.



La vita sa essere divertente

Un'altra linea protagonista della nuova collezione, forte di un esclusivo design, è *Play with me* che raffigura tanti simpatici quattrozampe intenti a giocare e divertirsi. La linea si distingue per la sua completezza, risultando



perfetta per tutti i pet owner alla ricerca di comfort per il proprio animale ma anche di un complemento d'arredo vivace e armonioso.

Tante altre novità in arrivo

Oltre alle linee principali, Camon è sempre attenta a proporre soluzioni che si integrino perfettamente con gli spazi domestici. Per questo sono in arrivo numerosi altri set di

CAMON
We love pets

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



PAD. 26 - STAND B81-C86

cucce in fantasia, per offrire un comfort senza eguali ai pet e una luce rinnovata alla casa.

Sono i dettagli a fare la differenza

Come sempre, tutte le nuove linee Camon si distinguono per la qualità e la produzione made in Italy, valore aggiunto che si percepisce sia nella scelta di tessuti e imbottiture di eccellente pregio, sia per una lavorazione in cui l'artigianalità italiana sa dare il meglio di sé, emergendo nella cura di ogni dettaglio. (A.T.)

COLOURFUL SPRING

Camon renovates its comfort collection: made-in-Italy relax for pet friends

Spring always represents rebirth and renewal. In order to provide your customers with the perfect colours for spring, Camon renovated its collection with plenty of new lines of beds, pillows and other accessories developed for the well-being of pets, selected with the usual attention to current trends in style and design.

ELEGANCE IS ALWAYS TRENDY

Each season is always right for elegance. That is why the new comfort line *Crochet* by Camon will win the heart of your customers, thanks to the elegance of crochet patterns, in two different colours.

LIFE CAN BE FUN

Another star of the new collection is *Play with me* with exclusive design: it portrays pets playing and having fun. The line stands out for its elegance: it is perfect for all owners looking for comfort for their pet but also a lively and harmonic furniture accessory.

PLENTY OF NEWS ARE COMING

Besides traditional lines, Camon is always attentive to offer solution that perfectly match domestic environment. That is why there are several bed sets with different patterns, to ensure unrivalled comfort for pets and a new look to the house.

DETAILS MAKE THE DIFFERENCE

As usual, all new Camon lines stand out for their quality and made-in-Italy production, an added value that is visible both in terms of fine fabrics and padding selection and manufacturing, where Italian craftsmanship is expressed by the care for all details.

Pronti a prendere il volo

**Il tuo cliente cerca un trasportino da viaggio?
Skudo è quanto di più adatto a ogni esigenza
di chi vuole garanzia di assoluta affidabilità**



Si avvicina l'estate e il tuo cliente inizia a pensare a come poter viaggiare in tutta sicurezza con il suo amico del cuore. Per proporgli una soluzione su misura - per l'auto, il treno, ma soprattutto i voli in aereo - affidati a MPS, che con la gamma professionale Skudo ti offre un ventaglio di scelta che ha pochi eguali sul mercato.

Skudo eccelle non solo per le caratteristiche tecniche, ma anche per la semplicità di assemblaggio, la perfetta circolazione dell'aria all'interno del trasportino, la durata nel tempo e la facilità di pulizia. L'azienda presenterà inoltre in occasione di Zoomark 2023 una nuova versione del modello Skudo IATA, a completamento della linea.



MPS2 SRL
tel. 0444572280
www.mpsitalia.it
info@mpsitalia.it



PAD. 26 - STAND A49-B50-B56

Conformi IATA

Con la gamma Skudo il trasportino ha trovato la giusta combinazione di design, qualità e praticità d'uso: è infatti quanto di più adatto a ogni esigenza del tuo cliente che quando viaggia, oggi più che mai, vuole garanzia di assoluta sicurezza e affidabilità.

Skudo nasce dalla grande esperienza di un'azienda specializzata nelle materie plastiche che, nel tempo, è cresciuta fino ad applicare la propria professionalità al mercato pet. Una storia tutta made in Italy: studio dei prodotti, progettazione, realizzazione degli stampi, stampaggio e commercializzazione sono infatti processi interni all'azienda, a garanzia totale che gli articoli MPS vengono interamente realizzati in Italia.

Robusti, funzionali e sicuri, i trasportini Skudo si adattano a tutti i tipi di viaggio del piccolo amico pet e sono conformi agli standard richiesti dalle compagnie aeree. La gamma propone infatti ben sette diverse misure, tutte conformi IATA - che ora diventeranno otto - così da rendere l'assortimento ancor più completo e funzionale. A fare la differenza sono i dettagli che garantiscono la massima tranquillità, come le porte con serratura di sicurezza e i ganci laterali dotati di anti-sgancio accidentale, per evitare che si possano aprire i momenti non opportuni.

Il nuovo Skudo 8

In occasione di Zoomark è previsto il lancio della nuova versione Skudo IATA 8 pensata per cani con peso superiore a 50 chili e dotata di una nuova serratura a 4 punti, sia in verticale che in orizzontale, per rendere più sicuro il trasporto e più agevole l'ingresso e l'uscita dell'animale.

Un'ulteriore novità è che MPS ha progettato una versione plus, che si differenzia per la serratura a 4 punti, anche sui modelli Skudo 4-5-6-7.



Una gamma completa, per ogni cliente

Per il tuo negozio avrai quindi a disposizione una scelta davvero ampia:

- *Skudo IATA 1-2-3*: completi di porta in ferro con chiusura di sicurezza e ganci laterali per evitare aperture accidentali. Indicati per tutti i cani e gatti fino a 10 kg;

- *Skudo IATA 4-5-6-7-8*: indicati per cani di media e grossa taglia (la versione *Skudo IATA 8* per cani oltre i 50 kg), sono completi di porta in metallo con chiusura di sicurezza a doppio comando, di vano porta documenti/oggetti e di maniglione girevole per la versione trolley. Come accessorio si possono aggiungere le comode ruote girevoli.

Alle versioni IATA si aggiungono gli altri modelli per il trasporto in auto o per i gatti:

- *Skudo Car 80-90-100*: idoneo a tutte le auto e a tutte le taglie, grazie all'ampia apertura laterale e alla funzionale porta apribile verso l'alto con chiusura e serratura di sicurezza;

- *Skudo Open 1-2*: dedicato ai gatti, completo di porta in metallo con chiusura di sicurezza a doppio comando e di apertura superiore per un maggiore comfort;

- *Skudo Cat Travel*: trasportino con lettiera integrata, con un comodo sottofondo con cassetto per permettere al gatto di fare i suoi bisogni senza dover uscire dal trasportino durante i viaggi più lunghi. (A.P.)



READY TO FLY

If your customers are looking for travelling pet carriers, *Skudo* is the best product for those who ask for complete safety

Summer is coming and your customers are thinking of how to travel safely with their pet. Rely on MPS to recommend a customized solution – for the car, train, and especially flights: *Skudo* professional range offers a broad choice, with almost no rivals on the market

Skudo is excellent not only in terms of technical features, but also thanks to the easy setting, perfect air circulation in the carrier, its durability and easy cleaning. During *Zoomark 2023* the company will launch a new version of *Skudo IATA* model to complete the line.

IN COMPLIANCE WITH IATA

With *Skudo* range, per carrier features the perfect combination of design, quality and handiness: it is the perfect product for travelling customers who are looking for complete safety and reliability.

Skudo was born after the expertise of a company specialized in plastic materials: with time, the company grew and applied its skills to the pet market. It is a made-in-Italy story: product study, design, mould development, production and sale are managed inside the company. One more guarantee ensuring that MPS products are completely made in Italy.

Strong, functional and safe: *Skudo* carriers suit all trips of pets and comply with standard requirements of airline companies. The range offers seven different sizes – now eight – all complying with IATA regulations: a complete and functional range. Details make the difference, since they ensure the utmost safety: doors with safety lock and lateral hooks with accidental anti-release system.

NEW SKUDO 8

During *Zoomark* the company will launch new version *Skudo IATA 8* for dogs over 50 kg. It features a new 4-step lock (vertical and horizontal), to increase the transport safety and facilitate the pet's entrance/exit.

MPS also designed a plus version featuring the 4-step lock for models *Skudo 4-5-6-7* as well.

COMPLETE RANGE FOR ALL CUSTOMERS

You can count on a broad selection for your shop:

- *Skudo IATA 1-2-3*: with iron door, safety lock and lateral hooks to avoid accidental openings. Suited for cats and dogs up to 10 kg;
- *Skudo IATA 4-5-6-7-8*: suited for medium-large dogs (*Skudo IATA 8* for dogs over 50 kg), they feature metal door with dual control safety lock, document holder and revolving handle for the trolley version. Revolving wheels can be added as accessory.

Besides the *IATA* models, there are other models for car trips or for cats:

- *Skudo Car 80-90-100*: suited for all cars and sizes, thanks to side opening and to functional top-opening door with safety lock;
- *Skudo Open 1-2*: for cats, with metal door, dual control safety lock and top opening for extra comfort;
- *Skudo Cat Travel*: carrier with integrated litter, a handy bottom tray to allow cat relieve themselves inside the carrier during long trips.



Formato ridotto, stessa qualità

Nuovi multipack: 6 lattine nel pratico formato da 50 grammi, per evitare sprechi di cibo mantenendo il massimo della qualità naturale *Life*



Fin dalla sua nascita, nel 2009, il lavoro di Life Pet Care si è ispirato a un obiettivo: offrire a cani e gatti i migliori prodotti naturali.

Per riuscirci, negli anni, l'azienda ha sviluppato a marchio *LifeCat* e *LifeDog* una gamma che ad oggi conta più di 300 prodotti, tutti formulati sulla base degli stessi principi:

- alte percentuali di carne e pesce;
- scelta dei migliori tagli, come petto di pollo o trancio di tonno;
- modalità di lavorazione poco invasive, come la cottura al vapore;
- esclusione di coloranti e appetizzanti.

Sempre in linea con la sua mission, nel 2023 Life ha deciso di lanciare il nuovo formato multipack composto da 6 lattine da 50 g, lasciando inalterata la qualità del prodotto già presente in altri formati come l'85 e il 150 g.



LIFE PET CARE SRL
tel. 0575411013
www.lifepetcare.it
info@lifepetcare.it



Qualità al top, niente sprechi

Life vuole rispondere alle richieste dei consumatori. E analizzando la situazione attuale del mercato del pet food l'azienda ha evidenziato due aspetti fondamentali:

- nessun compromesso sulla qualità. Un pet è considerato oggi a tutti gli effetti un membro della famiglia. I pet owner tuoi clienti sono ormai in grado di distinguere i prodotti di un livello qualitativo superiore, come gli alimenti naturali, e tendono ad acquistare questi alimenti per il proprio animale.
- Limitare gli sprechi. Una volta scelta la strada della qualità naturale, chi acquista alimenti per gatti si trova spesso alle prese con il proprio pet che non finisce la classica lattina monodose, lasciando sempre un po' di cibo nella ciotola, che andrà buttato. La scelta dell'azienda di proporre



un formato da 50 grammi nasce proprio dal voler andare incontro a quei consumatori che non vogliono più sprecare e per i quali, indipendentemente dal prezzo, le lattine da 70 o 85 g non sono convenienti.

I nuovi multipack *Life*

Life ha sviluppato la sua nuova linea di multipack con le seguenti caratteristiche:

- lattina nel formato da 50 g, mantenendo la stessa qualità. La nuova lattina da 50 g non è una lattina di “serie B”. Al suo interno il tuo cliente trova la stessa qualità della lattina da 85 g e da 150 g, con grandi trancetti di tonno e filetti di pollo al naturale in evidenza, le parti migliori del tonno e del pollo.
- Tutta le ricette della linea contengono il 64% di carne e pesce, in acqua di cottura. Nessun compromesso sulla qualità e la naturalità del prodotto. Tutti i gusti della linea seguono le regole della ricetta naturale *Life*: 64% di carne e pesce, materie prime di elevata qualità, topping unici come frutti di mare e granchio, rigorosamente in acqua di cottura e senza additivi.
- Packaging verticale salvaspazio. *Life* ha scelto di proporre un multipack “verticale”. Questo per differenziarsi e rispondere a una tua esigenza come negoziante, che hai sempre più bisogno di risparmiare spazio a scaffale.

La nuova gamma multipack: 10 gusti con topping di pregio

La nuova gamma *Life* di multipack da 50 g x 6 lattine permette al pet del tuo cliente di assaporare 10 diverse ricette. Alcuni gusti sono già proposti nei formati da 85 e 150 g, come *Tonno con Gamberetti* o *Tonno con Alicette*, altri rappresentano invece delle sfiziose novità, come *Tonno con Frutti di Mare* e *Tonno con Granchio*, gusti unici sul mercato. I nuovi gusti proposti sono 10: *Filetti di Pollo*, *Filetti di Pollo con Prosciutto di Pollo*, *Tonno*, *Tonno con Alicette*, *Tonno con Frutti di Mare*, *Tonno con Gamberetti*, *Tonno con Granchio*, *Tonno con Manzo*, *Tonno con Prosciutto di Pollo*, *Tonno con Salmone*. (R.P.)

SMALLER SIZE, SAME QUALITY

New multipacks: 6 handy 50g tins, to avoid food waste and preserve the utmost natural quality by *Life*

Since its birth in 2009, *Life Pet Care* has been focusing on one goal: providing cats and dogs with the best natural products. Throughout the years, the company developed a range under *LifeCat* and *LifeDog* brands, which now includes over 300 products, all sharing the same principles:

- high percentage of meat and fish;
- the best cuts, such as chicken breast or tuna slices;
- non-invasive processing, such as steam cooking;
- no colouring or flavouring agents.

In line with its mission, in 2023 *Life* launched the new multipack including 6 50g tins: the product shares the same quality already present in 85 and 150g tins.

TOP QUALITY, NO WASTE

Life wants to meet the needs of customers. Following the analysis of the current situation of the pet food market, the company underlined two fundamental aspects:

- no compromise on quality. Pets are considered real members of the family. Your customers, pet owners, are capable to distinguish top quality products, such as natural food, and usually favours these recipes for their pet.
- Limit waste. Once chosen the path of natural quality, who purchase cat food often notices that their pet does not end the single-serve tin, leaving some food in the bowl (which will be disposed of). The company chose a 50g tin to please those customers who are no more willing to waste food: that is why despite the price, they think 70 or 85g tins are not convenient.

NEW *LIFE* MULTIPACK

Life developed its new multipack line as follows:

- 50g tins, same quality. The new 50g tin ensures the same food quality of 85g and 150g, with large tuna slices and chicken fillet, the best cuts of chicken and tuna.
- All recipe include 64% meat or fish in cooking broth. No compromise on recipe quality and naturalness. All recipes follow *Life* rules for a natural recipe: 64% meat and fish, top quality raw ingredients, unique toppings such as seafood and crab, all in cooking broth and free from additives.
- Space-saver vertical packaging. *Life* chose a “vertical” multipack to stand out and meet the needs of retailers, who are always looking for extra space on shelf.

NEW MULTIPACK RANGE: 10 RECIPES WITH FINE TOPPINGS

New *Life* multipack range with 50g x 6 tins allows customers to try 10 different recipes. Some of them are already available in 85 and 150g tins, such as *Tuna with Prawns* or *Tuna with small Anchovies*; other recipes are brand new, such as *Tuna with Seafood* and *Tuna with Crab*, unique on the market. There are 10 new recipes: *Chicken Fillet*, *Chicken Fillet with Chicken Ham*, *Tuna*, *Tuna with small Anchovies*, *Tuna with Seafood*, *Tuna with Prawns*, *Tuna with Crab*, *Tuna with Beef*, *Tuna with Chicken Ham*, *Tuna with Salmon*.



Valore aggiunto per il tuo negozio

Il corner cavallo, un'interessante opportunità da prendere in considerazione per il tuo pet shop



Molti pet shop, accanto alle consuete linee di alimenti e accessori per cane, gatto, coniglio e altri piccoli animali, ospitano già o stanno pensando di allestire uno spazio dedicato esclusivamente ai loro clienti amanti di cavalli ed equitazione. Soddisfare le esigenze di una fascia di clientela numericamente meno "forte" delle altre, ma comunque alla ricerca di prodotti di qualità e predisposta all'acquisto, può essere commercialmente molto interessante per la tua attività e le tue vendite. Nel corso di più di un decennio di esperienza nel settore pet, Linea 101 ha studiato una gamma di prodotti dedicati al mondo dell'equitazione, concepiti per il benessere, la cura e la gestione del cavallo.

Igiene, bellezza, e protezione

La *Linea Cavallo* propone prodotti per la cura della criniera e del mantello. Tre soluzioni con pH specifici, per un lavaggio completo: lo *Shampoo Nutritivo*, lucidante e anti annodamento, per tutti i mantelli, lo *Shampoo per cavalli bianchi e grigi*, con effetto extra bianco e dalla piacevole morbidezza finale e lo *Shampoo a Secco* per tutti i tipi di manti, con effetto antipolvere, ideale per la cura e l'igiene senza l'uso dell'acqua. Sono poi disponibili il *Districante Lucidante* per coda e criniera con effetto snodante e protettivo e la speciale lozione *Asciugatura Veloce*, delicata ed efficace, che lascia il crine morbido e aiuta nelle quotidiane pratiche di scuderia. La gamma si completa poi con due *Protezioni Vegetali* spray pronte all'uso - in versione classica o con Olio di Neem di alta qualità - che integrano l'azione dei comuni antiparassitari e aiutano a difendere l'animale dalle aggressioni di ospiti indesiderati come mosche, zanzare, tafani e vespe.



LINEA 101 - LOVE FOR PET
tel. 0522086489
www.linea101.it
info@linea101.it



PAD. 26 - STAND A05

Soluzioni naturali mirate per l'allenamento e il riposo

A seguito di un'attenta selezione degli ingredienti attivi, Linea 101 ha introdotto nella *Linea Cavallo* le creme ad elevato assorbimento *Plus Equidol* e *Power Equidol*, appositamente pensate per articolazioni e muscoli del cavallo, e il *Gel Hoff Equicare* specifico per la protezione dello zoccolo.

Plus Equidol e *Power Equidol* rappresentano, rispettivamente, il prima e il dopo del trattamento di articolazioni e muscoli sottoposti ad allenamento. *Plus Equidol*, con una sinergia di arnica e amamelide, migliora la circolazione sanguigna e decongestiona la cute e i tessuti profondi, si applica prima dell'attività sportiva e riduce la possibilità di lesioni e del



conseguente dolore, prevenendo l'accumulo di liquidi e supportando l'attività muscolare. *Power Equidol* viene in soccorso in caso di contusioni, stiramenti, artriti, quando è necessaria una riduzione di gonfiore e dolore. L'arnica aiuta a riassorbire l'ematoma e a controllare l'infiammazione riducendo i tempi di recupero, mentolo ed eucalipto agiscono da rinfrescanti, decongestionanti e analgesici mentre il glicerolo vegetale ammorbidisce e idrata i tessuti indolenziti.

Per preservare invece le caratteristiche di robustezza e resistenza dello zoccolo e per difenderlo da batteri e funghi, *Gel Hoff Equicare* va applicato a pennello sulla suola. Zinco e rame in forma chelata, in combinazione con



olio essenziale di tea tree, propoli e calendula, aumentano la durezza delle parti cornee, proteggendo al contempo la suola dalla putrefazione.

Per selle e finimenti sempre in ordine

La linea si completa con due referenze che non possono mancare nel corredo del tuo cliente appassionato di equitazione: il *Pulitore Lucidante* con effetto antipolvere permette, se usato regolarmente, di pulire e tenere in ordine cuoio e pelle, mentre *Nutricuoio*, con cera carnauba e oli vegetali selezionati, è indispensabile per nutrirla, ammorbidirla e proteggerla nel tempo, preservandone il valore e le caratteristiche. (M.A.)



ADDED VALUE FOR YOUR SHOP

Horse corner, an interesting chance for your shop

Besides traditional food and accessory lines for dogs, cats, rabbits and other small pets, several retailers are already hosting (or are going to host) corners dedicated to horse-lover customers. Meeting the needs of a range of customers less copious, but still eager to buy quality products, might be interesting for your business and your sales.

Throughout its 10-year experience in the pet sector, Linea 101 developed a range of products dedicated to horse riding, for the well-being, care and management of horses.

HYGIENE, BEAUTY AND PROTECTION

Horse Line offers products for the care of mane and coat. Three products with specific pH, for a complete wash: *Nourishing Shampoo*, polishing and disentangling for all coats; *Shampoo for white and grey horses*, extra white and final softness effect; and *Dry Shampoo* for all coat types, with anti-dust effect, suited for the care and hygiene without water. There are also *Polishing Disentangler* for tail and mane, with protective and disentangling effect, and special *Quick Drying* lotion, gentle and effective, which leaves horsehair soft and supports daily horse maintenance. The range is completed by two *Vegetable Protection* sprays - traditional or with quality Neem oil - ready to use: they support the effect of traditional parasiticides and help protect pets from unwanted guests just like mosquitoes, horseflies and wasps.

SPECIFIC NATURAL SOLUTION FOR TRAINING AND RELAX

Following an attentive selection of active ingredients, Linea 101 introduced high-absorbing creams *Plus Equidol* and *Power Equidol*, specifically developed for horse articulations and muscles, plus *Gel Hoff Equicare* specific for hoof protection.

Plus Equidol and *Power Equidol* can be used respectively before and after training, for the treatment of articulations and muscles. *Plus Equidol*, which combines arnica and witch-hazel, improves blood circulation and decongests skin and deep tissues: it must be applied before training to reduce wounds and related pain, preventing liquid accumulation and supporting muscular activity.

Power Equidol helps in case of contusion, strain, arthritis, when it is necessary to reduce swelling and pain. Arnica helps heal hematoma and control inflammation, reducing recovery time; menthol and eucalyptol refresh, decongest and remove pain while vegetable glycerol softens and moisturizes painful tissues.

In order to preserve hoof strong and resistant, besides protecting it from bacteria and fungi, *Gel Hoff Equicare* must be brushed on its sole. Chelated zinc and copper, combined with tea tree essential oil, propolis and calendula, increase the hardness of corneal layers, protecting the sole from rotting.

FOR TIDY SADDLE AND HARNESS

The line also includes two products that are a must-have for your horse-riding lovers: *Polishing Cleaner* with anti-dust effect allow to clean and keep leather and hide tidy; *Hide-nourisher* with carnauba wax and selected vegetable oil, is necessary to feed, soften and protect hide and leather, preserving their value and features.



Benessere e gusto per ogni cane

La linea *Oasy One Animal Protein* offre alimenti secchi e umidi con una sola fonte proteica animale, ideali anche per cani delicati e con particolari esigenze nutrizionali. Presto disponibile il nuovo gusto *Anatra*



Oasy Secco One Animal Protein rappresenta una gamma d'eccellenza, concepita per il proprietario di cani tuo cliente che ricerca prodotti di alta qualità che contengano una sola e specifica fonte di proteine animali.

L'alimentazione monoproteica, adatta a tutti i cani, è ideale anche per soggetti con specifiche esigenze nutrizionali, come quelle derivanti da intolleranze alimentari, sensibilità cutanea o intestinale.

Sempre più spesso un crescente numero di soggetti, non solo esemplari di razze più delicate quali ad esempio maltesi, bulldog francesi o labrador, manifestano fin da cuccioli sensibilità alimentari o sospette intolleranze: gli alimenti *One Animal Protein Oasy* offrono una scelta di alta qualità al giusto prezzo, per rispondere proprio a queste esigenze.

Come in tutti gli alimenti secchi Oasy, la carne fresca è il primo ingrediente di ogni formulazione, fondamentale per offrire il massimo in quanto a digeribilità, assimilazione dei nutrienti e gusto.

Trattata con l'esclusiva tecnologia *Fresh Meat Injection System*, mantiene l'eccellente valore biologico delle sue proteine, i grassi contengono meno radicali liberi e viene assicurata una migliore conservazione delle vitamine.

Proprietà nutrizionali, garanzia di benessere

In linea con la filosofia nutrizionale *Oasy* e per la massima leggibilità e trasparenza dell'etichetta, sul fronte del nuovo pack è ben specificato il totale dell'unica fonte di proteina animale di ciascun prodotto, pari al 48%. Sul retro della confezione sono invece indi-

cate le percentuali di ingredienti animali freschi, disidratati e idrolizzati, per un profilo nutrizionale ancora più completo. L'alto contenuto di ingredienti animali non solo favorisce la massima digeribilità anche in soggetti sensibili, ma permette di proporre alimenti altamente appetitosi. Tutti gli alimenti sono preparati con ingredienti accuratamente selezionati, senza glutine, OGM e soia e sono cruelty free, cioè non contemplano sperimentazione sugli animali.

Non solo carne: in composizione è presente anche riso, come fonte di carboidrati altamente di-



OASY è un marchio di:
WONDERFOOD SPA
Servizio Clienti
Numero Verde 800 555040
www.oasy.com
info@oasy.com



PAD. 30 - STAND C23-B22



geribili, e tutte le ricette sono integrate con ingredienti naturali benefici per supportare il sistema immunitario e favorire il benessere intestinale. Inoltre l'apporto bilanciato di acidi grassi Omega 6 e 3, nutrienti importanti per la rigenerazione del pelo e l'integrità della pelle, favorisce una cute sana e un mantello folto e brillante.

In arrivo il nuovo gusto Anatra per cani adulti

La varietà della gamma *One Animal Protein* da oggi si fa ancora più ampia: per cani adulti è in arrivo infatti il nuovo gusto Anatra, che andrà ad aggiungersi ai già apprezzatissimi gusti *Salmone, Agnello, Maiale, Coniglio e Cinghiale*. Gli alimenti per cuccioli sono invece disponibili nei gusti *Salmone e Agnello*. Ogni referenza è disponibile per cani di taglia Small/Mini e Medium/Large, per meglio rispondere alle diverse necessità.



Umidi *One Protein*, per un'offerta completa

Se la linea di alimenti secchi *One Animal Protein* è fra le gamme di punta dell'offerta *Oasy*, non poteva certo mancare in abbinamento una proposta di alimenti umidi monoproteici da proporre al cliente del tuo pet shop. I *Paté One Protein* sono alimenti completi con un elevatissimo contenuto di carne da una sola fonte animale. Disponibili sia per cuccioli che per cani adulti, in base alla taglia, sono ideali anche per soggetti con intolleranze alimentari, sensibilità cutanee o intestinali. Caratterizzati da una morbida consistenza e da un'altissima appetibilità, sono formulati senza cereali, glutine, OGM e soia. I *Paté One Protein Oasy* sono proposti, come la linea di alimenti secchi, nei gusti *Salmone, Agnello,*

WELL-BEING AND TASTE FOR ALL DOGS

Oasy One Animal Protein line offers dry and wet food with a single animal protein source, also suited for delicate dogs with special nutritional needs.
New *Duck* recipe available soon

Oasy Dry One Animal Protein is the excellency range dedicated to your customers, owners of dogs, looking for high-quality food with a single and specific animal protein source.

Single-protein nutrition is also suited for dogs with specific nutritional needs, such as food intolerances, skin or intestinal sensitivity.

An increasingly number of dogs suffer from food sensitivity or suspect intolerances since their youth: not only delicate breeds such as *Maltese, French Bouledogue or Labrador*. *One Animal Protein Oasy* offers the high-quality choice at the right price, to meet all needs.

Just like all dry *Oasy* recipes, fresh meat is the first ingredient: it is fundamental to guarantee the utmost digestibility, correct nutrient intake and flavour. Meat is treated with exclusive *Fresh Meat Injection System* technology: it preserves the excellent biological value of proteins, it ensures fats with less free radicals and better preservation of proteins.

NOURISHING FEATURES, WELL-BEING GUARANTEE

In line with *Oasy* nutritional philosophy, ensuring the utmost label transparency, the front of the new package clearly states the total amount of the single animal protein source for each recipe, 48%. On the back of the package, there are the percentages of fresh animal ingredients, dehydrated and hydrolysed to ensure a complete nutritional profile. Elevated percentage of animal ingredients not only supports digestibility for sensitive pets, but it also guarantees extremely palatable recipes. All recipes feature carefully selected ingredients, free from gluten, GMOs and soy; moreover they are cruelty free.

Not only meat: the formula also includes rice as source of digestible carbohydrates; all recipes are supplemented with natural ingredients supporting the immune system and the intestinal well-being. Moreover, balanced quantities of omega 3 and 6 fatty acids (important for fur regeneration and skin integrity), support a healthy skin and a thick and shiny coat.

NEW DUCK FLAVOUR FOR ADULT DOGS

The variety of *One Animal Protein* range is now broader: new *Duck* flavour for adult dogs will join the popular recipes *Salmon, Lamb, Pork, Rabbit* and *Wild Boar*. Recipes for puppies include *Salmon* and *Lamb*. Each recipe is available for Small/Mini and Medium/Large breeds, to meet all needs.

ONE PROTEIN WET FOOD FOR A COMPLETE OFFER

The line of dry food *One Animal Protein* is among the jewels of *Oasy* range: that is why the brand also offers a matching range of wet single-proteins recipe to your customers. *One Protein Paté* are complete recipes with elevated meat percentage from a single animal source. They are suited for both puppies and adult dogs according to breed. They are also suited for dogs with food intolerance, skin or intestinal sensitivity. Their feature a soft texture and an elevated palatability; moreover, they are free from cereals, gluten, GMOs and soy. Just like the matching dry range, *Oasy One Protein Paté* recipes include *Salmon, Lamb, Pork, Rabbit, Wild Boar* and soon new *Duck* recipe. Both *Puppy & Junior* and *Adult* recipe come in 200 and 400g sizes, to perfectly suit all breeds.

Maiale, Coniglio, Cinghiale e a breve sarà disponibile per il tuo negozio anche il nuovo gusto *Anatra*. Sia le referenze *Puppy & Junior* che le ricette *Adult* sono proposte nei due formati da 200 e 400 g, per un utilizzo ottimale in base alla taglia. (V.M.)



Sempre in salute

Per crescere sane, le tartarughe d'acqua dolce necessitano di una dieta specifica e bilanciata per ogni fase della loro vita



Anche per le tartarughe acquatiche - come per tutti gli ospiti di acquari, terrari e laghetti - la dieta è un fattore fondamentale per una buona salute e una crescita ottimale e va studiata su misura in base alle loro esigenze, che cambiano con l'età.

Molte tartarughe d'acqua sono onnivore: per questo motivo fai ben presente al tuo cliente che la loro alimentazione deve essere bilanciata, non eccessivamente proteica e in proporzioni differenti in base alla loro crescita.



Per giovani tartarughe

Nella prima fase della loro vita le tartarughe d'acqua necessitano di una percentuale superiore di proteine, grassi, carboidrati, calcio e magnesio, che andrà calando una volta adulte a favore di una dieta con una maggior percentuale di componenti vegetali.

Per le tartarughe giovani e in crescita PRODAC INTERNATIONAL propone TARTAFOD SMALL PELLETT, un alimento specifico in piccoli pellet composto da farine di pesce, molluschi e vegetali, un complesso vitaminico, grassi Omega 3 e 6. Trattandosi di una ricetta altamente proteica per tartarughe in crescita, TARTAFOD SMALL PELLETT può essere somministrato 4/5 volte al giorno, nella quantità di pochi pellet per ogni pasto.

In crescita, verso l'età adulta

Per le tartarughe che si affacciano all'età adulta è invece disponibile TARTAFOD PELLETT, un mangime completo in pellet di circa 6 mm composto da farine di pesce, molluschi, alghe e cereali. La sua ricetta è integrata con un complesso vitaminico (A, C, D3, E), grassi Omega 3 e 6 ed è altamente proteica, da somministrare 2/3 volte al giorno.



PRODAC INTERNATIONAL SRL
tel. 0495971677
www.prodac.it
info@prodac.it



PAD. 29 - STAND G24

In piena fase adulta, verso l'invecchiamento

Per soggetti adulti e in fase di invecchiamento PRODAC INTERNATIONAL propone TARTAFOD PELLETT ADULT, completando così la linea di alimenti in pellet con un mangime specifico per questa fase di vita dell'animale. In natura le tartarughe adulte d'acqua dolce si alimentano anche con vegetali o eventuali frutti che cadono in acqua o che trovano sulle rive dei fiumi, per questo motivo TARTAFOD PELLETT ADULT (da somministrare 2/3 volte al giorno) è composto da farine di pesce, germi di grano e frutta come mela e mirtillo, oltre alle vitamine A, C, D3, E e ai grassi Omega 3 e 6.

Le tartarughe d'acqua non smettono mai di crescere, una volta adulte la loro crescita è però molto rallentata, quindi non hanno più necessità di alimenti troppo proteici: ecco perché TARTAFOD PELLETT ADULT ha un valore proteico inferiore al 30%.

Per variare o integrare la loro dieta quotidiana

Tutti gli alimenti della linea TARTAFOD PELLETT possono essere alternati con PRODAC TARTAFOD, 100% gammarus di alta qualità, nel caso di tartarughe in crescita oppure con



PRODAC TARTAFOD BIG o PRODAC TARTAFOD FISH nel caso di tartarughe adulte.

Oltre ai classici alimenti in pellet è consigliato l'utilizzo di PRODAC TARTAVIT, un mangime complementare liquido che può essere somministrato sui pellet. PRODAC TARTAVIT accelera il processo di calcificazione del carapace e delle altre parti ossee, riattiva le funzioni vitali dopo il letargo e aiuta lo sviluppo delle giovani tartarughe. La ricetta contiene le vitamine A, C, D3 ed E.



Una gamma con tante referenze: valore aggiunto per il tuo negozio

Il periodo di vendita degli alimenti per tartarughe va da primavera inoltrata fino alla fine di ottobre, quando il loro metabolismo è al massimo e hanno necessità di alimentarsi con mangimi di alta qualità per soddisfare i loro consumi energetici e di crescita.

Per te negoziante è dunque importante esporre a scaffale un assortimento completo per soggetti in ogni fase d'età. A tutte le referenze della linea PRODAC TARTAFOD PELLET è bene affiancare anche prodotti naturali come gammarus, gamberetti grandi e pesci.

Il tuo cliente appassionato, che possiede una o più tartarughe, vuole di sicuro prendersene cura al meglio senza lesinare sulla loro alimentazione: proponigli l'assortimento completo di alimenti necessari alle esigenze d'età delle sue beniamine, assicurandoti ottime vendite e la sua soddisfazione.

Per informazioni contatta l'agente di zona o visita il sito www.prodac.it. (T.P.)



ALWAYS HEALTHY

To stay healthy, freshwater turtles need a specific and balanced diet for each life stage

Even for freshwater turtles- just like for all guests of aquaria, terrariums and ponds – diet is fundamental to ensure the correct health and growth. It must be customized after their needs, which change with age.

Several water turtles are omnivores: remind your customers that their nutrition must be balanced, not too rich in proteins and balanced after their growth.

FOR YOUNG TURTLES

During their first life stage, water turtles require extra proteins, fats, carbohydrates, calcium and magnesium: quantities will be reduced once adult, favouring a diet richer in vegetable ingredients.

For young and growing turtles, PRODAC INTERNATIONAL offers TARTAFOD SMALL PELLET, the specific food in small pellets including fish flours, molluscs and vegetables, a mix of vitamins, fats omega 3 and 6. Since it is a high-protein recipe for growing turtles, TARTAFOD SMALL PELLET can be fed 4/5 times per day, a few grains for each meal.

BECOMING ADULTS

For turtles becoming adult there is TARTAFOD PELLET, the complete 6mm pellet food with fish flours, molluscs, seaweed and cereals. The recipe is supplemented with a vitamin mix (A, C, D3, E), Omega 3 and 6 fatty acids and high protein percentages. It can be fed 2/3 times per day.

FULL ADULTHOOD, TOWARDS SENIOR AGE

For adult and ageing turtles, PRODAC INTERNATIONAL offers TARTAFOD PELLET ADULT, completing the line of pellet food with a specific recipe for this stage.

Freshwater turtles naturally feed on vegetables or fruit (fallen in the water or on the river banks); that is why TARTAFOD PELLET ADULT (feed 2/3 times per day) contains fish flours, wheat germs and fruit such as apple and cranberries, such as vitamins A, C, D3, E and Omega 3 and 6 fatty acids.

Freshwater turtles never stop growing; once adult, their growth is significantly slower and they do not need extra-protein food. That is why TARTAFOD PELLET ADULT protein intake is lower than 30%.

VARY OR SUPPLEMENT THEIR DAILY DIET

All TARTAFOD PELLET recipes can be alternated with PRODAC TARTAFOD for growing turtles, 100% high-quality Gammarus, or PRODAC TARTAFOD BIG 1 PRODAC TARTAFOD FISH for adult turtles. Besides traditional pellet food, it is recommended to use PRODAC TARTAVIT, the liquid complementary food that can be poured on pellet food. PRODAC TARTAVIT accelerates the calcification of turtles' shell and other skeletal parts; moreover, it reactivates the vital functions after hibernation and promotes the growth of young turtles. The recipe contains vitamins A, C, D3 and E.

A RANGE WITH PLENTY OF RECIPES: ADDED VALUE FOR YOUR SHOP

Sales of turtle food starts in spring until the end of October, when their metabolism is at its peak and they require high-quality food to meet their energy and growing needs.

For you retailers it is important to display the complete range of turtles throughout life stages. Besides PRODAC TARTAFOD PELLET products, it is recommended to display natural products such as Gammarus, large shrimps and fish.

Your aquatic-lover customers, owners of one or more turtles, want to take care of them at best, without saving on their diet: recommend the whole range of food dedicated to the needs of turtles, ensuring excellent sales and customers' satisfaction.

For information refer to your area representative or visit www.prodac.it.



Igiene a base di estratti naturali



La nuova gamma *Natural Line* di Vitakraft: shampoo, mousse e prodotti per l'igiene orale di cani e gatti

La nuova gamma *Natural Line* di Vitakraft propone una linea detergente di *Shampoo* e *Mousse* studiati appositamente per l'igiene del manto di cani e gatti e uno *Spray* e un *Collutorio* ideali per la loro igiene dentale quotidiana.



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



Tutte le proprietà naturali dei cereali

Gli *Shampoo* della linea *Natural Line* sono prodotti con oltre il 95% di ingredienti naturali. Grazie ai loro principi attivi, svolgono un'accurata e delicata azione detergente lasciando il manto del cane morbido, pulito e con un gradevole profumo.

Si tratta di prodotti che rispettano il naturale pH cutaneo dell'animale e non contengono SLS, SLES, PEG, parabeni, alcool, siliconi, allergeni né microplastiche a garanzia di alta qualità, sicurezza e naturalità.

Gli *Shampoo Natural Line* sono a base di estratto di riso ad azione idratante, emolliente e nutriente, ricco di amminoacidi essenziali utili alla sintesi del collagene, con proprietà antinfiammatorie e antiossidanti. Ogni formula è arricchita con un diverso cereale dalle proprietà specifiche:

- *Shampoo con avena*: con effetto idratante, emolliente e nutriente anche sulla cute più delicata. Favorisce la diminuzione di irritazioni, prurito e secchezza.
- *Shampoo con germe di grano*: dalle proprietà idratanti e rigeneranti della cute secca e arrossata. Favorisce l'elasticità della cute.
- *Shampoo con orzo*: ideale per la cute sensibile e secca, ha un effetto lenitivo e idratante. Esplica inoltre un'azione rinforzante grazie a clorofilla, vitamina C, antiossidanti e minerali.

Pelo morbido e pulito... anche senz'acqua

Grazie ai suoi principi attivi, lo *Shampoo-Mousse Schiuma a secco con avena* è ideale per la pulizia e l'igiene del manto di cani, gatti e cuccioli, perché non richiede l'utilizzo di acqua né risciacquo. Questo prodotto è appositamente studiato per una pulizia rapida e frequente del manto e lo rende morbido, lucido e pulito, lasciando un gradevole profumo floreale.

La *Schiuma a secco* rispetta il naturale pH cutaneo dell'animale e deterge rapidamente pelo e cute eliminando sporco, grasso e forfora. L'uso è indicato tutto l'anno, in particolar modo durante la stagione invernale.

Il prodotto è a base di estratto di riso. La formula è arricchita con estratto di avena dall'effetto lenitivo, emolliente e nutriente anche sulla cute più delicata e arrossata, perché favorisce la diminuzione di irritazioni, prurito e secchezza.



PAD. 29 - STAND D24



Per denti forti e gengive sane

La gamma *Natural Line* di Vitakraft propone inoltre i nuovi *Spray* e *Collutorio*, prodotti naturali ideali per garantire una corretta e indispensabile igiene orale quotidiana e contribuire a rinfrescare l'alito di cani e gatti del tuo cliente. Contengono Aloe vera dalle proprietà idratanti, antinfiammatorie ed emollienti e acqua distillata di salvia dalle proprietà purificanti e antisettiche e sono arricchiti con olio essenziale di menta piperita, che aiuta a combattere i batteri che causano l'alito cattivo.

Igiene della bocca garantita

Lo *Spray naturale* della linea *Natural Line* rinfresca la bocca, riduce l'alitosi e mantiene una corretta igiene orale quotidiana. Con più del 98% di ingredienti naturali, non contiene alcool né gas propellenti. L'utilizzo è molto semplice: basta tenere sollevate le labbra dell'animale e spruzzare direttamente sulla mucosa gengivale da 1 a 3 nebulizzazioni, a seconda della taglia del cane. Lo *Spray*, disponibile in confezione da 100 ml, va utilizzato 1 volta al giorno.



Il *Collutorio naturale* garantisce un alito fresco e favorisce una corretta e indispensabile igiene orale per cani e gatti. Basta semplicemente aggiungerlo all'acqua ogni volta che si riempie la ciotola, nella misura di 1 tappo/500 ml di acqua circa. Disponibile nella confezione da 500 ml, contiene più del 99% di ingredienti naturali.

Il *Collutorio naturale* garantisce un alito fresco e favorisce una corretta e indispensabile igiene orale per cani e gatti. Basta semplicemente aggiungerlo all'acqua ogni volta che si riempie la ciotola, nella misura di 1 tappo/500 ml di acqua circa. Disponibile nella confezione da 500 ml, contiene più del 99% di ingredienti naturali.

Più igiene e attenzione alla salvaguardia del pianeta

Inserisci subito la nuova gamma *Natural Line* nell'assortimento del tuo negozio. I tuoi clienti ne apprezzeranno le caratteristiche:

- tutti gli ingredienti che compongono le formulazioni non sono testati su animali;
- le formule non contengono SLS, SLES, PEG, parabeni, alcool, siliconi, allergeni e microplastiche;
- il packaging dei prodotti è sostenibile, realizzato con oltre il 30% di plastica riciclata. (I.P.)

HYGIENE WITH NATURAL EXTRACTS

New range *Natural Line* by Vitakraft: shampoo, mousse and products for the oral hygiene of cats and dogs

New *Natural Line* range by Vitakraft offers a cleansing line with *Shampoo* and *Mousse* specifically developed for the coat's hygiene of cats and dogs, besides a *Spray* and *Mouthwash* for their daily dental hygiene.

ALL NATURAL FEATURES OF CEREALS

Shampoos by *Natural Line* contain over 95% natural ingredients. Thanks to their active principles, they have an accurate and gentle cleansing effect, leaving the dog's coat clean, soft and scented.

They respect the skin natural pH and do not contain SLS, SLES, PEG, parabens, alcohol, silicones, allergens and microplastics: this ensure high quality, safety and naturalness.

Shampoo Natural Line main ingredient is rice extract: hydrating, soothing and nourishing, rich in essential amino acids (useful for collagen synthesis), with anti-inflammatory and anti-oxidating effects. Each formula contains a different cereal, with special effects:

- *Shampoo with oat*: hydrating, soothing and nourishing effect on delicate skin as well. It helps reduce irritation, itch and dry skin.
- *Shampoo with wheat germs*: hydrating and regenerating effect on dry and red skin. It supports skin elasticity.
- *Shampoo with barley*: suited for sensitive and dry skin, it has a soothing and hydrating effect. It also has a strengthening effect thanks to chlorophyll, vitamin C, antioxidants and minerals.

SOFT AND CLEAN FUR...EVEN WITHOUT WATER

Thanks to its active principles, *Shampoo-Mousse dry Foam with oat* is suited for the cleaning and hygiene of the coat of dogs, cats and young pets, because it does not need water or rinse. It is specifically suited for quick and frequent cleaning of the coat, leaving it soft, shiny and clean with a gentle floral scent.

Dry Mousse respects the natural skin pH and quickly cleans fur and skin, removing dirt, grease and dandruff. It is suited all-year long, especially during winter season.

It contains rice extract, supplemented oak extract: it is soothing, calming and nourishing on red and delicate skin as well, because it reduces irritation, itch and dryness.

STRONG TEETH AND HEALTHY GUMS

Natural Line range by Vitakraft also offers new *Spray* and *Mouthwash*, natural products suited for the correct and necessary daily oral hygiene, refreshing the breath of your customers' cats and dogs. They contain Aloe Vera (hydrating, anti-inflammatory and soothing) and distilled sage water (purifying and antiseptic); they are both supplemented with peppermint essential oil, which fights bacteria causing bad breath.

MOUTH HYGIENE GUARANTEED

Natural Spray by *Natural Line* refreshes the mouth, reduces bad breath and preserves the daily oral hygiene. With over 98% natural ingredients, it does not contain alcohol or propellants. It is easy to use: just lift the pet's lips and spray directly 1-3 times on the gingival mucosa, according to the dog's size. *Spray* comes in 100ml bottles and it must be used 1 time per day.

Natural Mouthwash ensures a fresh breath and the correct oral hygiene of cats and dogs. Just add it to the water each time you fill the bowl: 1 cap/500ml water. It comes in 500ml bottles and contains over 99% natural ingredients.

MORE HYGIENE AND ATTENTION TO EARTH PROTECTION

Introduce *Natural Line* range in your shop. Customers will love its features:

- all ingredients are not tested on animals;
- formulas are free from SLS, SLES, PEG, parabens, alcohol, silicones, allergens and microplastics;
- sustainable packaging, with over 30% recycled plastic.

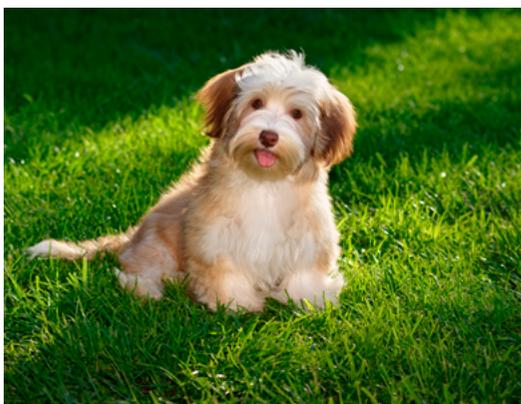


Gusto e salute anche per i cani di piccola taglia!

Happy Dog propone nuove ricette per il benessere dei più piccoli, adatte a ogni fase della loro vita



I cani di piccola taglia hanno esigenze nutrizionali particolari: hanno bisogno di alimenti più ricchi di energia e di sostanze nutritive rispetto a quelli studiati per i cani di grossa taglia. Oltre a ciò, necessitano anche di crocchette e snack di dimensioni adeguate rispetto alle loro mascelle, chiaramente più piccole. Ai tuoi clienti proprietari di cani di taglia mini, alla ricerca solo del meglio per le necessità e la salute dei loro piccoli amici, puoi proporre un alimento studiato appositamente per loro: *Happy Dog* ha infatti ampliato la propria gamma di prodotti per andare incontro alle esigenze anche dei cani mini con crocchette di piccole dimensioni adatte alla loro dentatura, sane, naturali, senza zuccheri aggiunti, coloranti o conservanti.



Happy Dog Natural Life Concept®

I prodotti naturali con proprietà salutari sono indispensabili per favorire un metabolismo ottimale e adeguato alla specie. Consapevole di ciò, *Happy Dog* ha studiato ricette contenenti - oltre all'ingrediente principale (carne o pesce) - componenti naturali come erbe, semi di lino o alghe e ha elaborato il cosiddetto "*Happy Dog Natural Life Concept®*", una combinazione perfetta di tutti i nutrienti fon-



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



PAD. 30 - STAND C54

damentali. In altri termini, grazie a *Happy Dog Natural Life Concept®* il tuo cliente garantirà al proprio amico a quattro zampe tutti i benefici necessari all'organismo in modo completo: da un sistema immunitario efficiente a un pelo sano.



HAPPY DOG
**NATURAL
LIFE CONCEPT®**

Per il loro benessere... in ogni fase di vita

La nuova gamma *Happy Dog Mini* propone alimenti adatti a ogni età, a partire dalla prima fase di vita, specialmente delicata e importante. In particolare, sono tre i prodotti *Mini Puppy* dedicati e studiati per soddisfare i fabbisogni di cuccioli e giovani cani mini, da 1 a 12 mesi di età: *Sensible Mini Puppy*, *NaturCroq® Mini Puppy* e *fit&vital Mini Puppy*.

Superati poi i 12 mesi di vita, si renderà necessario il passaggio a un prodotto per cani mini adulti: anche in questo caso *Happy Dog* offre una vasta scelta di alimenti che tengono in considerazione le specifiche esigenze, come età, razza, livello di attività e/o intolleranze alimentari.

Conquista la fiducia del cliente

Spiega al tuo cliente che ogni linea di prodotti *Happy Dog Mini* comprende un alimento per cuccioli e i relativi prodotti *Adult* abbinati. Dopo aver scelto il prodotto più adatto al proprio cucciolo, sarà per lui di facile intuizione il passaggio al prodotto di fase successiva.

Con la gamma *Happy Dog Mini* puoi fidelizzare il tuo cliente sin dall'inizio, assicurandoti vendite a lungo termine. La gamma di prodotti appositamente studiati per il benessere dei cani di piccola taglia si suddivide in tre differenti linee, al fine di garantire al cliente un'ampia scelta.



Per piccoli buongustai particolarmente sensibili

La linea *Happy Dog Mini Sensible* è stata sviluppata appositamente per cani di piccola taglia con sensibilità alimentari. Le ricette - senza cereali, senza grano e/o senza glutine - sono altamente digeribili, particolarmente gustose e caratterizzate da proteine animali esclusive



TASTE AND HEALTH FOR SMALL DOGS AS WELL!

Happy Dog offers new recipes for the well-being of small pets, for all life stages

Small dogs have special nutritional needs: they require food richer in energy and in nourishing substances, compared to food for large dogs. Moreover, the size of kibbles and treats must be adequate, since their jaws are smaller.

If your customers look for the best products dedicated to the needs and health of their little pet friends, you can recommend a range specifically developed for mini dogs: *Happy Dog* broadened its range of products to meet the needs of mini dogs, with small kibbles, healthy, natural, free from added sugar, colouring or preserving agents.

HAPPY DOG NATURAL LIFE CONCEPT®

Natural products with healthy effect are necessary to support an excellent metabolism, suited for the species. *Happy Dog* developed recipes containing a main ingredient (meat or fish) plus natural ingredients such as herbs, linseed or seaweed. Moreover, the brand developed the *Happy Dog Natural Life Concept®*, the perfect combination of all the fundamental nourishing substances. Thanks to *Happy Dog Natural Life Concept®*, your customers will provide pets with all the necessary beneficial substances for the organism: from an effective immune system to healthy fur.

FOR THEIR WELL-BEING...THROUGHOUT THEIR LIFE

New *Happy Dog Mini* range offers food suited for all age, starting from the first months, which are delicate and important. The line include three *Mini Puppy* products, for the needs of puppies and young dogs from 1 to 12 months: *Sensible Mini Puppy*, *NaturCroq® Mini Puppy* and *fit&vital Mini Puppy*.

After 12 months, it will be necessary to choose a product for adult mini dogs: in this case, *Happy Dog* offers a broad choice of food paying attention to their specific needs: age, breed, activity and/or intolerances.

GAIN CUSTOMERS' TRUST

Explain to your customers that each line of *Happy Dog Mini* includes a recipe for puppies and related *Adult* recipes. After choosing the most suited product for the puppy, it will be easy to shift to the next product for the next life stage.

With *Happy Dog Mini* range, you will gain customers' loyalty since the beginning, guaranteeing long-term sales. The range is divided into three different lines, to ensure a broad choice.

FOR SMALL AND SENSITIVE GOURMAND DOGS

Happy Dog Mini Sensible was specifically developed for small dogs with food sensitivity. Recipes - without cereals, grain and/or gluten - are extremely digestible, tasty and feature exclusive and quality animal proteins. Moreover, they do not contain artificial flavouring or preserving agents.



e di alta qualità. Inoltre non contengono coloranti, aromi o conservanti artificiali.

La linea propone ricette per cani mini adulti fino a 10 kg di peso, tra cui:

- *Sensible Mini Africa*, senza cereali, con struzzo come unica fonte proteica;
- *Sensible Mini Canada*, senza cereali, per cani sensibili e attivi;
- *Sensible Mini Toscana*, senza grano, con solo il 7,5% di grassi;
- *Sensible Mini Ireland*, senza grano, ideale per la cura di pelle e manto;
- *Sensible Mini Neuseeland*, senza grano, per il benessere di stomaco e intestino;
- *Sensible Mini Montana*, senza cereali, con cavallo come unica fonte proteica.

Gustose novità

All'interno della linea *Mini Sensible*, *Happy Dog* propone poi due importanti novità, una specifica per cuccioli mini e una per cani adulti mini:

- *Sensible Mini Puppy*: ricetta senza grano, per una crescita ottimale. Si tratta di un alimento completo per cuccioli di piccola taglia e giovani cani fino a 10 kg di peso da adulti, ideale da 4 settimane a 12 mesi;
- *Sensible Mini India*: ricetta vegetariana completa per cani adulti fino a 10 kg, normalmente attivi. Formula vegetariana ideale per la cura di pelle e pelo.



Per una vita attiva e felice

La linea *Happy Dog fit&vital Mini* annovera prodotti particolarmente equilibrati, contenenti cinque fonti proteiche di alta qualità: salmone, pesce di mare, uova, agnello e pollame. Le quattro gustose varietà coprono tutte le fasi di vita del piccolo amico a quattro zampe del tuo cliente, dal cucciolo all'anziano. Le ricette sono senza grano, per un'eccellente digeribilità, supportano il sistema immunitario, le articolazioni, e presentano una bilanciata varietà di proteine.

Ecco le 4 referenze tra cui il tuo cliente può scegliere:

- *fit&vital Mini Puppy*, ali-



The line offers recipes for adult mini dogs up to 10kg, including:

- *Sensible Mini Africa*, cereal free, with ostrich as protein source;
- *Sensible Mini Canada*, cereal free, for sensitive and active dogs;
- *Sensible Mini Toscana*, grain free, with only 7.5% fats;
- *Sensible Mini Ireland*, grain free, suited for the care of skin and coat;
- *Sensible Mini Neuseeland*, grain free, for the well-being of stomach and intestine;
- *Sensible Mini Montana*, cereal free, with horse as single protein source.

TASTY NEWS

Happy Dog presents two new products in *Mini Sensible* line, one for mini puppies and one for adult mini dogs:

- *Sensible Mini Puppy*: grain free recipe for the correct growth. It is the complete food for small young dogs up to 10kg, from 4 weeks to 12 months;
- *Sensible Mini India*: complete vegetarian recipe for adults up to 10kg, with normal activity. Vegetarian formula suited for the care of skin and fur.

FOR AND ACTIVE AND HAPPY LIFE

Happy Dog fit&vital Mini line includes balanced products, with five top-quality protein sources: salmon, sea fish, eggs, lamb and poultry. The four tasty recipes cover all life stages of mini dogs, from puppy to senior age. Recipes are grain free to ensure digestibility; moreover, they support the immune system and joints, besides offering a balanced range of proteins.

Here are the four recipes:

- *fit&vital Mini Puppy*, complete food for small puppies and young mini dogs, from 4 weeks to 12 months, which promotes a healthy growth and supports the immune system;
- *fit&vital Mini Adult*, complete food for adult dogs up to 10kg, with normal activity, perfect for skin and fur, ensuring an extremely digestible protein variety;
- *fit&vital Mini Light*, complete food for mini adult dogs up to 10kg, grain free with 40% less fats;
- *fit&vital Mini Senior*, complete food for senior mini dogs up to 10kg, grain free recipes supporting articulations.

NEW...FOR YOUNG AND ADULT MINI DOGS

New line *Happy Dog NaturCroq® Mini* is dedicated to all nature lovers. Up to 80% ingredients come from local Bavarian farms: poultry, beef and different types of cereals. All recipes – without artificial colouring, flavouring or preserving agents – are seasoned with a selection of fine local herbs such as green oak, parsley and watercress.

The line includes 3 recipes:

- *NaturCroq® Mini Puppy*, complete recipe for small puppies and young dogs up to 10kg, from 4 weeks to 12 months. It supports the well-being of stomach and intestine, with 78% of animal proteins (compared to global proteins);
- *NaturCroq® Mini Salmon & Rice*, complete food for adult dogs up to 10kg, with normal activity, perfect for skin and fur, with fine local herbs. With salmon and rice;



mento completo per cuccioli di piccola taglia e cani giovani, da 4 settimane a 12 mesi di vita, che promuove una crescita sana supportando il sistema immunitario;

- *fit&vital Mini Adult*, alimento completo per cani adulti fino a 10 kg, normalmente attivi, ideale per pelle e pelo, con una varietà proteica altamente digeribile;
- *fit&vital Mini Light*, alimento completo per cani mini adulti fino a 10 kg di peso, ricetta senza grano con il 40% di grassi in meno;
- *fit&vital Mini Senior*, alimento completo per cani mini anziani fino a 10 kg di peso, ricetta senza grano che supporta le articolazioni.



Novità in arrivo... per mini piccoli e adulti

La nuova linea *Happy Dog NaturCroq® Mini* è dedicata a tutti gli amanti della natura. Fino all'80% degli ingredienti provengono infatti da aziende agricole locali bavaresi: pollame, manzo e diverse varietà di cereali. Tutte le ricette - senza coloranti, aromi o conservanti artificiali - vengono insaporite da una selezione di preziose erbe locali come avena verde, prezzemolo e crescione.



La linea propone 3 referenze:

- *NaturCroq® Mini Puppy*, ricetta completa per cuccioli di piccola taglia e cani giovani fino a 10 kg di peso da adulto, ideale da 4 settimane a 12 mesi, studiata per il benessere di stomaco e intestino, con il 78% di proteine animali (rapportato alle proteine totali);
- *NaturCroq® Mini Salmon & Rice*, alimento

- *NaturCroq® Mini Lamb & Rice*, complete food for adult dogs up to 10kg, with normal activity, perfect for skin and fur, with fine local herbs. With lamb and rice.

NEW TASTY TREATS

New line *Happy Dog NaturCroq® Mini* also includes three delicious treat recipes for mini dogs, easy to break and suited for their small jaws.

- *NaturCroq® Mini Snack Puppy*, complementary food with *Chicken* for young dogs over 6 weeks, up to 10kg;
- *NaturCroq® Mini Snack Lamb & Rice*, complementary food with *Lamb*, for adult dogs up to 10kg;
- *NaturCroq® Mini Snack Salmon & Rice*, complementary food with *Salmon*, for adult dogs up to 10kg;

completo per cani adulti fino a 10 kg normalmente attivi, ideale per la cura di cute e manto, arricchito con preziose erbe locali. A base di salmone e riso;

- *NaturCroq® Mini Lamb & Rice*, ricetta completa per cani adulti fino a 10 kg di peso, normalmente attivi, ideale per soggetti mini particolarmente sensibili, arricchita con preziose erbe locali. A base di agnello e riso.

Nuovi spuntini golosi anche per loro

A completamento della gamma, la nuova linea *Happy Dog NaturCroq® Mini* propone anche 3 deliziose ricette di snack per cani mini, facili da rompere, ideali per le loro mascelle dalle dimensioni inferiori.

- *NaturCroq® Mini Snack Puppy*, alimento complementare al gusto *Pollo* per cani giovani a partire dalle 6 settimane di vita, fino a 10 kg di peso da adulto;
- *NaturCroq® Mini Snack Lamb & Rice*, alimento complementare al gusto *Agnello*, per cani adulti fino a 10 kg;
- *NaturCroq® Mini Snack Salmon & Rice*, alimento complementare al gusto *Salmone* per cani adulti fino a 10 kg. (G.P.)



Proponi solo il meglio

Mister Pet punta a una nuova era di innovazione e cambiamento basata su tecnologia digitale, sistemi operativi e ricerca scientifica



“È l’investimento nell’innovazione la chiave di volta per la crescita, per essere sempre più competitivi sui mercati mondiali”, ecco cosa sostiene fortemente Enzo Gambarelli, fondatore e titolare di Mister Pet. E ribadisce: “La pandemia prima e la guerra Russo-Ucraina poi, hanno determinato in ciascuna azienda una capacità di cambiamento. In questi anni abbiamo investito molto in tecnologia, migliorando e puntando sulla qualità del servizio e sull’eccellenza del prodotto, piuttosto che sul prezzo. Perché occorre avere il coraggio di investire anche nei momenti difficili”.



Enzo Gambarelli, titolare/company owner

Sviluppare nuove ricette di altissima qualità

La pianificazione di una strategia a lungo termine basata sull’innovazione e le ultime tecnologie adottate dall’industria del pet food offrono un’immagine chiara e positiva della capacità dell’azienda di rimanere al passo con i trend di mercato e di adattarsi al cambiamento, sia tecnologico sia culturale.



Daniele Gambarelli

MISTERPET



MISTER PET SPA
tel. 0521340323
fax 0521340321
www.misterpetsrl.com/it/
info@misterpetsrl.com



PAD. 30 - STAND C77-C81

Grazie anche alle tecnologie digitali oggi è molto più semplice conoscere i propri clienti e favorire una relazione personalizzata, che porti alla fidelizzazione nel lungo periodo: Mister Pet, con il nuovo sito operativo e i nuovi uffici all’avanguardia, sta implementando avanzati sistemi di ammodernamento dei propri processi produttivi e digitali. Per una realtà sempre più “virtuosa” dal punto di vista economico-finanziario, Mister Pet nella sua splendida e unica Food Valley continua a stimolare e puntare sull’innovazione, favorendo sempre più l’interazione con il mondo della ricerca scientifica e universitaria e operando in modo innovativo nello sviluppo di nuove ricette di altissima qualità. Tutto ciò si concretizza “ispirando” i propri partner internazionali e gli amanti degli amici a quattro zampe e sostenendo una continua crescita anche grazie all’utilizzo della tecnologia di ultima generazione. Nel nuovo impianto di produzione, appena inaugurato, è presente il Thermal Twin Wenger, una sistema di estrusione tra i più avanzati, che rappresenta una chiave fondamentale del futuro economico e sociale dell’azienda.

Risultati e premi sul campo

Un percorso d’innovazione e crescita che viene supportato dai risultati raggiunti, che si traducono in una continua espansione inter-



nazionale verso oltre 55 Paesi nel mondo, tra cui Sudafrica e Canada, tra gli ultimi arrivati nella famiglia Mister Pet. Mercati molto difficili da conquistare, che solo l'impareggiabile unicità di ricette di alta qualità e un processo produttivo tra i più unici al mondo ha reso possibile.

I risultati si concretizzano anche nell'ambito del mercato italiano con l'ennesimo premio vinto, per il terzo anno consecutivo: si tratta dei *Quality Awards 2023*, a ulteriore testimonianza di un lungo percorso di innovazione e qualità nel settore pet food, con due tra i più prestigiosi marchi di alta qualità, *Primordial Grain Free Cane & Gatto* e *Vivere Low Grain Cane*.



I prestigiosi Quality Award 2023 sono stati

assegnati ai due brand con un punteggio eccezionale sui test di laboratorio, e soprattutto con il gradimento del 100% di un ampio campione di consumatori selezionato da Consumer Test. *Primordial Grain Free Cane & Gatto* è stato ancora una volta molto apprezzato anche dai veterinari e insignito del logo "Approvato dai Veterinari", anche in questo caso per il terzo anno consecutivo.



Vivere
by Mister Pet

Mister Pet a Zoomark

Mister Pet come sempre conferma la sua presenza a Bologna, in occasione dell'edizione 2023 di *Zoomark International*: pad. 30, stand C77-C81. L'azienda accoglierà nel proprio bellissimo stand tutti i suoi partner nazionali e internazionali, e i nuovi potenziali clienti. (G.A.)

RECOMMEND ONLY THE BEST

Mister Pet focuses on a new era of innovation and change, based on digital technology, operating systems and scientific research

"Investment in innovation is the keystone for growth, to always stay competitive in world markets", this is what Enzo Gambarelli, Mister Pet founder and owner, strongly believes. He underlined that "The pandemic emergency at first and the Russia-Ukraine war later on lead to a changing skill in each company. In these years we invested a lot on technology, improving and focusing on the quality of service and the excellence of product, rather than on price. Because it is necessary to be brave and invest in hard times as well".

DEVELOPING NEW AND HIGH-QUALITY RECIPES

Planning a long-term strategy based on innovation and on the latest technologies in the pet food industry reflects a clear and positive image of a company capable to stay updated on market trends, and even to adapt to technological and cultural change.

Thanks to modern digital technologies, it is easier to know your customers and to establish a customized relationship leading to customer loyalty in the long term: thanks to the new web site and new modern offices, Mister Pet is implementing advanced modernization systems in its manufacturing and digital processes.

As an increasingly "virtuous" company in financial-economic terms, Mister Pet continues to stimulate and focus on innovation in the wonderful and unique Food Valley, increasingly supporting interaction with the world of scientific and university research, developing innovative high-quality recipes. This "inspires" its international partners and pet lovers, besides supporting a constant growth also thanks to last-generation technology. The new and recently inaugurated plant hosts Thermal Twin Wenger, one of the most advanced extrusion systems: it is a fundamental key for the company's economic and social future.

RESULTS AND REWARD IN THE FIELD

The innovation and growth path is supported by results: constant international expansion in over 55 countries worldwide, including South Africa and Canada (the latest news in Mister Pet Family). These markets are hard to conquer: only high-quality recipes plus one of the most unique manufacturing processes made it possible.

One more proof of the success on the Italian market is the award won for the third consecutive year: *Quality Awards 2023* acknowledged the long path of innovation and quality in the pet food sector, with one of the finest high-quality brands, *Primordial Grain Free Cats & Dogs* and *Vivere Low Grain Dog*. *Quality Award 2023* were handed to the two brands with an exceptional score on laboratory tests, besides 100% appreciation of a broad sample of customers selected by Consumer Test. Once again, *Primordial Grain Free Cats & Dogs* was also appreciated by veterinarians and received the "Veterinary Approved" logo for the third consecutive year.

MISTER PET AT ZOOMARK

As usual, Mister Pet confirms its participation in Bologna, during *Zoomark International 2023*: Hall 30, stand C77-C81. The company will welcome all the national and international partners, together with new potential customers, in its amazing stand.



Innovare, rinnovare, sorprendere

**Schesir ti aspetta a Zoomark con novità esclusive:
la qualità di sempre, basata su una filosofia
nutrizionale orientata ai veri bisogni del pet**



Da oltre 20 anni Schesir è uno dei principali leader nel settore dell'alimentazione umida complementare per gatti. Forte della sua posizione nel canale specializzato, e grazie anche alla sempre maggiore fiducia nel brand da parte dei consumatori, Schesir vuole creare basi ancora più solide e innovative per contribuire alla crescita dell'intero comparto dell'umido gatto. Mercato che negli ultimi anni ha visto aumentare il numero di prodotti nel segmento del complementare, ma senza vere e proprie innovazioni.

Come negoziante sempre alla ricerca del meglio per il tuo cliente, pet owner attento al benessere del proprio gatto, non perderti la presentazione delle novità esclusive Schesir, che apriranno una nuova strada all'interno della categoria umido gatto, con nuove formulazioni e texture ma una grande conferma: l'utilizzo di ricette poco processate.

schèsir®

Al centro... il gatto e le sue esigenze

L'innovazione di Schesir partirà proprio dai punti di forza del suo prodotto, rigorosamente a base di ingredienti di alta qualità e minimamente processati, con in più una maturata attenzione rivolta all'aspetto nutrizionale, mettendo il gatto e le sue peculiari esigenze fisiologiche e di alimentazione al centro della sua strategia, che sarà sempre di più basata su 3 pilastri fondamentali:

- Elevato apporto di proteine di qualità

Solo proteine animali da vere carni e vero pesce: gli ingredienti che ogni gatto si procurerebbe in natura, accuratamente selezionati.

- Il benessere dell'idratazione

Il gatto per istinto beve poco, perché in natura assumerebbe acqua direttamente dalle prede: Schesir apporta l'idratazione di cui ha bisogno.

- Gusto e varietà

Un'ampia varietà di ricette e consistenze diverse, per soddisfare le esigenze di tutti i gatti, anche i più difficili da accontentare.

Ma non solo: l'approccio del brand sarà arricchito da una crescente e

whitebridge
pet brands  **WHITEBRIDGE
PET BRANDS**
www.schesir.com




PAD. 30 - STAND C74-D75



mirata attenzione alle formulazioni, che saranno davvero “a misura di gatto”, sia dal punto di vista della fisiologia - e quindi dei bisogni alimentari del piccolo felino - sia considerando le peculiari esigenze del singolo soggetto (in base a età e caratteristiche), con un occhio di riguardo alla varietà di gusti e texture, in modo da soddisfare proprio tutti i gatti, sotto ogni aspetto.



Novità tout court

Con *Schesir* avrai la possibilità di proporre al tuo cliente, anche il più esigente, ricette innovative dal punto di vista nutrizionale, nuovi ingredienti di qualità con varietà di proteine animali, e nuove e interessanti consistenze, per accontentare tutti i palati, sempre pensando alla migliore scelta in termini di alimentazione per il gatto.

I prossimi lanci, e anche l'intera filosofia del brand, saranno fortemente focalizzati sull'aspetto nutrizionale e sia l'offerta di prodotto che la nuova immagine *Schesir* saranno connotati da interessanti elementi di differenziazione rispetto alla gamma attuale e a tutto il segmento.

Non perderti dunque la rivoluzione *Schesir* che ti aspetta a Zoomark, pad. 30, stand C74-D75. (G.A.)

INNOVATE, RENEW, AMAZE

Schesir is waiting for you at Zoomark with exclusive news: the same quality, based on nutritional features oriented towards the real needs of pets

For over 20 years, *Schesir* has been one of the main leaders in complementary wet nutrition for cats. Thanks to its position in the specialist channel, and to the increasing faith of customers in the brand, *Schesir* aims at becoming increasingly stronger and innovative to support the growth of the whole cat wet food sector. During the latest years, the number of products in the complementary segment has increased without real innovation.

As retailer, you are looking for the best for your customers, who are very attentive to the well-being of their cat: do not miss the presentation of *Schesir* exclusive news, which will open a new path in the cat wet segment, with new formula and texture but little processed recipes.

FOCUS ON...CATS AND THEIR NEEDS

Schesir innovation will start from the points of strength of its products: they are made of high-quality ingredients that undergo little processing, with special attention to the nutritional features, and focus on cats and their specific nutritional and physiological needs. The company's strategy always focuses on 3 fundamental pillars:

- Elevated intake of quality proteins

Only animal proteins from real meat and fish: carefully selected ingredients that cats would find in nature.

- Well-being from hydration

Cats do not naturally drink much, because they usually ingest water directly from preys: *Schesir* guarantees the necessary hydration.

- Flavour and variety

A broad variety of recipes and textures, to please all cats, including demanding ones.

Moreover, the brand's approach will include special attention to formulas, which will be “customized after cats” both in terms of physiology (thus the nutritional needs of pets) and in terms of the special needs of each cat (after age and features), paying special attention to the variety of flavours and textures, to completely meet the needs of all cats.

NEWS TOUT COURT

With *Schesir*, you will be able to guarantee to customers, even the most demanding ones, nutritionally innovative recipes, new quality ingredients with a variety of animal proteins and new and interesting textures to please all preferences, still focusing on the best nutritional choice for cats.

The next product launches, just like the whole brand philosophy, will be strongly focused on the nutritional approach and both product offer and *Schesir* new image will be different compared to the current trend and the whole segment.

Do not miss *Schesir* revolution, waiting for you at Zoomark, Hall 30, stand C74-D75.



Per crescerli al meglio

Quando in famiglia arrivano un cucciolo o un gattino è importante consigliare la dieta ideale per una crescita sana



L'arrivo di un cucciolo è sempre un evento speciale: spesso la realizzazione di un sogno, il culmine di una decisione e di scelte maturate da tempo. I preparativi sono tanti e anche se il giorno dell'arrivo è sicuramente il più importante, ci sono molte cose alle quali il tuo cliente deve pensare prima di quel momento.

Una dieta mirata

Scegliere la giusta alimentazione per il cucciolo e il gattino è fondamentale per garantire loro una crescita sana ed equilibrata che favorirà una vita felice.

Normalmente durante le prime settimane di vita il piccolo pet si nutre con l'alimento più importante: il latte materno. Ma una volta a casa del tuo cliente, avrà già intrapreso il percorso di svezzamento: è necessario dunque scegliere la sua nuova dieta e tu negoziante devi essere in grado di consigliare al meglio. Se si decide per un cambio di alimentazione è importante suggerire al cliente un passaggio graduale da un prodotto all'altro per evitare che il cucciolo o il gattino vadano in diarrea, non perché il nuovo alimento non sia adatto o di ottima qualità, ma semplicemente perché l'organismo del piccolo non è stato abituato ad assimilare i nuovi ingredienti.

Ecco le ricette delle linee *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* e *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula* formulate in modo specifico per la dieta di cuccioli e gattini, che puoi consigliare al tuo cliente.

Ricette specifiche per il loro benessere

- *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain Puppy* è un alimento fisiologico completo e bilanciato per cuccioli, formulato con una sola fonte proteica animale disidratata, per una ricetta chiara ed essenziale con un solo cereale nobile di alta qualità: il riso. È integrato con beta-glucani per favori-


Dorado®

DORADO SRL
tel. 0426.59140
fax 0426.308158
www.exclusion.it
infoservice@exclusion.it



re la crescita ideale del cucciolo, preservato con antiossidanti naturali e senza frumento, soia e mais aggiunti. È inoltre realizzato con un'innovativa ricetta di superfood della tradizione mediterranea (olio di oliva e canapa) e disponibile sia nella versione secca specifica



per taglia (Small, Medium o Large Breed) al gusto Pollo, Manzo o Tonno, che nella versione umida *All Breeds al Pollo*.

- *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain Kitten* è un alimento fisiologico



completo e bilanciato per gattini, con una sola fonte proteica animale disidratata, per una ricetta chiara ed essenziale, e riso come unico cereale nobile di alta qualità. La specifica formulazione, con antiossidanti naturali, favorisce l'accrescimento ideale del gattino e aiuta il buon funzionamento delle vie urinarie. È realizzata con un'innovativa ricetta con superfood della tradizione mediterranea e disponibile sia nella versione secca che umida, entrambe al gusto Pollo.

- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula - Hypoallergenic Puppy All Breeds* è un alimento dietetico monoproteico realizzato con un'unica fonte alternativa di proteine animali, ingredienti innovativi e preservato con tocoferoli naturali. La sua formula a numero limitato di ingredienti è la risposta nutrizionale ideale a disposizione del Medico Veterinario come supporto nutrizionale per cuccioli con intolleranze alimentari. Disponibile sia nella versione secca che nella versione umida, al gusto Maiale & Piselli.



- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula - Intestinal Puppy All Breeds* è un alimento dietetico con formulazione monoproteica, realizzato con un'unica fonte alternativa di proteine animali, ingredienti innovativi e preservato con tocoferoli naturali. La sua formula specifica è la risposta nutrizionale ideale a di-



HELP THEM GROW AT BEST

When a puppy or a kitten enters the family it is important to recommend the right diet for a healthy growth

A new puppy or kitten is always a special event: often a dream coming true, the result of a long-thought decision. Plenty of preparation is required: even though the day of the arrival is definitely the most important, there are many things your customers must get ready before that day.

SPECIFIC DIET

Choosing the right diet for puppies and kitten is fundamental to ensure their healthy and balanced growth and support a happy life.

Usually, during their first weeks, newborn pets feed on mother milk. Once they enter your customers' house, they have already started weaning: it is necessary to choose their new diet. As retailers, you must suggest the right food. If a change in the diet is required, recommend customers to shift gradually from one product to another: even though the new product is perfectly suited, the pet's organism is not used to new ingredients yet and risks to suffer from diarrhoea.

Here come the recipes from *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* and *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula* lines, specifically developed for the diet of puppies and kittens. You can recommend them to your customers to grow them at best.

SPECIFIC RECIPES FOR THEIR WELL-BEING

- *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain Puppy* is the complete and balanced food for puppies, featuring a single dehydrated animal protein source: a clear and essential recipe with only one noble and high-quality cereal, rice. It is supplemented with beta-glucans to support the correct growth of puppies, preserved with natural antioxidants and no added wheat, soy and corn. Moreover, it is supplemented with an innovative superfood recipe from Mediterranean tradition (olive and hemp oil). It is available as dry recipe for each size (Small, Medium or Large Breed) with *Chicken, Beef or Tuna*, as well as wet recipe All Breeds with *Chicken*.

- *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain Kitten* is the complete and balanced food for kittens, featuring a single dehydrated animal protein source: a clear and essential recipe with only one noble and high-quality cereal, rice. The specific formula with natural antioxidants support the ideal growth of kittens and the correct operating of the urinary tract. Moreover, it is supplemented with an innovative superfood recipe from Mediterranean tradition and includes dry and wet recipes, both with *Chicken*.

- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula - Hypoallergenic Puppy All Breeds* is the single-protein dietary food featuring a single alternative source of animal proteins, innovative ingredients and natural tocopherols as preservatives. Its formula with limited number of ingredients is the perfect nutritional solution for veterinarians, to support puppies with food intolerances. It comes in both dry and wet recipes, with *Pork & Peas*.

- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula - Intestinal Puppy All Breeds* is the dietary food with a single alternative source of animal proteins, innovative ingredients and natural tocopherols as preservatives. Its specific formula is the perfect nutritional solution for veterinarians, to support puppies suffering from gastrointestinal problems, bad digestion and bad absorption. It comes in both dry and wet recipes, with *Pork & Rice*.

sposizione del Veterinario come supporto nutrizionale per cuccioli con disturbi gastrointestinali, maldigestione e malassorbimento. È disponibile sia nella versione secca che nella versione umida, al gusto Maiale & Riso. (M.A.)



Pet Vision Awards: grande novità a Zoomark

In occasione di Zoomark 2023 verranno premiati per la prima volta con i Pet Vision Awards i prodotti e i servizi pet più innovativi

Da ormai venti edizioni *Zoomark* si distingue per l'attenzione all'innovazione e ai megatrend del settore degli animali da compagnia. Ma quest'anno la fiera internazionale del pet food e del pet care, che si svolgerà a Bologna-Fiere dal 15 al 17 maggio, ha deciso di valorizzare ulteriormente le macro tendenze che caratterizzano l'intero comparto con una novità: i *Pet Vision Awards*.

Innovazione nell'area Pet Vision: i megatrend nel mercato pet food e pet care

Oggi il successo commerciale di un brand è sempre più legato alla sua capacità di cogliere, o addirittura anticipare, i trend del mercato e quindi di plasmare le proprie scelte assortimentali in funzione delle nuove preferenze dei consumatori.

Seguire attentamente le grandi tendenze che influenzano il mercato di riferimento anche a livello internazionale e che spesso riflettono cambiamenti economici e sociali è, dunque, fondamentale per tutti gli operatori di un settore dinamico e vivace come quello degli animali d'affezione. In tal senso, *Zoomark* rappresenta un appuntamento imperdibile sia in quanto rampa di lancio per prodotti originali e innovativi, che come location ideale per l'aggiornamento e la conoscenza.

Come per ogni edizione passata di *Zoomark*, anche quest'anno all'interno dell'area *Pet Vision* (padiglione 16) sarà possibile scoprire le ultime novità degli espositori presenti in fiera, ovvero quelle lanciate nel corso degli ultimi mesi.

Queste novità saranno raggruppate in base a cinque tra i principali megatrend del mercato, ovvero:

- **Value for money:** prodotti e servizi che garantiscono un elevato rapporto qualità-prezzo,



Segui le indicazioni che trovi su www.zoomark.it e inserisci il codice **ZBF24ZMPTT** per generare quanti biglietti ingresso omaggio desideri

Follow the instructions on www.zoomark.it and enter the code **ZBF24ZMPTT** to generate as many free tickets as you need

aiutando i consumatori in un periodo di forte spinta inflazionistica, senza al contempo penalizzare la loro brand experience;

- **Green transition:** prodotti e servizi che si distinguono per le proprie caratteristiche di sostenibilità ambientale e di responsabilità sociale;
- **Healthy & functional:** prodotti e servizi destinati all'ambito salutistico e funzionale, studiati per rispondere a specifici bisogni e funzionalità;
- **Tailor-made:** prodotti e servizi su misura, contraddistinti da un alto livello di specializzazione e personalizzazione, per soddisfare le esigenze particolari dei pet e delle loro famiglie;
- **Spoil me more:** prodotti e servizi connotati da un elevato contenuto voluttuario, per coccolare i pet con speciali attenzioni.

Pet Vision Awards: il 16 maggio la premiazione

Questa edizione di *Zoomark* propone, inoltre, per la prima volta i *Pet Vision Awards*. Attra-



verso una giuria internazionale di qualità, costituita da personalità indipendenti del giornalismo, della distribuzione e del mondo veterinario, il concorso premierà i prodotti più innovativi tra tutti quelli appartenenti alle cinque categorie esposte nell'area *Pet Vision*, quindi rappresentativi dei megatrend.

La competizione punta a valorizzare, nell'ambito della filiera del pet food e del pet care, i prodotti e i servizi più capaci di interpretare o di anticipare i maggiori trend di mercato, grazie al loro alto contenuto di innovazione, tecnologia, creatività, funzionalità, sostenibilità.

La giuria assegnerà i *Pet Vision Awards* ai primi tre classificati in ciascuna delle cinque categorie. La cerimonia di assegnazione dei premi si terrà nell'area *Pet Vision* nel corso del secondo giorno di svolgimento del Salone, martedì 16 maggio.



Edizione zero: il regolamento dei *Pet Vision Awards*

Una nota degli organizzatori specifica che alla prima edizione dei *Pet Vision Awards* potranno partecipare tutti gli espositori di *Zoomark 2023*, candidando entro il 15 aprile i prodotti e i servizi registrati all'area *Pet Vision* che rappresentino, per contenuti, concept e qualità, delle valide risposte alle nuove domande del mercato e ne anticipino le tendenze grazie a una particolare capacità di innovazione di prodotto e/o di processo o a una nuova tecnologia, basata su un sostenuto e continuativo impegno in attività di R&S. Un'autorevole giuria internazionale valuterà, poi, i prodotti in gara che, per aggiudicarsi il premio, dovranno essere coerenti con il trend di riferimento.

Per partecipare, gli espositori dovranno preparare un dossier di presentazione. Per ciascuna azienda sarà ammessa un'unica candidatura di prodotto o servizio per categoria merceologica, purché tali prodotti e servizi appartengano a trend differenti. (M.P.)

PET VISION AWARDS: GREAT NEWS AT ZOOMARK

During *Zoomark 2023*, the most innovative products and services will be awarded for the first time with *Pet Vision Awards*

For over 20 editions, *Zoomark* has been standing out in terms of attention to innovation and to megatrends in the pet sector. This time, the international exhibition of pet food and pet care products and services (BolognaFiere, 15-17 May) chose to further underline the macro-trends of the whole sector with *Pet Vision Awards*.

INNOVATION IN THE *PET VISION* AREA: MEGATRENDS IN THE PET FOOD AND PET CARE MARKET

The commercial success of a brand is increasingly related to its ability to understand, or even anticipate, market trends: a brand capable to adapt its range to the new preferences of customers.

Being attentive to the large trends affecting the market (even worldwide), which often reflect economic and social changes, is therefore fundamental for those who work in such a dynamic and lively sector. In this scenario, *Zoomark* is an unmissable event: it is launching pad for original and innovative products, as well as the perfect location to receive updates and learn.

Just like all the past editions of *Zoomark*, it will be possible once again to unveil the latest news of attending exhibitors in the *Pet Vision* area (hall 16); there will be the new products and services launched during the past months.

They will be divided after five among the main market megatrends:

- **Value for money:** products and services featuring an elevated price-quality ratio, which support customers in a period of inflationary pressure without penalising their brand experience;
- **Green transition:** products and services supporting environmental sustainability and social responsibility;
- **Healthy & functional:** products and services dedicated to the health and functional sector, complying with specific needs and functionalities;
- **Tailor-made:** custom-made products and services, featuring an elevated specialization and customization level, to meet all the special needs of pets and their families;
- **Spoil me more:** luxury products and services to cuddle pets with special attentions.

PET VISION AWARDS: PRESENTATION ON 16TH MAY

This year *Zoomark* presents the *Pet Vision Awards* for the first time. An international quality panel, including journalists and experts from distribution and the veterinary sector, will award the most innovative products among those present in the *Pet Vision* area, which represent the megatrends.

The competition aims at underlining products and services capable to understand or anticipate the largest trends of the market, thanks to elevated percentage of innovation, technology, creativity, functionality and sustainability.

The panel will award *Pet Vision Awards* to the top three products/services in each of the five categories. The award ceremony will be held in *Pet Vision* area during the second day of the exhibition, on Tuesday 16th May.

PILOT EDITION: RULES OF *PET VISION AWARDS*

Organizers stated that all the exhibitors at *Zoomark 2023* can take part in *Pet Vision Awards*, by entering the products and services registered for the *Pet Vision* area not later than April 15th. The products and services listed for the competition must represent useful solutions to the new demand of the market in terms of content, concept and quality; moreover, they must anticipate market trends thanks to product and/or process innovation or to a new technology, based on constant R&D efforts.

An influential international panel will evaluate competing products: to win the price, they need to comply with the trend of reference.

To participate in the competition, exhibitors must prepare a presentation. Each company can register for the competition only one product or service for each merchandise category, which must be part of different trends.

ZOOMARK 2023: DOVE, COME, QUANDO

DOVE

Quartiere fieristico di Bologna

DATE E ORARI

- Lunedì 15 e martedì 16 maggio: ore 9.00-18.00
- Mercoledì 17 maggio: ore 9.00-17.00

INGRESSI

- Ovest Costituzione (Piazza della Costituzione, 4B)
- Nord (Via Ondina Valla)

CHI PUÒ ACCEDERE

Zoomark è un evento B2B: l'ingresso è riservato esclusivamente agli operatori professionali del settore pet, il pubblico non è ammesso. I minori di 14 anni non sono ammessi.

Mezzi a spinta manuale per persone con difficoltà motorie sono gratuitamente a disposizione presso gli ingressi al pubblico; per richiederli, rivolgersi al personale di servizio.

L'ingresso dei cani è consentito solo se al guinzaglio e dotati di museruola o con apposito trasportino, eccezion fatta per i cani al servizio di persone disabili.

COME ARRIVARE

- In auto:

Da Firenze, Milano e Ancona: prendere l'uscita "Bologna Fiera" dall'autostrada A14.

Da Padova: autostrada A13, prendere l'uscita Arcoveggio, imboccare la tangenziale di Bologna in direzione San Lazzaro fino all'uscita 8 (ingressi Nord, Michelino, Moro e Parcheggio Michelino) o all'uscita 7 (ingresso e Parcheggio Costituzione).

- In aereo:

BolognaFiere dista 8,5 km dall'Aeroporto Guglielmo Marconi, da cui è raggiungibile in taxi.

Al Marconi è disponibile anche il treno su monorotaia dedicata Marconi Express, che arriva in 7 minuti alla Stazione Centrale di Bologna.

- In treno:

Dalla Stazione Centrale, BolognaFiere è raggiungibile:

- in taxi: presenti in Piazza delle Medaglie d'Oro e presso l'area Kiss&Ride all'uscita di Via Carracci;
- in autobus: linee TPER 35 e 38, che portano agli ingressi di Piazza della Costituzione e di Viale Aldo Moro;
- a piedi: 30 minuti dall'uscita di Via Carracci.

- In taxi:

- CO.TA.BO.: contattare con almeno 24 ore di anticipo. Tel. +39 051372727 (h24), +39 051374300 (dalle 8 alle 17 dei giorni feriali); App: *TaxiClick Easy*.

- RADIOTAXI C.A.T.: Tel. +39 0514590; App: *itTaxi*.

- In autobus:

- Dalla Stazione Centrale di Bologna (a 4 km da BolognaFiere): linee TPER 35 e 38 (35 e 39 per il ritorno) per gli ingressi di Piazza della Costituzione e di Viale Aldo Moro.

- Dal centro cittadino (a meno di 5 km da BolognaFiere): autobus 28.

Tramite l'App *Roger* è possibile acquistare il proprio titolo di viaggio e pianificare il percorso per arrivare in fiera.

ZOOMARK 2023: WHERE, HOW, WHEN

WHERE

BolognaFiere Exhibition Center

TIMES

- Monday 15th and Tuesday 16th May: 9.00 a.m.-6.00 p.m.
- Wednesday 17th May: 9.00 a.m.-5.00 p.m.

ENTRANCES

- Ovest Costituzione (Piazza della Costituzione, 4B)
- Nord (Via Ondina Valla)

WHO CAN ENTER

Zoomark is a B2B event and entry is reserved for business operators in the sector. Children under the age of 14 cannot enter. Hand-pushed vehicles for people with mobility difficulties are available free of charge at the public entrances. To request them, please contact the service staff.

Dogs are only allowed if on a leash and muzzled or with a special carrier, except for dogs serving disabled persons.

HOW TO GET THERE

- By car:

From Florence, Milan and Ancona: take the "Bologna Fiera" exit from the A14 motorway.

From Padua: A13 motorway, take the Arcoveggio exit, take the Bologna ring road in the direction of San Lazzaro to exit 8 (Nord, Michelino, Moro entrances and Michelino Parking) or exit 7 (entrance and Costituzione Parking).

- By plane:

BolognaFiere is 8.5 km from Guglielmo Marconi Airport, from which it can be reached by taxi.

The Marconi Express dedicated monorail train is also available, arriving at Bologna Central Station in 7 minutes.

- By train:

From the Central Station, BolognaFiere can be reached:

- by taxi: you will find them in Piazza delle Medaglie d'Oro and at the Kiss&Ride area at Via Carracci exit;
- by bus: TPER lines 35 and 38, leading to the Piazza della Costituzione and Viale Aldo Moro entrances;
- on foot: 30 minutes from the Via Carracci exit.

- By taxi:

- CO.TA.BO.: contact at least 24 hours in advance. Tel. +39 051 372727 (h24), +39 051 374300 (from 8 a.m. to 5 p.m. on weekdays); App: *TaxiClick Easy*.

- RADIO TAXI C.A.T.: Tel. +39 051 4590; App: *itTaxi*.

- By bus:

- From Bologna Central Station (4 km from BolognaFiere): TPER lines 35 and 38 (35 and 39 for the return) to the Piazza della Costituzione and Viale Aldo Moro entrances.

- From the city centre (less than 5 km from BolognaFiere): bus 28.

Using the *Roger* app, you can buy your ticket and plan your route to the exhibition centre.



THE SHOW EXPERIENCE

20^A FIERA INTERNAZIONALE DEL PET FOOD E DEL PET CARE



ZOOMARK
INTERNATIONAL

15.5 → 17.5 • 2023
BOLOGNA FIERE - ITALY



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

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

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

INCONTRI

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

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

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



ISPIRAZIONE

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

FORMAZIONE

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

SHOW EXPERIENCE

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

NUMERI DA RECORD

+850
ESPOSITORI

7
PADIGLIONI

+62.000 mq
AREA ESPOSITIVA

10
PADIGLIONI COLLETTIVI ESTERI

70%
ESPOSITORI ESTERI

NOVITÀ

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

An event by:



With the patronage of:



Certified Trade Fair:



SHOW OFFICE

+39 333 1412279/342 8490033

info@zoomark.it

zoomark.it

Sfruttare il potere dei dati

Le informazioni sull'andamento del mercato pet possono fornire importanti indicazioni per strategie a breve e lungo termine e permettere di stabilire parametri di riferimento per raggiungere nuovi livelli di successo attraverso scelte commerciali consapevoli basate su dati di mercato solidi

L'industria del settore degli animali da compagnia si è dimostrata incredibilmente forte, con vendite da record per tre anni consecutivi. Ciononostante, stiamo già assistendo all'impatto sul settore dell'economia di fattori come inflazione, problemi nella filiera e relazioni globali.

Se è vero che non possiamo pienamente prevedere l'andamento di questi fattori o il modo in cui influenzeranno l'industria in futuro, possiamo tuttavia cercare di trovarci in una buona posizione per avere successo attraverso scelte commerciali consapevoli basate su "numeri" di mercato solidi e su altre risorse disponibili.



Ecco dunque alcuni dati riferiti al mercato pet USA divulgati dall'American Pet Products Association (APPA) tramite il suo presidente e CEO Pete Scott.

Le spese nell'ambito del settore pet

In base agli studi di settore del 2022, la spesa per gli animali da compagnia è aumentata di circa l'11% rispetto all'anno precedente.

Ulteriori dati hanno rivelato aumenti in ogni categoria di spesa:

- 136,8 miliardi di dollari di vendite totali, con un aumento del 10,8% rispetto al 2021.



APPA - AMERICAN PET PRODUCTS ASSOCIATION
www.americanpetproducts.org
info@americanpetproducts.org



PAD. 26 - STAND USA PAVILION 5

- 58,1 miliardi di dollari sono stati spesi in alimenti e snack per animali da compagnia. Si tratta della categoria con il maggiore valore e incremento, pari al 16,2%.
- La seconda categoria di spesa è rappresentata dalle vendite di prodotti veterinari e per la cura dei pet, con 35,9 miliardi di dollari, con un aumento di 4,7%.
- Altri prodotti, animali vivi e farmaci da banco, hanno registrato un aumento del 5,7% e una spesa totale di 31,5 miliardi di dollari.
- Altri servizi (che includono toelettatura, dog sitter e pensioni per animali) hanno raggiunto una spesa complessiva di 11,4 miliardi di dollari, con un +20%.

Gran parte dell'incremento riferito al 2022, può essere attribuito con ogni probabilità a un'inflazione superiore al previsto. Sulla base



dei fattori economici attuali, la spesa dovrebbe seguire un andamento simile, rimanendo costante anche per il 2023.

Pet owner e preferenze

A marzo l'American Pet Products Association (APPA) ha pubblicato gli ultimi dati: secondo l'APPA *National Pet Owners Survey 2023-2024*, il 66% delle famiglie statunitensi - ovvero 86,9 milioni di famiglie - possiede un animale d'affezione. E, per la prima volta, il dato si divide equamente tra le due generazioni più giovani (Gen Z e Millennials) e le due generazioni più anziane (Gen X e Baby Boomers).



Esaminando più attentamente il dato che mette a rapporto pet owner e generazione di appartenenza, il sondaggio ha rivelato che, nonostante la proprietà di animali da compagnia sia equamente ripartita tra generazioni più giovani e più anziane, la Gen Z continua a registrare un aumento, mentre quella dei Boomers ha subito un calo.

Anche la destinazione delle spese da parte dei proprietari pet si differenzia in base ai dati demografici. Le generazioni più giovani hanno speso di più per i propri pet nell'ultimo anno, ma hanno mostrato una crescente preoccupazione per i costi relativi al mantenimento dei propri animali da compagnia. Le generazioni più anziane invece si focalizzano soprattutto sui benefici che derivano dal possesso di un animale d'affezione. Se il numero di visite veterinarie è costante tra i proprietari di cani e gatti, la percentuale di famiglie che vaccinano il proprio animale è in calo, perché diminuita tra Gen Z e Millennials. Le generazioni più giovani infatti, proprietarie di cani e gatti, sono meno inclini a portare il loro animale dal veterinario per visite di routine o vaccinazioni, ma più propense a investire in cibo, snack e toelettatura.

HARNESSING THE POWER OF DATA

The insights from market data can inform short- and longer-term business strategies and areas of focus, as well as set benchmarks and reach new levels of success through informed business decisions based on sound market data

The pet industry has shown itself to be incredibly strong, reaching record-breaking sales for three years consecutive years. That said, we are already seeing the impact of the economy and other volatile factors, like inflation, supply chain issues and global relations, on the industry.

While we cannot fully predict the trajectory these factors will take or how they will affect the industry in the future, we can ensure we are well-positioned to succeed through informed business decisions based on sound market data and other available resources.

Here are some data on the US pet market presented by American Pet Products Association (APPA) through its president and CEO, Pete Scott.

INDUSTRY EXPENDITURES

According to State of the Industry data for 2022, pet spending was up nearly 11% compared to the previous year.

Additional data revealed increases in every spend category:

- \$136.8 billion in total sales, a 10.8% increase compared to 2021.
- \$58.1 billion was spent on pet foods and treats, the highest spend category and the category with the biggest increase at 16.2%.
- Vet care and product sales landed as the second highest spend category at \$35.9 billion, a 4.7% increase.
- Supplies, live animals and OTC meds saw an increase of 5.7% and a total spend of \$31.5 billion.
- Other services (including grooming, dog walking and boarding) totalled \$11.4 billion spent, a 20% increase.

While spending in 2022 was up, a majority of the uptick can likely be attributed to higher than anticipated inflation. Given current economic factors, spending is expected to follow a similar course and remain steady in 2023.

PET OWNERSHIP AND PREFERENCES

In March, the American Pet Products Association (APPA) released the latest data on pet spending and ownership. According to the *2023-2024 APPA National Pet Owners Survey*, 66% of U.S. households - or 86.9 million households - own a pet. And, for the first time, pet ownership is evenly split between the two younger generations (Gen Z and Millennials) and two older generations (Gen X and Baby Boomers).

Taking a deeper dive into pet ownership by generation, the survey revealed that while pet ownership is evenly split between the younger and older generations, Gen Z continues to grow their ownership, while Boomers have declined.

Spending patterns also differ among the different demographics. Younger generations report spending more on their pets in the past year but are also more concerned about the expense of pet ownership. The older generations are focused on the benefits of pet ownership and maintaining the level of care they have always given their pets. While the number of vet visits is consistent among dog and cat owners, the percentages taking their pet for vaccinations are down due to lower rates among Gen Z and



Ulteriori dati chiave emersi dal rapporto 2023-2024

- Gli acquisti “fisici” hanno subito una ripresa, con una preferenza di quasi il 50% da parte dei proprietari pet (Gen X e Boomers in testa).
- 2/3 dei proprietari pet tengono in considerazione i propri animali nei loro piani finanziari, e la metà è disponibile a spendere di più per prodotti pet di marca, di provenienza etica, privi di BPA ed ecologici.
- La percentuale di pet owner impegnati a mantenere lo standard attuale di cura dei loro animali, in termini di dieta e fedeltà al marchio, è rispettivamente del 75% e del 56%. Si tratta di una percentuale notevolmente più elevata rispetto ai proprietari che considerano i prodotti per animali domestici come discrezionali e hanno intenzione di tagliare le relative spese per risparmiare, pari al 31%.
- L'utilizzo di tecnologie in ambito pet, come i dispositivi elettronici di tracciamento o i sistemi di monitoraggio, è in aumento. Un maggior numero di proprietari pet intende acquistare uno di questi prodotti nei prossimi 12 mesi.
- Fino all'80% dei pet owner acquista un regalo per i propri animali. Tra le occasioni più popolari ci sono il Natale e il compleanno dell'animale.



Mettere a frutto i dati

Anche se a un primo impatto può sembrare esagerato, le informazioni dedotte da questi dati possono fornire preziose indicazioni per strategie a breve e lungo termine o nella scelta delle aree di interesse, nonché fornire le conferme necessarie per proseguire con un'idea o capire come approcciare una sfida e trovare una soluzione.

Millennials. The younger generations of dog and cat owners are less likely to take their pet for routine physicals or vaccinations but are more likely to go to the vet for food, treats and grooming.

ADDITIONAL KEY FINDINGS FROM THE 2023-2024 STUDY

- In-person shopping has seen a resurgence and is now preferred by nearly 50% of pet owners, led by Gen Xers and Boomers.
- Two-thirds of pet owners consider their pets when making their financial plans, and half are willing to spend more money on pet products that are made in the U.S., brand name, ethically sourced, BPA-free and eco-friendly.
- The percentage of pet owners committed to their pet's current standard of care, including diet and brand loyalty, is 75% and 56% respectively, and is notably higher than the percentage of pet owners who view pet supplies as discretionary and plan to curtail purchases to save money, at 31%.
- Use of pet tech, such as electronic tracking devices and pet monitoring systems, is increasing, with more pet owners planning to purchase these items in the next 12 months.
- Up to 80% of all pet owners purchase a gift for their pet, with the most popular reasons being Christmas and the pet's birthday.

PUTTING DATA TO WORK

While it might seem overwhelming at first, the insights gleaned from data like this can inform short- and longer-term business strategies and areas of focus, as well as provide the validation needed to move forward with an idea or how to best approach a challenge and find a solution.

It can help determine the feasibility of a new business, build a business plan, drive your marketing and promotional strategies, direct innovation and product development efforts, identify emerging global pet markets for expanded distribution and monitor industry trends that help you anticipate and react to market changes.

And that's just the tip of the iceberg.

By harnessing the power of market research and data, the pet care community can ensure the industry continues to set benchmarks and reach new levels of success for years to come.

I dati possono aiutarci a determinare la fattibilità di una nuova attività, costruire un business plan, guidare le strategie di marketing e di promozione, indirizzare gli sforzi di innovazione e sviluppo di prodotto, identificare i mercati pet emergenti a livello globale per ampliare la distribuzione e monitorare i trend dell'industria per aiutare ad anticipare e a reagire ai cambiamenti del mercato.

E questa è solo la punta dell'iceberg.

Sfruttando il potere delle ricerche e dei dati di mercato, la comunità pet può garantire all'industria di continuare a stabilire parametri di riferimento e raggiungere nuovi livelli di successo negli anni a venire.



Un mercato da scoprire

Food, snack, cura, igiene, giochi... saranno tante le novità proposte dagli espositori del padiglione britannico a Zoomark

Zoomark International è da sempre molto popolare fra i produttori britannici di prodotti per animali domestici. L'associazione di categoria PetQuip è orgogliosa di organizzare per la nona volta il Padiglione britannico, in occasione del Salone che si svolgerà a Bologna dal 15 al 17 maggio 2023. Le innovazioni riguarderanno i vari comparti del settore pet, ma alimenti e leccornie avranno la massima visibilità: nuove formulazioni per uso veterinario, alimenti in lattina, liofilizzati o umidi, ricette naturali perfettamente bilanciate con frutta e verdura, snack per cani con proteine degli insetti e formule Grain Free per una vitalità "tutta olistica". E poi giocattoli, dispositivi con microchip, prodotti per il riposo e il viaggio, spray calmanti antistress e salviette delicate per le orecchie, nonché shampoo, balsami e altre novità per l'igiene di cani e gatti, oltre alle ultime "sorprese" dedicate agli acquari.



PETQUIP
www.petquip.com
info@petquip.com



PAD. 26 - BRITISH PAV. STAND B35

Uno stand dedicato

A beneficio dei buyer in visita, PetQuip sta organizzando uno stand informativo sui prodotti britannici esposti in fiera (pad. 26, stand B-35), dove un team di esperti sarà a disposizione per rispondere a domande sull'importazione di prodotti, questioni transfrontaliere e novità specifiche proposte dai fornitori del Regno Unito nell'ambito di tutte le categorie pet. Inoltre sarà a disposizione dei visitatori l'ultima *Guida all'acquisto* di PetQuip e le aziende potranno ritirare presso lo stand i moduli di iscrizione ai *PetQuip Awards 2023*. (T.P.)

DISCOVER THE MARKET

Food, treat, care, hygiene, toys... plenty of news will be presented by exhibitors of the British pavilion at Zoomark

Zoomark International continues to be a popular show for British suppliers of a wide range of pet products. The UK PetQuip trade association is proud to be organising the British Pavilion at this exhibition for the ninth time in Bologna, Italy, 15-17 May 2023.

New product innovations will be displayed across most areas of the pet sector. Pet foods and treats take high priority in the list of exhibits with new veterinary formulated varieties, tinned, freeze dried and wet foods, natural dog foods perfectly balanced with fruit and veg, insect protein dog treats, and grain-free food for holistic vitality.

Moreover, the latest toys, micro-chipping devices, bedding, travel products, de-stress calming sprays and gentle ear wipes, shampoos, balms and other cat and dog hygiene products plus the latest aquarium products.

DEDICATED STAND

For the benefit of visiting buyers, PetQuip is also organising and manning a British pet product industry information stand (Hall 26, Stand B35) and will be on hand to answer queries on importing UK products, cross border issues and specific product solutions offered by innovative UK suppliers. Other information on hand for buyers will be the latest *PetQuip Buyers' Guide* and companies can pick up their entry forms for the 2023 *PetQuip Awards*.

LE AZIENDE BRITANNICHE PRESENTI A ZOOMARK/BRITISH COMPANIES TAKING PART IN ZOOMARK

Animology: pad./hall 26 - stand A17/B18
BuddyCare: pad./hall 26 - stand B21/C22
Burns Pet Nutrition: pad./hall 26 - stand Stand B20
Canagan: pad./hall 26 - stand B09/C18
CSI Urine: pad./hall 26 - stand B31
Eden Holistic Pet Foods Ltd: pad./hall 26 - stand B23/B25
FishScience & ProRep: pad./hall 26 - stand C33
Group55 Ltd: pad./hall 26 - stand A17/B18
Henry Wag: pad./hall 26 - stand C30
Hugo Kamishi: pad./hall 26 - stand C26
J G Pears Commodities: pad./hall 26 - stand B39
James & Steel Ltd: pad./hall 26 - stand C40
Kompact9: pad./hall 26 - stand C38
Law Print & Packaging Management Ltd: pad./hall 30 - stand D24
Litter Kwitter: pad./hall 26 - stand B31

McAdams Free Range Pet Foods: pad./hall 26 - stand C11
Micro-ID/GpcSmart Tag: pad./hall 26 - stand C32
Mr Bug Insect Protein Farm: pad./hall 26 - stand C40
PATS & AQUA: pad./hall 26 - stand B29
Petlife Vetbed®: pad./hall 26 - stand C36
Pets Choice: pad./hall 26 - stand A15/B16
Scruffs: pad./hall 25 - stand C80
Simply2 Pet Products: pad./hall 26 - stand C24
Start Products: pad./hall 26 - stand A17/B18
Symply: pad./hall 26 - stand A13/B14
Tribal Pet Foods: pad./hall 26 - stand B06/B08
Vitalin: pad./hall 26 - stand C39
We.pet: pad./hall 26 - stand A09/B10
Yora Pet Foods: pad./hall 26 - stand B05/C08

Via alle iscrizioni!

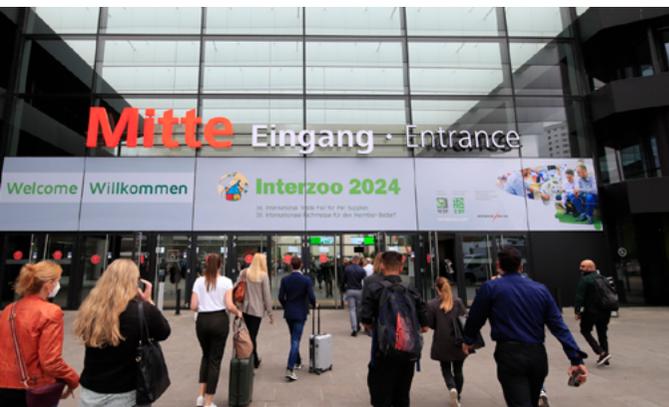
Dal 15 marzo scorso gli espositori di tutto il mondo possono pianificare la propria partecipazione a *Interzoo 2024* con i propri prodotti, servizi e novità

Sono aperte ormai da metà marzo le iscrizioni a *Interzoo 2024*, la fiera mondiale leader nel settore dell'industria per gli animali da compagnia, che si terrà a Norimberga dal 7 al 10 maggio 2024.

Mancano ancora 14 mesi, ma il via alle iscrizioni mostra chiaramente che i preparativi del Salone sono già in pieno svolgimento. La 38a edizione della fiera garantirà ai partecipanti percorsi più brevi tra i padiglioni, grazie a una nuova pianificazione delle disposizioni.

Prenotazione digitale online

Il 15 marzo è stato aperto il portale delle iscrizioni sul sito web www.interzoo.com che consente la prenotazione digitale diretta, semplice e veloce, degli stand. Il team NürnbergMesse è a disposizione per fornire le informazioni e il supporto necessario al processo di candidatura e attende con impazienza le richieste da parte delle aziende interessate per assisterle lungo il percorso di un'esperienza



positiva perfetta. Dopo il successo dell'edizione "fisica" dello scorso anno, in seguito al difficile periodo dovuto alla pandemia, l'industria degli animali da compagnia attende con impazienza lo svolgimento del Salone. "Sia gli espositori di lunga data di *Interzoo* che le nuove aziende e start up hanno manifestato un grande interesse verso *Interzoo 2024* nelle ultime settimane. Siamo quindi lieti di poter offrire ancora una volta all'industria internazionale del settore una piattaforma fieristica che abbracci l'intero mercato mondiale e con numerose innovazioni", afferma la

 **Interzoo 2024** NÜRNBERGMESSE GMBH
tel. +49/9118606/8806
www.interzoo.com

 **PAD. 29 - STAND F07**

dott.ssa Rowena Arzt, responsabile delle mostre presso l'organizzatore di *Interzoo* WZF (Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe GmbH).

Interzoo 2024: una grande opportunità di business per espositori e visitatori

Uno sguardo al sondaggio tra espositori e visitatori rivela che la partecipazione al Salone è davvero un'opportunità redditizia e un investimento fruttuoso. In seguito a *Interzoo 2022*, ben il 97% degli espositori ha dichiarato di aver raggiunto i propri gruppi target più importanti. Alla grande soddisfazione degli espositori hanno contribuito anche la creazione di nuove relazioni commerciali (96%) e le previsioni positive per l'attività post-fiera (93%). In totale, il 92% degli espositori consiglierebbe la partecipazione alla fiera ai propri colleghi del settore. Con un tasso eccezionalmente alto del 93% tra i visitatori, *Interzoo* dimostra la sua forza anche come un importante momento di incontro dell'intero settore pet. La soddisfazione generale dei visitatori,



rispettivamente del 97% per le opportunità di contatto e del 98% per la varietà dei prodotti esposti, completa la statistica positiva. Il 96% dei visitatori ha poi dichiarato di voler visitare nuovamente *Interzoo*: un dato ottimistico e fiducioso per *Interzoo 2024*.

La Germania è ancora la sede fieristica leader a livello mondiale

Un recente rapporto dell'Associazione dell'industria fieristica tedesca (AUMA), ha dimostrato con cifre attuali come ancora una volta la Germania sia ambita come sede fieristica: con oltre 160 fiere, più di 180.000 espositori e dieci milioni di visitatori ogni anno, il Paese rimane il numero uno al mondo nell'ambito del settore fieristico. E *Interzoo* beneficia anche di questi fattori di localizzazione favorevoli. Come motore di innovazione e vetrina principale, ha attirato oltre 1.300 espositori da più di 60 Paesi presso il centro espositivo di Norimberga per l'evento del 2022: su una superficie espositiva lorda di 102.000 metri quadrati, per un totale di 12 padiglioni espositivi, quasi 28.000 visitatori professionali hanno potuto scoprire una straordinaria varietà di prodotti e servizi nell'ambito dell'industria degli animali da compagnia. Risultati che fanno ben sperare per l'edizione 2024. (G.P.)



REGISTRATIONS ARE OPEN!

Since 15 March, exhibitors all over the world can plan their participation in *Interzoo 2024* with their products, services and news

Registrations for *Interzoo 2024* opened on 15 March: the world leading exhibition in the sector of pet products and supplies will take place in Nuremberg from 7 to 10 May 2024.

With 14 months to go until *Interzoo*'s next edition, the opening of exhibitor registration shows that preparations for *Interzoo 2024* are already in full swing. The 38th edition of the world's leading exhibition for the pet industry will offer participants a comfortable and dense layout thanks to new hall planning.

ONLINE DIGITAL REGISTRATION

The exhibitor application portal was opened on 15 March on www.interzoo.com: it features a quick stand booking digitally and directly on the *Interzoo* website. The event team at NürnbergMesse is available to provide support for all questions associated with the application process and looks forward to assist exhibitors in creating in a perfect trade show participation. After a successful re-start as an onsite exhibition last year, the pet industry is really looking forward to the world's leading exhibition with great anticipation. "Both long-term *Interzoo* exhibitors and new companies have signalled great interest in *Interzoo 2024* in our conversations during the past weeks. We are therefore delighted to once again offer a comprehensive, global and innovative market platform to the international pet industry," states Dr. Rowena Arzt, Head of Exhibitions at *Interzoo* organizer WZF (Wirtschaftsgemeinschaft Zoologischer Fachbetriebe GmbH).

INTERZOO 2024: A GREAT BUSINESS OPPORTUNITY FOR EXHIBITORS AND VISITORS

The results of the survey of visitors/exhibitors confirm that participating in the exhibition is a profitable chance and investment. Following *Interzoo 2022*, 97 percent of exhibitors reached the most important target groups for their products or services. The excellent satisfaction of exhibitors was also related to new business contacts (96%) and post-exhibition positive forecasts (93%). Overall, 92 percent of exhibitors would recommend the participation to the exhibition to their colleagues. The feedback was extraordinary positive among visitors as well (93%): once again, *Interzoo* proves to be an important meeting platform for the whole pet sector. General satisfaction of visitors, respectively 97% for contact opportunities and 98% for the variety of products on show, completes the positive statistics. 96% of visitors would visit *Interzoo* again, which is an optimistic and confident figure for *Interzoo 2024*.

GERMANY IS STILL THE WORLD LEADING EXHIBITION CENTRE

According to a recent report from the Association of the German Trade Fair Industry (AUMA), Germany is a desirable exhibition centre: with over 160 exhibitions, more than 180,000 exhibitors and 10 million visitors every year, the country is at the worldwide leader in the exhibition sector. *Interzoo* takes advantage from this situation: as main driver of innovation and showcase, it attracted over 1,300 exhibitors from over 60 countries in the Nuremberg 2022 event. On a global exhibiting surface of 102,000 square metres and 12 halls, nearly 28,000 professional visitors unveiled an extraordinary variety of products and services in the pet sector. These figures bode well for the 2024 event.



Guardare il mondo attraverso i suoi occhi

**Con *The PET Experience - Nei panni di Fido!*
Prolife conquista i *Promotion Awards 2022/23*
aggiudicandosi il primo premio nella categoria "Campagna Tech & Trend"**

Continua il successo di *The PET Experience*, il Roadshow itinerante realizzato per la prima volta in Europa grazie al contributo di Zoodiaco, azienda leader con il marchio *Prolife* nella produzione di alimenti per il benessere di lungo periodo di cani e gatti.

zoodiaco PET & GREEN

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



Con questo progetto il brand, da sempre vicino ai pet owner e ai loro beniamini, contribuisce a diffondere un forte messaggio di social responsibility, sensibilizzando il pubblico e lanciando contemporaneamente un messaggio di solidarietà promuovendo adozioni del cuore da canili e rifugi.

prolife
DIET

Si tratta di un'iniziativa gratuita aperta a tutti, grandi e piccoli, che nel corso del 2022 ha toccato le piazze e i parchi delle principali città italiane.

Nei panni di Fido con la realtà virtuale

Lo scopo dell'evento è far vivere a migliaia di pet lover una grande esperienza immersiva: mettersi nei panni di un cane, guardando il mondo che lo circonda attraverso i suoi occhi. Il tutto attraverso tecniche cinematografiche assolutamente innovative, come riprese in 8k, visione a 360°, realtà virtuale, 3D e l'utilizzo di visori VR.

Il progetto si è avvalso del supporto dell'agenzia pubblicitaria GRUPPO FMA e di PetPRO, team di manager e imprenditori che sviluppano progetti dedicati alle esigenze e al benessere dei pet owner e dei loro animali.



Il tour prosegue anche nel 2023

Il grande successo ottenuto ha portato *The PET Experience* a proseguire anche per tutto il 2023: a partire da maggio il tour toccherà, tra le altre, le città di Viareggio, Messina, Palermo, Vicenza, Genova, Bologna, Riccione, Lecce, Taranto, Milano e Bergamo.



La prestigiosa sala con vista aerea sulla Galleria Vittorio Emanuele II del ristorante Cracco a Milano ha fatto da cornice alla serata di premiazione dei *Promotion Awards 2022/23*, in occasione della quale il marchio *Prolife* si è aggiudicato il primo premio nella categoria "Campagna Tech & Trend".

Quasi 60 gli iscritti al "Premio degli specialisti per gli specialisti", organizzato da Promotion con il patrocinio di UNA-Aziende delle Comunicazioni Unite. (S.P.)



VA DI MODA IL BIRD-SINGING

Scopri la app che riconosce le diverse specie di volatili attraverso il loro canto e aiuta la ricerca scientifica

Lo sapevi che tu e i tuoi clienti potete aiutare i ricercatori della Cornell University a migliorare lo sviluppo di una app?

Stiamo parlando di *BirdNET* - scaricabile gratuitamente sullo smartphone - in grado di riconoscere oltre 3 mila tra le specie di uccelli più comuni in base ai loro cinguettii. *BirdNET* è un progetto congiunto del K. Lisa Yang Center for Conservation Bioacoustics presso il Cornell Lab of Ornithology, negli USA, e la Chemnitz University of Technology in Germania.



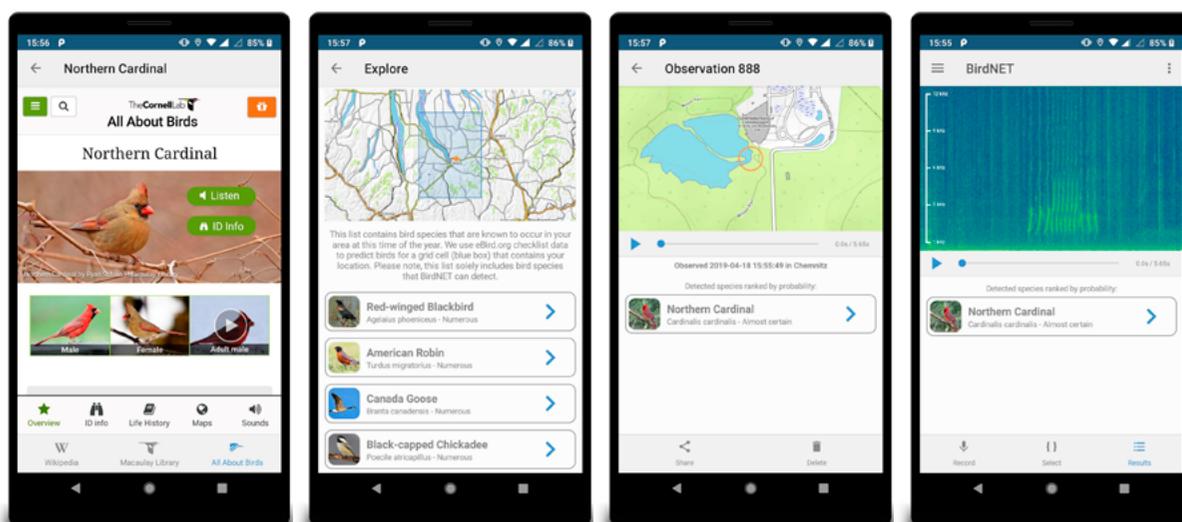
Una app da consigliare a chi ama il birdwatching...

La primavera è il momento migliore per vivere l'esperienza di ascoltare il canto dei volatili. Il primo livello di utilizzo di *BirdNET* è quindi pensato per gli appassionati che durante una passeggiata nella natura con il proprio amico a quattro zampe, possono ascoltare le voci degli uccelli e imparare così a riconoscerli: si registra il canto, si avvia l'analisi e l'applicazione propone le specie che corrispondono al canto.

Per ogni volatile vengono inoltre fornite ulteriori informazioni, tra cui il link diretto alla pagina corrispondente di Wikipedia.

...e a chi vuole aiutare la scienza

Il requisito più entusiasmante di *BirdNET* è la semplicità con cui le persone possono partecipare alla ricerca e alla tutela dei volatili. Ogni registrazione infatti aiuta gli scienziati americani a sviluppare il sistema aiutando a riconoscere gli uccelli grazie al loro canto, localizzandoli e catalogandone la presenza in determinati luoghi. Dal suo lancio, nel 2018, già oltre 2 milioni di persone hanno contribuito al progetto con i propri dati: uno dei successi più clamorosi nell'ambito della scienza partecipativa.



FOTOGRAFARE I CANI

in collaborazione con Paola Acco

Fotografare gli amici a quattro zampe è un'attività che può sembrare semplice ma in realtà richiede una certa esperienza, conoscenze tecniche e tanta pazienza. In questo articolo cercheremo di capire brevemente come fotografare i cani nel proprio pet shop o in un Salone di toelettatura, per poi pubblicizzare al meglio il lavoro fatto.

La cosa fondamentale, prima di procedere con gli scatti, è conoscere l'amico a quattro zampe da fotografare: ogni cane ha il proprio carattere e alcuni potrebbero essere più timidi o nervosi di altri davanti alla macchina fotografica. Per questo motivo è importante creare un ambiente rilassato e familiare, in modo che l'animale possa sentirsi a proprio agio ed esprimere la sua personalità (può essere d'aiuto portare dei giocchini e dei premiati da offrire al pet per attirare la sua attenzione).

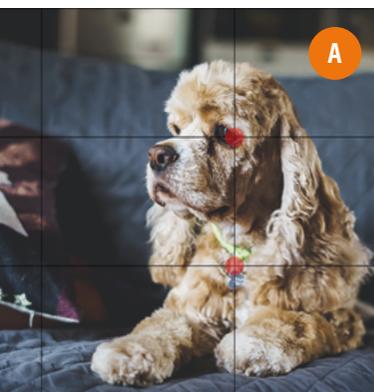
Alcune regole base...

È importante scegliere il momento giusto per scattare le foto. La luce del sole è ideale per ottenere scatti luminosi e ben definiti, ma evitiamo di fotografare durante le ore centrali della giornata quando il sole è troppo forte e crea ombre indesiderate. Preferiamo invece le prime ore del mattino o le ultime della sera, quando la luce è più morbida e calda.

In termini di attrezzatura, una reflex o una mirrorless sono le opzioni migliori, ma anche con uno smartphone di ultima generazione

si possono ottenere ottimi scatti.

Per comporre un'immagine armoniosa ed equilibrata possiamo utilizzare "la regola dei terzi", che in fotografia prevede di suddividere l'immagine in nove parti uguali, tracciando due linee orizzontali e due linee verticali immaginarie (foto A).



SIMONE CAPOZZI
BAUHOUSE DESIGN
tel. 3317875558
www.simonecapozzi.it
info@simonecapozzi.it



L'obiettivo è posizionare i soggetti principali lungo queste linee o nei loro punti di intersezione, in modo da creare un'immagine bilanciata e interessante. Questa tecnica aiuta a evitare la composizione centrata e a dare maggiore dinamicità e profondità all'immagine.

Scatti in toelettatura: le luci

Se vogliamo fotografare i cani in toelettatura dobbiamo tener conto di diversi fattori come le luci del negozio e l'angolazione giusta. Come attrezzatura fotografica in questo caso ci focalizzeremo sull'uso dello smartphone.

Il più delle volte nei Saloni di toelettatura sono presenti fonti luminose diverse, come le luci artificiali del soffitto, che si "uniscono" alla luce naturale che proviene dalle vetrine. Ciò va a creare una disparità d'illuminazione sul soggetto da fotografare sia in termini di luminosità, creando delle zone più chiare da un lato e scure dall'altro, sia in termini di colore.

Ad esempio, luci artificiali fredde (dai 6000 K°) che si uniscono alla luce naturale (tra i 4400 e i 5500 K°) creerebbero delle zone con colorazioni più fredde/blu rispetto a zone più calde/gialle. Per questo motivo è bene avere un'illuminazione quanto più omogenea possibile e installare luci artificiali dal colore naturale, in modo da ottenere un risultato simile alla luce solare, che non affatica la vista come invece avviene in presenza di luce fredda. Possiamo bilanciare questa carenza di luminosità usando delle luci artificiali di supporto come faretti led o ring light.



Disporre la scena e il soggetto da fotografare

La prima cosa da considerare è la scena generale che andremo ad inquadrare. Se, ad esempio, stiamo per scattare una foto a un cagnolino su un tavolo, controlliamo bene che non ci siano oggetti in scena che possano creare disturbo (come forbici, pettini, ecc.) e che il tavolo e il fondo siano ben puliti. In presenza di elementi che possono distogliere l'attenzione dal soggetto, è consigliabile usare la modalità "Ritratto" del nostro smartphone, in modo da mascherare il fondo il più possibile.

Ricordiamo poi che le foto che andremo a scattare devono pubblicizzare il nostro lavoro o la nostra attività, quindi bisognerà sempre dare l'idea di un luogo pulito e confortevole.



Dedichiamo dunque alla fotografia un angolo della toelettatura o del negozio dove ci siano buona luce e pochi elementi di disturbo e che abbia un fondo neutro meglio se monocromatico, evitando che sia troppo

chiaro o troppo scuro (potrebbe creare problemi in caso di foto con cani dal manto chiaro o molto scuro). Potremmo anche realizzare un fondale con il logo dell'attività per essere sempre riconoscibili.

Una volta messo in posa il soggetto cerchiamo di scegliere l'angolazione giusta da cui fotografarlo. In generale è preferibile una prospettiva frontale, con il cane rivolto verso la macchina fotografica: ci consentirà di catturare i dettagli del lavoro di toelettatura e del muso.

Ricordiamo di tenere sempre il telefono in posizione perpendicolare rispetto all'animale e alla sua altezza, non troppo in alto o in basso.

Evitiamo poi di avvicinarci eccessivamente al cane poiché la fotocamera del nostro smartphone potrebbe distorcerne l'immagine. Inoltre è bene lasciare sempre un po' di spazio tra il soggetto da fotografare e lo sfondo della foto, cerchiamo di non "riempire" tutta l'inquadratura, possiamo aiutarci abilitando la griglia dello smartphone e posizionando la prima linea orizzontale sugli occhi del cane (foto B).



Questo margine ci aiuterà a tagliare la foto correttamente in fase di post-produzione e pubblicazione sui social, soprattutto se dovessimo effettuare un taglio quadrato, evitando così di tagliare parti importanti della foto come la testa o le zampe.

Consigli utili

- Impostare il formato delle foto in 4:3 e non in 16:9. Questo formato sarà più adattabile a varie esigenze come i post per i social network. Utilizzare il formato 16:9 solo per foto o video verticali da utilizzare come storie o reel.



- Prediligere l'orientamento verticale, sarà più facile e sicuro tagliare la foto nei formati 1:1 (quadrato) o 16:9 (storia).

- Utilizzare, se disponibile, la funzione "live" o "raffica": aiuterà a scegliere il frame migliore soprattutto per i soggetti più attivi.

Buone foto a tutti!



SIMONE CAPOZZI

Ha intrapreso l'attività di fotografo nel 2006 dedicandosi soprattutto ad eventi e in seguito si è specializzato nel ramo pubblicitario. Nel 2012 ha iniziato ad appassionarsi alla fotografia pet, da qui il suo percorso nella cinofilia come fotografo di eventi e gare. Parallelamente ha iniziato a collaborare con aziende del settore e toelettature come grafico e responsabile della comunicazione visiva. Ad oggi è il fotografo ufficiale delle più note gare di toelettatura nazionali come Romeo Grooming, Milan Groom, Master Show, Campionato FNT. Il suo lavoro è caratterizzato dalla passione per gli animali e dal vivere nel quotidiano il mondo del grooming e dei cani. Grazie all'esperienza e alla passione maturata in tutti questi anni nel settore, ha avviato uno studio di grafica e comunicazione dedicato al settore del pet grooming e della cinofilia in generale, *BauHouse Design*.



COMPLETI, MA DIVERSI

La specializzazione nel comparto animali vivi, la cura del rapporto con il cliente e la comunicazione attraverso i canali social

Sono davvero pochi oggi i pet shop specializzati nella vendita di animali vivi: *Centerzoo Lariano* è uno di questi. Una scelta ben precisa per differenziarsi, al servizio del cliente. *Centerzoo* nasce 45 anni fa a Montorfano, piccola località in provincia di Como, quando

Pier Giuseppe Marangoni inizia a gestire un'attività all'ingrosso per fornire i pet shop della zona. Dopo alcuni anni apre un negozio di vendita al pubblico, che con il tempo si amplia come metratura e assortimento, anche con l'introduzione del comparto acquariologia. Oggi, con una succursale a Ponte Chiasso (quartiere della città di Como al confine con la Svizzera), la sede principale resta comunque quella di Montorfano, accanto alla casa di famiglia. Perché *Centerzoo* "è" un'attività di famiglia: una grande famiglia che comprende, oltre al capostipite Pier Giuseppe, il figlio Fabio che oggi gestisce l'attività, la moglie di Fabio che si occupa di sito web e social e i dipendenti, alcuni dei quali presenti in negozio da decenni. "L'anno scorso sono andati in pensione un'impiegata e un magazziniere, dopo 38 e 40 anni di collaborazione", racconta Fabio Marangoni. "Hanno fatto la storia del negozio. Ero bambino quando sono arrivati, mi hanno visto crescere e io sono cresciuto con loro. Perché *Centerzoo* cresce anche grazie ai suoi collaboratori".

Perché *Centerzoo* "è" un'attività di famiglia: una grande famiglia che comprende, oltre al capostipite Pier Giuseppe, il figlio Fabio che oggi gestisce l'attività, la moglie di Fabio che si occupa di sito web e social e i dipendenti, alcuni dei quali presenti in negozio da decenni. "L'anno scorso sono andati in pensione un'impiegata e un magazziniere, dopo 38 e 40 anni di collaborazione", racconta Fabio Marangoni. "Hanno fatto la storia del negozio. Ero bambino quando sono arrivati, mi hanno visto crescere e io sono cresciuto con loro. Perché *Centerzoo* cresce anche grazie ai suoi collaboratori".

Specializzati in pesci, roditori, volatili

Cosa differenzia *Centerzoo* è presto detto: la specializzazione nel vivo, la cura del rapporto



CENTERZOO LARIANO
tel. 031200149
www.centerzoo.com
shop@centerzoo.com



to con il cliente, l'attenzione nel comunicare attraverso i canali social. "Questi sono i nostri punti di forza", continua Fabio, "talvolta conosciamo meglio noi dei proprietari le esigenze dei loro animali i loro acquisti abituali. Il pet owner si affida a noi, alla nostra competenza e professionalità, e per questo si lascia guidare nella scelta degli acquisti". Nel settore degli animali vivi, il negozio propone pesci d'acqua dolce e salata, piante, uccelli e roditori, tutti reparti gestiti da personale professionale competente e preparato.



"L'acquariologia è un comparto che ha costi piuttosto elevati di gestione in negozio, soprattutto ora con il rincaro dell'energia elettrica", spiega il titolare di *Centerzoo*, "ma permette di specializzarsi e di fidelizzare i clienti, quindi dà modo di sviluppare un buon business nel tempo. Il reparto roditori ha registrato un'ottima crescita nell'anno della pandemia, con un conseguente incremento di vendite di accessori e alimenti. Il mercato dei volatili si è invece un po' stabilizzato, ma ci sono ancora molti appassionati alla ricerca di prodotti per l'alimentazione e la cura dei loro beniamini".

Marchi di nicchia per fidelizzare

Per dare il consiglio giusto al momento giusto, *Centerzoo* punta sulla competenza e sull'aggiornamento continuo dei collaboratori. "Nel nostro settore l'evoluzione è rapidissima. Pensiamo agli acquari, comparto in cui devi sempre essere 'sul pezzo'... ma anche nel campo dei roditori e dei volatili sono tante le novità; per fare un esempio, il cliente che fino a poco tempo fa chiedeva il classico fieno, ora è alla ricerca di mangimi specifici e di tutta una gamma di accessori per la vita in gabbia".



Molto importante è poi il business legato ad alimentazione, igiene e accessoristica per cani e gatti. Differenziare in questo campo significa ricercare prodotti un po' diversi, magari meno conosciuti, di nicchia, ma molto validi: il cliente, soddisfatto, diventa fedele perché solo da *Centerzoo* trova quel marchio particolare. E ottiene anche sconti in base agli acquisti fatti, grazie alla carta fedeltà.

Social media, futuro già presente

Anche per *Centerzoo* è cambiato il modo di comunicare con il pubblico. Fino a pochi anni fa venivano utilizzate le pagine pubblicitarie sui giornali, ora invece grazie ai social - se ben gestiti - si possono raggiungere molte più persone di un target mirato a un

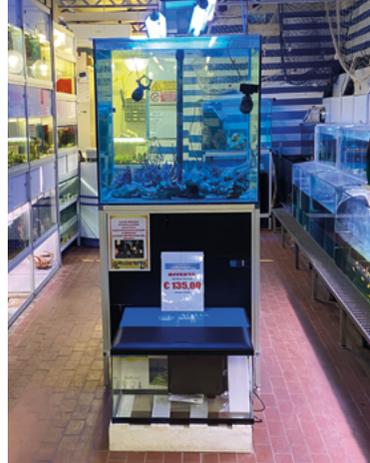
costo inferiore. "I social sono il nostro futuro, un futuro già presente", racconta Fabio. "Mia moglie segue il sito e le pagine Facebook e Instagram con aggiornamenti praticamente quotidiani. Sono come la vetrina del negozio, va sempre rinnovata, altrimenti rischi di non ottenere nessun risultato. Se pubblici contenuti tutti i giorni i social portano business e lo constatiamo concretamente: quando lanciamo una promozione attraverso Facebook o Instagram, il cliente arriva. Il giorno in cui abbiamo pubblicato il video di alcuni simpaticissimi cincillà appena arrivati in negozio, abbiamo ricevuto diverse chiamate e prenotazioni".

Recentemente è stato attivato anche un sito di vendite online con lo stesso assortimento di prodotti scelti e selezionati che il cliente può trovare in negozio, agli stessi prezzi. Una modalità comoda per tanti proprietari che sanno di poter consultare un catalogo online e ricevere la consegna a casa senza bisogno di recarsi fisicamente in negozio. "Consegniamo anche a domicilio", spiega Fabio, "siamo dotati di un POS portatile per i pagamenti. È stato molto utile sia per noi che per i proprietari pet nel periodo del lockdown, anche per non dover ricorrere a corrieri, in quel momento difficili da reperire".

Eventi in negozio: "Crea il tuo acquarietto"

Differenziarsi significa anche eventi in negozio. Ed ecco che a Natale è stata organizzata una festa con un braciere in cortile, vin brulé, panettone e aperitivo per gli adulti, marshmallow per i bambini e snack e biscottini per tutti i quattrozampe.

Molto apprezzato è il laboratorio gratuito settimanale dedicato alle famiglie "Crea il tuo acquarietto": il sabato pomeriggio vengono preparate alcune vaschette e i bambini hanno a disposizione sabbia, sassi e decorazioni per creare un ambiente acquatico secondo la loro fantasia e creatività. Un collaboratore esperto di acquariologia spiega poi la gestione di un acquario, si visita il reparto e alla fine a ogni bambino viene regalata la vaschetta realizzata. Altre giornate sono dedicate ai roditori, con spiegazioni su come curare questi simpatici animali. E alla fine, un buono sconto per mamma e papà.





È VERO CHE...

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

LORENA QUARTA

È vero che... il cane può dare “segnali di calma”?

Verissimo. Il concetto di segnale di calma è stato trattato in modo molto dettagliato da una famosa etologa di origine norvegese, Turid Rugaas, nel suo libro “L'intesa con i cani: i segnali calmanti”. In pratica si intendono quei comportamenti che servono al cane sia per comunicare disagio che per evitare o risolvere una situazione di conflitto. Ben 27 sono le posture o i movimenti identificati da Turid Rugaas, dei quali questi sono i principali: avvicinarsi lateralmente evitando un percorso diretto, evitare di guardare negli occhi girando testa e corpo, sbadigliare, sbattere le palpebre, muoversi lentamente, immobilizzarsi (il cosiddetto *freezing*) o sedersi, leccarsi labbra e tartufo, mettersi in mezzo, ignorare un altro cane.

Basta osservare attentamente un animale per verificare come si comporta in una determinata situazione. I segnali solitamente vengono immediatamente percepiti dai suoi simili, l'uomo invece non è sempre in grado di fare altrettanto, anzi, spesso li ignora o li interpreta nel modo sbagliato.



È vero che... il gatto adora l'erba gatta?

Già, tutti i gatti amano l'erba gatta. Si tratta di una pianta erbacea perenne di origini nordafricane e mediterranee, che oggi cresce selvatica in tutta Europa e che ha un odore caratteristico che ricorda la menta. L'olio essenziale di questa pianta contiene principi attivi come nepetalattone, cariofillene, timolo e canfora. I gatti riconoscono con l'olfatto il nepetalattone, che si pensa abbia un effetto simile a quello dei feromoni.

L'erba gatta agisce come uno stimolante naturale dell'umore ma non tutti i soggetti assumono gli



stessi atteggiamenti: c'è quello che diventa più affettuoso, quello che inizia a correre e saltare, c'è il mi-cio che si mette a miagolare, quello che inizia a ringhiare, quello che si rotola e quello che sembra cadere in trance fissando il vuoto. L'effetto dura dai 10 ai 15 minuti. L'erba gatta viene venduta in semi da coltivare o in fili già cresciuti, può essere contenuta in giochi o formare un vero e proprio tappeto per sdraiarsi. Ne esiste anche la formulazione spray, con cui profumare la cuccia e il tiragraffi.



È vero che... il guinzaglio allungabile non può essere utilizzato ovunque?

In realtà non esiste una legge dello Stato che stabilisca l'obbligo dell'uso del guinzaglio quando si porta a passeggio il proprio quattrozampe, in quanto è il Ministero della Salute che ha il potere di legiferare ed emettere periodicamente delle ordinanze in materia di incolumità pubblica sull'aggressione da parte di cani.

L'ordinanza del 3 marzo 2009, firmata dall'allora sottosegretario alla Salute Francesca Martini, è stata la prima che ha introdotto l'obbligo di utilizzare sempre il guinzaglio di una lunghezza non superiore a 1,50 m per i cani condotti nelle aree urbane e nei luoghi aperti al pubblico, obbligo che viene meno solo nelle aree individuate dai comuni in cui gli animali possono essere lasciati liberi.

Nulla vieta ovviamente di utilizzare il guinzaglio allungabile bloccandolo alla misura consentita dove vige il divieto e di lasciarlo invece scorrere per tutta la sua lunghezza dove è possibile farlo: prati, parchi o luoghi non trafficati.

È vero che... un cane può soffrire di stress da canile?

Purtroppo sì, lo stress da canile è una vera e propria patologia che il cane manifesta con l'incapacità di adattarsi ai nuovi ambienti e con il provare costantemente paura. Non tutti i cani che ne soffrono manifestano, però, gli stessi comportamenti: c'è chi cerca di scappare o al contrario di aggredire, c'è il cane ansioso, quello depresso, quello apatico, quello che abbaia ininterrottamente, quello distruttivo o addirittura quello che arriva a infliggersi morsi o ferirsi da solo. Lo stress da canile colpisce più frequentemente i soggetti che sono ospitati in luoghi di detenzione come canili o allevamenti che siano privi di stimoli (da qui il nome), in box chiusi al buio o al contrario sempre in luoghi aperti, privi di contatti con l'uomo o con i loro simili.



È bene ricordare che un cane che



sia soggetto a questa patologia non è irrecuperabile, è necessaria molta pazienza perché si adatti a un nuovo ambiente e, nei casi più seri, l'aiuto di un esperto comportamentalista che possa facilitare l'inserimento in famiglia.

È vero che... al gatto piace farsi le unghie?

Purtroppo sì! Spesso il micio di casa decide di farsi le unghie sul divano di casa, sulle tende, sul tappeto persiano, non degnando di uno sguardo il tiragraffi comprato appositamente per l'uso.

Farsi le unghie è un comportamento che rientra nell'ambito della comunicazione felina. Si tratta



di una marcatura sia visiva sia olfattiva: visiva perché i graffi costituiscono un chiaro segno della sua presenza in quel territorio, olfattiva grazie al contenuto in feromoni delle piccole ghiandole interdigtali che il gatto possiede nei cuscinetti sotto le zampe, che si svuotano sugli oggetti che graffia.

Non dimentichiamo poi che il gatto si fa le unghie anche per affilarle e tenerle pulite.

Ovviamente il proprietario spera sempre che compia questa azione

su un tiragraffi: per invogliarlo è bene posizionarlo in una zona a lui congeniale, ricompensarlo quando decide di usarlo, verificando prima se per farsi le unghie preferisce una superficie verticale o orizzontale.

È vero che... non si può detenere un cane trovato vagante?

Al di là delle norme di legge, è importante sapere che un cane vagante non sempre è un cane abbandonato, è possibile che si sia smarrito e che il suo proprietario lo stia cercando. Per questo motivo deve essere portato al Canile Sanitario più vicino al luogo nel quale è stato ritrovato, contattando la Polizia Locale o i Carabinieri.

In caso di ritrovamento in prossimità di binari ferroviari, bisogna contattare la Polfer (Polizia Ferroviaria), in caso di ritrovamento in autostrada, strade statali o provinciali, contattare la Polstrada (Polizia Stradale). A seguito della segnalazione, l'autorità competente attiverà il servizio di accalappiamento e il cane verrà ricoverato presso il Canile sanitario



dell'Ats di competenza dove verrà visitato, curato se necessario, vaccinato e, se dotato di microchip, il proprietario verrà subito avvisato.

È bene ricordare che chi si appropria di un cane vagante senza avvisare l'autorità competente per il ritiro, commette il reato di "appropriazione indebita" e di conseguenza è passibile di sanzioni.





IL CIBO "VIVO" INTRAMONTABILE PER I PESCI D'ACQUARIO - I PARTE

Le artemie appena schiuse rappresentano l'alimento base per gran parte degli avannotti di pesci d'acqua dolce e per le specie marine microfaghe, da adulte sono invece un eccellente cibo vivo per tutti i pesci

ALESSANDRO MANCINI

Un fossile "vivente"

L'artemia (*Artemia salina*) appartiene agli Anostraci, un ordine di crostacei primordiale caratterizzato dalla larva più primitiva, il nauplius (*nauplio*). Questo piccolo e tenace crostaceo comparve nell'era dei dinosauri giungendo fino ai giorni nostri senza grandi cambiamenti, tanto da potersi definire quasi un "fossile vivente". Naupli e adulti nuotano in acqua libera e



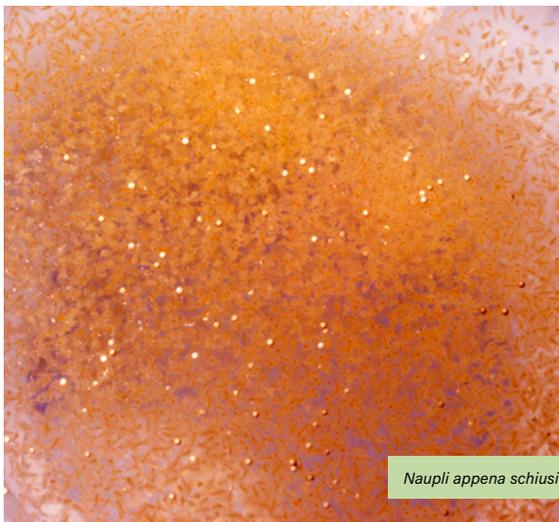
Le saline costituiscono l'habitat preferito dalle artemie

nel loro esclusivo habitat (ambienti costieri iperalini fino al 250% di salinità: circa 8 volte superiore a quella del mare), sono perciò i soli costituenti del plancton, nutrendosi per filtrazione. I sessi sono facilmente distinguibili, essendo i maschi provvisti di due uncini la cui funzione è di afferrare la femmina (che mostra presso la coda il grappolo di uova) durante l'accoppiamento. Si conoscono oltre 500 siti al mondo colonizzati da questi crostacei (che costituiscono in realtà una "super-specie" formata da un gruppo di più specie molto simili fra loro), di cui almeno una decina in Italia, soprattutto sulle isole maggiori, al centro-sud e sulla riviera romagnola (saline e stagni costieri).

Una vita breve, ma intensa

La vita di un'artemia è molto breve: in condizioni ambientali ottimali di solito non supera i 4-5 mesi. In compenso la sua crescita è rapidissima: in poco più di una settimana il nauplio, attraverso una quindicina di mute, diventa adulto e trascorsa un'altra settimana (lunghezza circa 12 mm)





Naupli appena schiusi

è già in grado di riprodursi. Durante la prima fase larvale, che dura circa 8-10 ore (ma può variare sensibilmente con la temperatura, la salinità e altri fattori ambientali), il nauplio ha un apparato digerente ancora incompleto e non si alimenta. In seguito alla prima muta passa invece allo stadio successivo (*meta-nauplius*) e comincia a nutrirsi attivamente filtrando alghe unicellulari, batteri, protozoi e microdetriti in sospensione. Con la maturità sessuale si riproduce ogni 3-4 giorni: una femmina adulta può produrre fino a 300 uova per volta (dunque 600 a settimana e circa 10-12.000 nell'arco della sua vita media).

In condizioni normali le uova si schiudono

in 24-48 ore, a seconda della temperatura, ma quando le condizioni peggiorano (cosa frequente nel loro habitat), non appena percepiscono i cambiamenti che porteranno in breve alla loro morte (soprattutto l'aumento della salinità e della temperatura), le femmine iniziano a produrre uova incistate, in grado di resistere "a secco" per anni: alcune popolazioni di artemia possono perpetuarsi allo stato latente per oltre mezzo secolo, ma c'è chi dice che popolazioni "dormienti" arrivino a raggiungere un intero millennio! Quando l'acqua sarà di nuovo presente, da ogni cisti si libererà un nauplio, che si svilupperà normalmente come descritto poc'anzi.

Perché proprio l'artemia?

L'interesse acquaristico per questo piccolo crostaceo deriva proprio dalla sua capacità di produrre enormi quantità di uova incistate, che possono conservarsi lungamente "a secco" ma la cui schiusa è facilmente ottenibile in casa con un'attrezzatura davvero essenziale.

I naupli e i metanaupli rappresentano, fin dagli anni Cinquanta del secolo scorso, l'alimentazione di base per buona parte delle larve e degli avannotti dei pesci da acquario. Possiamo anzi affermare che, senza l'artemia e le sue incredibili "uova durature", l'acquariofilia sarebbe ancora dipendente in larga misura dalle importazioni dirette di pesci selvatici, prelevati cioè direttamente in natura anziché riprodotti negli allevamenti professionali di tutto il mondo. L'artemia adulta, invece, è uno dei più validi "cibi starter", in quanto stimola la predazione e ha la taglia ideale per la maggior parte dei pesci allevati in acquario; costituisce un alimento ad elevato contenuto proteico (10% grassi, 60% proteine), particolarmente adatto all'alimentazione dei pesci sia marini che d'acqua dolce.

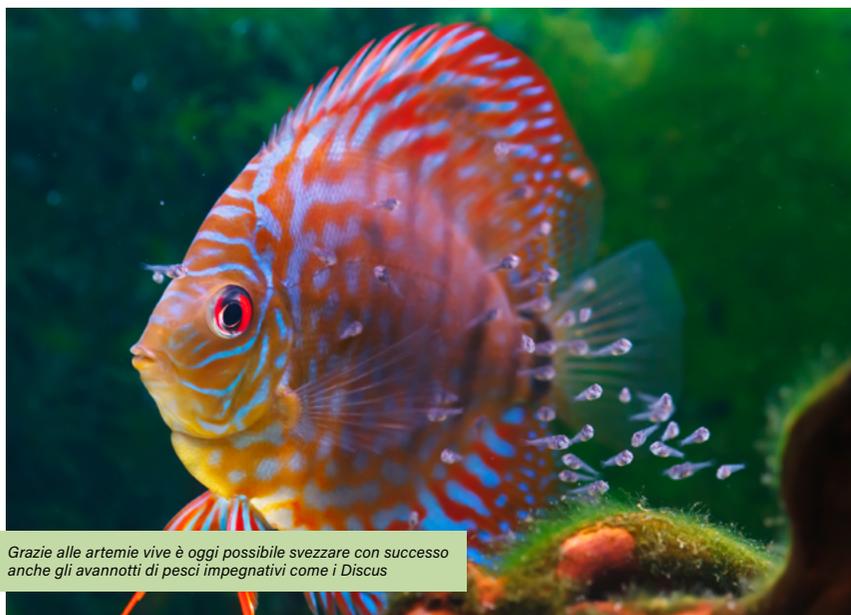
Senza l'artemia l'acquariofilia sarebbe ancora dipendente in larga misura dalle importazioni dirette di pesci prelevati in natura

C'è artemia e artemia

Le uova commerciali più pregiate (e costose) provengono dalla Baia di S. Francisco in California, dove sono raccolte a fini commerciali sin dal dopoguerra: vantano una percentuale di schiusa (se conservate in condizioni ottimali) che si aggira intorno al 95%. Essendo di taglia minore (330.000-400.000 uova/grammo), producono i naupli più piccoli, quindi maggiormente adatti come cibo per avannotti di dimensioni ridotte e per lo svezzamento delle minuscole larve dei pesci marini - e caratterizzati alla nascita da un alto contenuto proteico. Il loro costo elevato e la circoscritta area di raccolta ne limitano l'offerta, rappresentando non più del 5-10% del volume di merca-



to. Di buona qualità (250.000-280.000 uova/grammo) sono anche le uova raccolte nel Gran Lago Salato nell'Utah (USA), probabilmente le più facili da trovare in commercio (in passato costituivano fino al 90% del totale raccolto ogni anno). Di livello qualitativo un po' più scadente - perlopiù proveniente da ceppi partenogenetici - ma di importanza commerciale sempre crescente è la produzione di Paesi emergenti quali Russia, Cina, India, Vietnam, Filippine e Brasile, oltre a quella canadese e australiana.



Grazie alle artemie vive è oggi possibile svezzare con successo anche gli avannotti di pesci impegnativi come i Discus

Fattori che incidono sul prezzo

Le confezioni vanno da 20-40 ml (le più commerciali, destinate ai semplici acquariofili alle prese con riproduzioni casalinghe più o meno occasionali) a un litro e oltre per gli allevatori amatoriali o professionisti, con prezzi molto differenti a seconda del quantitativo ma anche del luogo di raccolta e quindi della loro qualità, intesa come percentuale di schiusa, come rapporto fra il numero di uova e il loro peso e infine come potere nutritivo dei naupli alla nascita. Tempistica e modalità di conservazione hanno un'importanza fondamentale nella qualità delle uova: anche se i tempi di sopravvivenza degli embrioni dormienti sono come visto incredibilmente lunghi, la percentuale di schiusa diminuisce inesorabilmente con il trascorrere dei mesi e degli anni. Inoltre per conservarsi a lungo

CARATTERISTICHE DEI NAUPLI ALLA SCHIUSA DEI PRINCIPALI CEPI COMMERCIALI DI ARTEMIA

PROVENIENZA	Lunghezza (media)	Peso (media)	Contenuto energetico
San Francisco Bay (USA)	428 μ	1,63 μ g	366 (10-3 J)
Macau (Brasile)	447 μ	1,74 μ g	392 (10-3 J)
Gran Lago Salato (USA)	486 μ	2,42 μ g	541 (10-3 J)
Shark Bay (Australia)	458 μ	2,47 μ g	576 (10-3 J)
Chaplin Lake (Canada)	475 μ	2,04 μ g	448 (10-3 J)
Tanggu Bohai Bay (Cina)	515 μ	4,55 μ g	681 (10-3 J)

(FAO - Fisheries and Aquaculture Department)

le cisti devono restare perfettamente asciutte, ovvero essere stabulate in ambiente secco (umidità inferiore al 10%) e possibilmente al buio. Cisti di ottima qualità e stoccate in condizioni ottimali mantengono pressoché integralmente la loro vitalità per almeno un paio d'anni, molto meno quelle più scadenti. Purtroppo sulle confezioni la data di confezionamento (assai più importante di quella, puramente indicativa, di scadenza) non viene quasi mai riportata, come invece avviene per la produzione destinata all'acquacoltura professionale.

Nel prossimo numero ci occuperemo più in dettaglio della schiusa e della gestione in negozio delle artemie vive. (Continua)





UN APPROCCIO PER IL CLIENTE ACQUARIOFILO: IL PH

Oggi vengono monitorate sempre meno le “misure” dell’acqua a favore di sistemi empirici e tecnologici. Tuttavia una buona gestione dell’acquario comincia da un’analisi precisa delle sue condizioni chimico-fisiche

VALERIO ZUPO

Gestione in controtendenza

Mentre ogni settore pet cresce nell’uso di tecnologie raffinate per garantire il benessere animale, registriamo negli ultimi anni un certo disinteresse del grande pubblico nell’analizzare le condizioni chimico-fisiche dell’acqua. Un tempo ci si “divertiva” a fare i... piccoli chimici nell’osservare le variazioni cromatiche di un liquido dopo l’aggiunta di qualche goccia di reagente. Oggi la frenesia della quotidianità e i progressi sempre più veloci che caratterizzano ogni aspetto della nostra vita ci hanno fatto diventare un po’ meno portati ai facili entusiasmi e molto più annoiati nel portare a termine una qualsiasi attività che comporti qualcosa in più di un semplice click su uno schermo.

Tuttavia è compito del negoziante specializzato spiegare bene ai propri clienti l’importanza di un monitoraggio accurato, che permetta di capire cosa sta succedendo e prevenire problemi gravi, in modo da favorire una rilassata gestione di qualsiasi acquario d’acqua dolce o marino. A questo scopo vale la pena ricominciare dal pH, un parametro cosiddetto “riassuntivo” delle condizioni ecologiche di un acquario. Troppo spes-



Il pH tende ad abbassarsi in un acquario con molti pesci e poche piante, perché l’acido carbonico satura rapidamente tutti i tamponi disciolti



so lo si considera solo una limitazione chimica per l'allevamento di alcune specie: i discus amano pH acidi mentre i guppy accettano anche pH elevati. In realtà c'è molto di più ed è compito del negoziante spiegare bene all'appassionato questo concetto.

Areali di distribuzione ed ecosistemi

Effettivamente ogni organismo acquatico, pesce, pianta, alga o invertebrato che sia, ha una zona "preferita" di pH ed è più o meno propenso ad avventurarsi in aree con pH diverso. In tal senso fanno molto bene i negozianti che espongono una piccola scheda sul bordo delle vasche da esposizione, contenente alcune informazioni di base del tipo "Temperatura ideale: tra 24 e 28 °C; pH preferito: tra 6,8 e 7,2". In questo modo il cliente è costretto a fare un "esame di coscienza" prima di decidere se quei pesci possono essere trasferiti nel suo acquario o meno. Ovviamente nel caso degli acquari marini basterà inserire una targhetta uguale per tutte le vasche, visto che il pH degli oceani è sempre compreso tra 8,0 e 8,2. Considerare tuttavia il pH solo come un limite chimico alla vita degli organismi è molto riduttivo, perché ci può portare a commettere errori gravi, come il pretendere di modificare il pH di un acquario semplicemente aggiungendo composti acidificanti o alcalinizzanti. Si tratta di pratiche "magiche" assolutamente innaturali che conducono a squilibri chimici gravissimi, perché si agisce chimicamente su un processo che, di fatto, è ecologico.

È compito del negoziante specializzato spiegare bene ai propri clienti l'importanza di un monitoraggio accurato, che permetta una rilassata gestione di qualsiasi acquario d'acqua dolce o marino

L'approccio ecosistemico

Se lo affrontiamo tenendo presenti alcuni concetti base di ecologia, il problema diventa molto più facile da spiegare e spariscono i pH ballerini e i problemi lamentati da tanti appassionati che... "non riescono a mantenere il pH stabile nei valori desiderati!". Dobbiamo tenere presente che in tutti gli ambienti acquatici il pH è regolato da un sistema tampone molto semplice, che prevede l'interazione di un acido debole - l'acido carbonico - e i suoi sali - i carbonati e bicarbonati. Quando prevale la concentrazione dell'anidride carbonica (che in acqua si discioglie e si ionizza in forma di acido carbonico) il pH scende. Quando, al contrario, prevale la concentrazione dei suoi sali (i carbonati e bicarbonati di calcio, magnesio e altri elementi) il pH sale. Tuttavia, anche per tenere in soluzione sufficienti quantità di tamponi (i sali disciolti) è necessario rimanere entro definiti limiti di pH. Per questo motivo, quando



Un approccio ecosistemico produce risultati più solidi facendo in modo che il pH non sia un limite, ma una risorsa per gestire al meglio l'acquario

in acqua dolce aggiungiamo composti chimici aventi un'attività sul pH, si producono delle modificazioni cicliche che possono favorire la precipitazione di alcuni sali e "cambiare" totalmente la scena. Ora sono variate le concentrazioni di anidride carbonica necessarie e sufficienti per produrre definiti pattern di acidità e quindi il pH comincia a diventare "ballerino", perché fluttua in onde di stabilizzazione che, al termine del processo, raggiungeranno un nuovo equilibrio chimico. Nel frattempo pesci e invertebrati saranno soggetti a fluttuazioni di pH che in alcuni



casi si riveleranno addirittura mortali. Ovviamente questi processi hanno effetti e conseguenze diversi a seconda dei vari tipi di acquario e vanno affrontati con tecnologie differenti e obiettivi talvolta opposti.

L'acquario d'acqua dolce

Nell'acquario d'acqua dolce solitamente il pH tende a salire troppo per vari motivi, tra i quali i più importanti sono a) una discreta quantità di piante e alghe, e b) un'eccessiva quantità di sali disciolti (tamponi, come suddetto) che tendono a stabilizzare il pH in zona alcalina. Tentare di abbassarne il valore usando composti acidi sarebbe come appendersi a una altalena che ha dall'altro capo una tonnellata di granito. Mediante l'approccio ecologico si raggiunge l'obiettivo in maniera semplice ed efficace. Se osserviamo la Figura 1 ci rendiamo conto che in acqua dolce e in acqua marina, in base al contenuto medio di ioni disciolti, si possono prevedere i valori di pH in base all'alcalinità (ovvero a quello che noi misuriamo sotto forma di KH in gradi tedeschi). La presenza di anidride carbonica però modula questi valori: più anidride carbonica (disciolta come acido carbonico) fa scendere il pH; meno CO₂ fa salire il pH. Se prendete l'acqua del vostro acquario, in condizioni medie, e l'agitate fortemente in un barattolo, noterete che il suo pH sale, anche di un punto in alcuni casi limite. Pertanto per controllare il pH in acqua dolce basta avere sotto controllo alcalinità e contenuto in anidride carbonica.

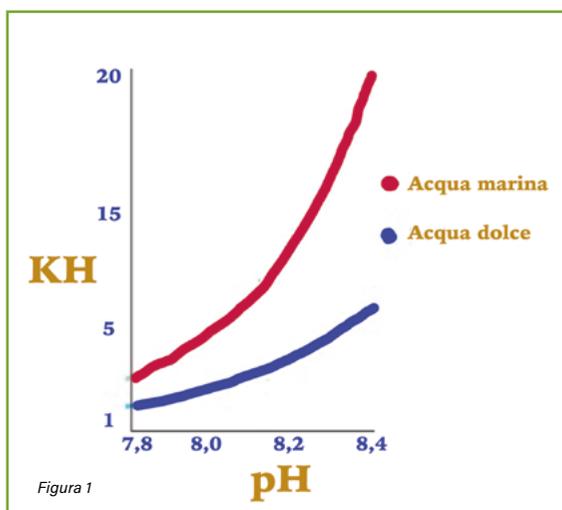


Figura 1

Cosa si dovrà consigliare allora al cliente? Innanzitutto sarà bene modulare il KH in modo che sia più o meno vicino ai valori utili per la maggior parte delle specie allevate: inutile riempire l'acquario con acqua a KH 40 °d se desideriamo raggiungere un pH medio. Lo potremo certamente ottenere, ma dovremo prevedere di disciogliere ogni ora quantità enormi di gas carbonico. Di pari, anche volendo allevare Discus a pH bassi, non converrà lavorare a KH 1 °d, perché ogni piccola variazione di gas carbonico produrrà immediate e rilevanti fluttuazioni del pH. Quindi nella maggior parte dei casi consiglieremo di operare con KH compresi tra 3 (almeno) e 12 (al massimo). Dopodiché si dovranno dosare le aggiunte di anidride carbonica da bombola, in modo da raggiungere il pH desiderato. Questa semplice operazione rasserenerà qualsiasi cliente, anche il più esigente, permettendogli di godere di piante e pesci in buona salute.

Ogni organismo acquatico, pesce, pianta, alga o invertebrato che sia, ha una zona "preferita" di pH ed è più o meno propenso ad avventurarsi in aree con valori differenti

L'acquario marino

Gli equilibri nell'acquario marino sono simili e gli elementi in gioco sono gli stessi, considerando però che la quantità di sali disciolti è molto elevata ed è sufficiente per stabilizzare il pH in zona acida. I guai cominciano quando, per qualsiasi motivo, si producono oscillazioni anche brevi nel valore del pH: in questo modo alcuni sali possono precipitare, rendendo assolutamente difficile la regolazione del pH e, se ciò avviene, si farà prima a cambiare l'acqua che a modificare gli equilibri. Ovviamente potremo lavorare con aggiunte di tamponi, ma in questa situazione tutto si fa più complicato. In ogni caso, anche nell'acquario marino un aumento di anidride carbonica





Un pH corretto è essenziale per osservare polipi aperti negli invertebrati che alleviamo in acquario

disciolta (acido carbonico) produce abbassamenti significativi del pH, con la differenza che gli organismi marini sono molto meno resistenti ai cambiamenti, e una variazione anche di 0,1-0,2 punti produce immediato stress e talvolta mortalità degli organismi più sensibili.

Lo sanno bene gli ecologi perché a causa dell'aumento dell'anidride carbonica nell'atmosfera il pH degli oceani sta rapidamente scendendo (8.0/7,9 e in alcune aree anche più basso). Questo fenomeno sta lentamente distruggendo, ad esempio, parte delle barriere coralline. Pertanto nell'acquario marino è fondamentale evitare qualsiasi pur breve abbassamento di pH, provvedendo ad aerare bene, far circolare l'acqua e saturare di ossigeno portando via l'anidride carbonica in eccesso, come avviene ad esempio in uno schiumatoio. Anche qui il problema è semplice, se lo affrontiamo in chiave ecologica. Pesci e invertebrati respirano (emettono CO_2) e quindi acidificano l'acqua. Alghe e piante assumono anidride carbonica e quindi fanno salire il pH. Un filtro ad alghe ben funzionante (o una bella popolazione di invertebrati zooxantellati) rappresenta un'assicurazione sulla vita del pH!

La misura del pH

Abbiamo iniziato parlando della ritrosia degli acquariofili nella misura del pH. È ora di superarla, spiegando bene al cliente gli argomenti trattati. Consideriamo inoltre che sono disponibili ormai stick multi-test che permettono di leggere mediante un semplice telefonino molti valori (pH, KH, nitriti, nitrati) con una semplice immersione di una striscia di carta per un paio di secondi. I dati ottenuti in questo modo sono molto precisi, perché indipendenti dalla vista dell'operatore e dalle condizioni di luce e la stabilità nel tempo è elevata. Tutti i valori sono indicati sul monitor nell'arco di un paio di minuti. Questa operazione è divertente e tecnologica (oltre che economica) e si dovrebbe sfruttare di più per ricondurre i clienti alle misurazioni regolari.

Ovviamente il pH può essere misurato bene anche con un test elettronico, ma siamo certi che poi il cliente lo tarerà abbastanza spesso? In caso contrario i risultati potrebbero diventare davvero... fantasiosi.

Infine esistono i cari vecchi test liquidi, con tutti i loro limiti, la discreta precisione e la loro età: da raccomandare ad alcuni clienti affezionati, ma non certo a tutti.





IL TAMIA STRIATO, OTTIMO ANIMALE DA COMPAGNIA

Piccolo roditore facilmente addomesticabile, è confidente, molto socievole e sa essere estremamente dolce

BERNARDO ZAVERIO

Il tamia striato (*Tamias striatus*) è un simpatico roditore della famiglia degli Sciuridi diffuso prevalentemente nella parte orientale degli Stati Uniti e in quella sudorientale del Canada: da qui il nome comune di “scoiattolo orientale” e di “chipmunk orientale”.

È presente anche sull'isola di Terranova (di fronte alla costa est del Canada), dove è stato introdotto.

Descrizione

Il *Tamias striatus* ha un mantello liscio e setoso, con colorazione variabile dal grigio-bruno al bruno-rossiccio, con una striscia scura lungo il dorso (che parte all'attaccatura del collo e sfuma verso l'attaccatura della coda) ai lati della quale è presente una banda giallastra compresa tra due striature bruno scure.

La colorazione varia a seconda delle popolazioni ed è tipicamente mimetica: nel suo ambiente infatti, grazie al colore base della pelliccia e alle striature, questo piccolo roditore sa rendersi invisibile. Gli occhi, grandi e tondi, estremamente vivaci, sono bordati da una striscia sottile di pelo chiaro. La coda, poco folta, è leggermente piatta: normalmente viene tenuta distesa come un prolungamento



del dorso e drizzata solo quando l'animale è in attenzione o vuole mostrarsi più imponente. Il tamia striato ha piccole orecchie arrotondate, che ruota come parabole per captare ogni minimo rumore sospetto.

Caratteristica comune a molti scoiattoli è quella di avere ai lati della bocca, sulle guance, due sacche che servono per stipare il cibo.

Le zampe anteriori hanno 4 dita, le posteriori 5, e sono di colore grigio-rosato.

La lunghezza del corpo (esclusa la coda) può arrivare ai 16-18 cm, mentre la coda di solito ne misura 8-9.

Ambiente e abitudini

Scoiattolo terricolo, il tamia striato predilige le foreste di conifere e latifoglie con un ricco sottobosco di cespugli fitti e di affioramenti rocciosi. Le aree ricche di faggi e aceri sono uno degli ambienti che predilige. Non ama le zone paludose e se ne tiene lontano. Si tratta di un animale diurno, solitario e territoriale, abile scalatore.

Nel proprio territorio il tamia striato crea diversi nascondigli dove accumula cibo durante la stagione ricca per utilizzarlo nella stagione invernale, marcando i depositi di scorte con segnali olfattivi, ma capita spesso che questi scoiattoli se li rubino a vicenda.

Per questo motivo i soggetti più aggressivi prediligono “costruire” pochi depositi ma di grandi dimensioni, perché difenderli comporta meno fatica. I soggetti più timidi invece fanno esattamente il contrario, confidando nel fatto che più nascondigli di dimensioni ridotte siano meno identificabili da potenziali ladri.

Quando non è in cerca di cibo, il tamia striato trascorre gran parte del tempo a costruire tane: crea

una serie di gallerie che arrivano anche a due metri di profondità, collegando diverse camere e tappezzandole tutte con foglie e fili d'erba, in previsione di abitarle durante la stagione fredda. Le più importanti sono le camere-dispensa (dove accumula il cibo per l'inverno) e la camera per la riproduzione.

La tana può avere da 1 a 3 entrate, tutte ben mimetizzate e nascoste. Il padrone di casa tende a non allontanarsi mai troppo dal proprio nascondiglio, soprattutto quando si avvicina la stagione invernale e deve difendere con maggior attenzione le sue dispense da possibili saccheggiatori. Il territorio di ogni soggetto è di circa 800 metri quadrati attorno alla tana, ma durante la stagione calda si allontana anche oltre un km dal suo posto “sicuro” alla ricerca di cibo.



MAI PRENDERLO PER LA CODA

Il tamia striato è un animaletto che si fa conquistare facilmente con coccole e ghiottonerie; un pezzetto di biscotto, un gheriglio di noce, una fettina di mela, ogni cibo di cui sia ghiotto è un modo sicuro per renderselo amico. Diventerà in breve tempo confidente e salirà sulle mani senza paura. Ma non va mai afferrato per la coda, neppure per gioco, perché si potrebbe strappare di netto causando un trauma mortale.





Il tamia striato ha molti nemici come donnole, volpi, ermellini, linci, coyote, procioni, poiane, astori e gufi, dunque è abile nel mimetizzarsi al suolo o tra i tronchi e nel muoversi silenziosamente con agilità, rapidità.

Riproduzione

Questi scoiattoli hanno un sistema riproduttivo poligamo: le femmine si accoppiano con più maschi. Normalmente restano nel proprio territorio, sono i maschi che si spostano. Ogni femmina porta a compimento solitamente due cucciolate all'anno, una a inizio primavera e una in estate. La gestazione dura 34-36 giorni e le cucciolate contano da 2 a 5 piccoli, a seconda dell'età e della

forma fisica della madre.

I cuccioli alla nascita sono ciechi e glabri e pesano attorno ai 3 grammi. Dipenderanno totalmente dalla madre per 40 giorni, per poi diventare indipendenti attorno ai 60-70 giorni di vita. La maturità sessuale è raggiunta dalle femmine tra i 6 e i 7 mesi; mentre i maschi la raggiungono attorno ai 12 mesi. La vita media in natura si aggira attorno ai 4-5 anni, mentre in ambiente controllato arriva a 8-9 anni.

CLASSIFICAZIONE SCIENTIFICA

Classe	<i>Mammalia</i>	Mammiferi
Ordine	<i>Rodentia</i>	Roditori
Famiglia	<i>Sciuridae</i>	Scuridi
Sottofamiglia	<i>Xerinae</i>	Xerini
Tribù	<i>Marmotini</i>	Marmotini
Genere	<i>Tamias</i>	Tamias
Specie	<i>T. striatus</i>	T. striato

Alimentazione in natura

La dieta base di questi animali è composta da frutta, semi, bacche e noci ed è integrata con piccoli insetti, lumachine, uova di uccelli, funghi, germogli e lombrichi terrestri.

Il cibo raccolto viene portato nelle dispense della tana immagazzinato nelle sacche all'interno delle guance e poi in parte stoccato e in parte consumato. L'accaparramento di scorte dura durante tutto l'anno ma aumenta sensibilmente in autunno, in vista della stagione fredda durante la quale l'animale resta nascosto nella tana salvo nelle rare giornate in cui le temperature sono più miti.

Pur non andando in letargo, il tamia striato d'inverno attraversa momenti di torpore durante i quali perde la sua naturale giocosità e dinamismo per restarsene al caldo in una delle camere, ben imbottita di erba secca e foglie.



La convivenza con l'uomo

Questa specie è notevolmente adatta a convivere con l'uomo, si addomestica facilmente e si presta ad essere un ottimo animale da compagnia. È confidente, molto socievole e sa essere estremamente dolce. In famiglia sceglie sempre una persona con cui instaurare un rapporto privilegiato, ma è disponibile al gioco con tutti gli umani di casa e talvolta anche con altri animali domestici.

In presenza del suo amico umano il tamia striato può tranquillamente essere lasciato libero per casa, ma è bene abituarlo a stare nella sua gabbia quando è da solo, per evitare che possa fare danni. La gabbia deve avere una dimensione minima di 90x60x80h cm con sbarre orizzontali, in modo che possa arrampicarsi con facilità.

Deve poi essere dotata di giochi come tubi ruvidi in cui nascondersi e correre e di due comodi nidi in legno imbottiti di fieno o di trucioli depolverizzati, uno collocato nella parte alta della gabbia e uno in basso, collegati tra loro da un ramo di legno contorto su cui arrampicarsi.

La lettiera ideale è in tutolo di mais: assorbe gli odori e non nuoce all'animale se ne ingerisce piccole quantità. Il fondo della gabbia deve essere privo di sbarre per evitare che le zampe si feriscano e possibilmente deve avere uno strato di lettiera di qualche centimetro.

L'abbeveratoio a goccia è sempre una buona idea per fornire acqua pulita; tuttavia una vaschetta con 1-2 cm di acqua all'interno è altrettanto utile.

L'alimentazione base è un mangime composto, le cui miscele sono piuttosto variabili a seconda dei produttori, ma molto comuni in commercio. Si tratta di un mix di granaglie e cereali secchi, bacche e eventualmente pellettati prodotti *ad hoc* e integrati con vitamine e sali minerali (non esagerare con le sementi grasse come il girasole per non creare problemi di obesità).

È bene fornire quotidianamente una porzione di frutta e verdura, sia perché parte integrante della dieta, sia per permettere all'animale di rosicchiare e mantenere sani i denti. Cosa che, per un roditore, è fondamentale.



Pur non andando in letargo, il tamia striato d'inverno attraversa momenti di torpore durante i quali perde la sua naturale giososità

ALCUNE GOLOSITÀ

Tra gli alimenti di cui tutti i tamia sono golosi citiamo certamente biscotti all'uovo (tipo savoiardo, da fornire con parsimonia per via dello zucchero); uovo sodo (una volta ogni tanto per non eccedere in proteine animali); frutta disidratata e uvetta sultanina (se non già presenti nel mix di granaglie e semi che viene fornito abitualmente); prugne e castagne secche; noci, nocciole e arachidi (tutte sgusciate per non correre il rischio che possa ferirsi le guance con i gusci e provocarsi infezioni). Ama la frutta ma in generale mela, banana, uva, arancia e ciliegie sono le più gradite.





OCCHIO CERCHIATO... DIVERTIMENTO ASSICURATO - II PARTE

Pappagallino simpatico e socievole, *Agapornis fischeri* è uno dei quattro inseparabili ad occhio cerchiato, ovvero con una zona di pelle chiara nuda attorno all'occhio

GIANNI RAVAZZI

Il mese scorso (*Zampotta Pet Business*, aprile, pag. 102) abbiamo fatto conoscenza con l'Inseparabile di Fischer, una specie appartenente alla famiglia dei pappagalli, genere *Agapornis*. In questo articolo parleremo della sua alimentazione in ambiente controllato.

La dieta in natura di questi pappagalli è differente rispetto a quella da somministrare in cattività ed è inutile e controproducente pensare di riprodurre, in un dell'allevamento, l'habitat naturale... Pur grande e ricca, una voliera non potrà mai essere una prateria o una boscaglia africana. È quindi necessario prima di tutto capire bene che per gli uccelli la vita in natura e quella in cattività sono sue situazioni ben differenti.

Bisogna poi conoscere gli alimenti disponibili per stabilire un corretto regime alimentare, cosa oggi resa possibile da un'ottima e ampia offerta da parte dei negozi specializzati.

L'alimentazione in ambiente controllato

● 1. Miscele di semi secchi

L'alimentazione tradizionale degli *Agapornis* si basa su un buon miscuglio di semi secchi integrato con altri alimenti per completare e arricchire la dieta.

Come base di partenza consideriamo che una buona miscela deve contenere sementi di qualità sane e depolverizzate.

L'allevamento in voliere in colonia crea un maggior consumo di energie, quindi l'alimentazione in questo caso può essere un po' più ricca rispetto a quella dell'allevamento in coppie in batterie da riproduzione.

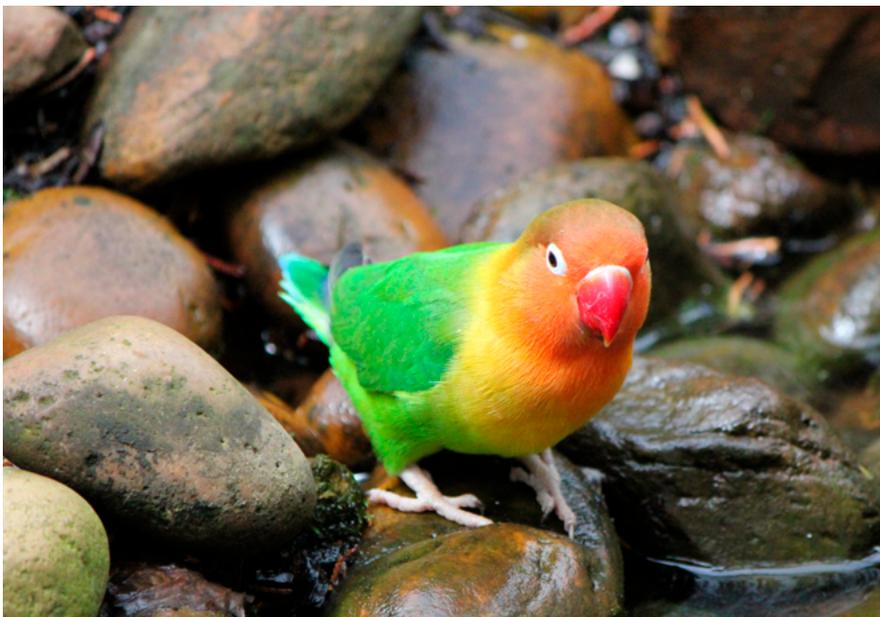
UNA BUONA MISCELA INDICATIVAMENTE POTREBBE COMPORSI COME SEGUE:

Miglio bianco	15.0 %
Miglio rosso	12.0 %
Panico	12.0 %
Grano saraceno	8.0 %
Avena decorticata	7.5 %
Girasole striato piccolo	6.0 %
Canapa	4.0 %
Girasole bianco	3.0 %
Durra	2.0 %
Peperoncino piccante intero	0.3 %
Bacche di ginepro	0.2 %



Nel periodo del riposo e della muta, di solito la stagione calda, la dieta di sementi va nettamente impoverita sia di girasole (2%), sia di canapa (2%), che di grano saraceno (3%), e aumentata nelle percentuali di miglio e scagliola e integrata con lino (2%).

Le spighe di semi secche sono ottime. Le più gradite sono quelle di panico, che si possono facilmente trovare nei negozi di animali, ma sono anche coltivabili in giardino o nell'orto e possono essere fornite ancora verdi.



● 2. Pannocchie di mais lattiginose

Le pannocchie di mais ancora lattiginose (la qualità “marano”, quella usata normalmente per i popcorn è la migliore) sono ricche di proprietà nutritive e facilmente digeribili, hanno il solo difetto di essere in questo stadio di maturazione per un periodo molto limitato. Alcuni allevatori sono soliti coltivarle per poi raccogliere al giusto grado di maturazione e surgelarle per fornirle durante l'inverno quando erbe prative e spighe fresche non sono più disponibili.

● 3. Erbe prative

La piantaggine maggiore (*Plantago major*) fa una spiga di piccoli semi che quando raggiungono uno stadio di semi-maturazione, ossia sono ancora verdi ma già tondi, gonfi e carnosì, piacciono molto a tutti gli *Agapornis*.

Altra erba prativa di cui sono golosissimi è il centocchio bianco (*Stellaria media*): si tratta di un'erbetta di cui i pappagalli divorano sia le 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. Graditissima è anche un'altra erba prativa infestante, appartenente alla famiglia delle Composite: il tarassaco (*Taraxacum officinalis*). La foglia lanceolata è consumata golosamente da quasi tutti gli *Agapornis*.

L'allevamento in voliere in colonia crea un maggior consumo di energie, quindi l'alimentazione in questo caso può essere un po' più ricca

● 4. Verdura e frutta

Per coloro che non potessero somministrare erbe prative, ci sono diversi tipi di verdura e frutta ottimi per integrare la dieta:

- cicoria spadona e catalogna, gli uccelli ne sono ghiotti e non ha controindicazioni;
- spinacio, ricco di sali minerali, non è gradito da tutti gli uccelli, ma non ha controindicazioni;
- carota tagliata a rondelle, viene apprezzata da quasi tutti gli *Agapornis*;
- finocchio a foglie, ottimo alimento ma non gradito a tutti i soggetti;
- lattuga a foglie, gradita a tutti gli uccelli, ma da somministrare con parsimonia e fuori dal periodo riproduttivo perché molto lassativa;





- cavolo a foglie, gradito a quasi tutti gli uccelli, ma da fornire con parsimonia perché molto ricco di vitamina A che tende ad accumularsi in quanto non idrosolubile;
- pomodoro a fette, non gradito a tutti gli uccelli, ma ottimo alimento.

Anche molti frutti freschi possono essere normalmente forniti ai pappagalli riscuotendo un certo successo:

- mela a fette, non più di due volte alla settimana per le sue proprietà lassative, gradita a quasi tutti i soggetti;
- kiwi a fette, mediamente gradito, ma privo di controindicazioni;
- arancio e mandarino a fette, molto gradita soprattutto la buccia, sono apprezzati dalla maggior parte dei soggetti;
- more, lamponi e frutti di bosco, mediamente graditi, privi di controindicazioni;
- pera a fette, non gradita a tutti gli uccelli, leggermente lassativa e quindi da fornire con moderazione;
- fichi, aperti a metà, molto graditi e ottimo alimento;
- ciliegie intere, mediamente gradite.

● 5. Pastoni

Altra indispensabile integrazione alla dieta di semi secchi è un buon pastone, che deve però possedere due requisiti fondamentali: appetibilità e ricchezza di ingredienti. Oggi il mercato ne mette a disposizione di diversi tipi, morbidi e secchi, a grana fine e a grana più grande.

Un pastone servito al naturale può essere lasciato a disposizione anche tre giorni; se inumidito con frutta o verdura, o semi lessati o germinati, va somministrato invece quotidianamente eliminando ogni giorno l'eventuale avanzo.

● 6. Estrusi e pellettati

- Gli estrusi senza dubbio sono un tipo di alimento che offre garanzie assolute di igiene: facili da somministrare, normalmente ben equilibrati, se graditi dagli animali rappresentano una buona soluzione. Il mercato ormai garantisce un'ampia scelta.

Un buon estruso può essere sicuramente la base di una buona dieta se integrato con frutta e verdure fresche di stagione, vitamine e sali nell'acqua da bere e con qualche leccornia che dia al pappagallo il piacere del rosicchiare.



Un altro tipo di alimento che si propone come alimento unico, in luogo degli estrusi, è il pellettato: si tratta di un impasto che viene compresso e poi passato in una trafilatura che lo trasforma in cilindretti di diametro ridottissimo e che viene asciugato in forno. I pellettati possono essere aromatizzati con vari gusti di frutta e ottengono una certa attenzione da parte dei pappagalli.



Anche il pellettato, come l'estruso, può diventare la base della dieta dei nostri *Agapornis* sempre integrato con frutta e verdura.

Il suggerimento è comunque di fornire sempre una certa quantità di semi (di qualità e ben conservati), perché ai nostri amici pennuti piace sguisciarli e, soprattutto, amano una dieta varia.

● 7. Vitamine, sali minerali e altri integratori

L'allevatore attento oggi può trovare in commercio moltissimi complessi vitaminici in polvere, alcuni idrosolubili altri no, con cui aggiungere pastoni e acqua da bere. Ci sono prodotti che aiutano nel periodo riproduttivo (ricchi di vitamina E o ribosio), altri che aiutano nella fase di muta (ricchi di vitamina AD), altri indicati per i soggetti reduci da cure antibiotiche (ricchi di vitamina K che ricrea la flora batterica intestinale), altri ancora che aiutano a vincere lo stress della vita in colonia (ricchi di vitamine del gruppo B).

Queste integrazioni possono essere fornite, seguendo le istruzioni del prodotto, nell'acqua da bere o insieme al cibo (in questo secondo caso bisogna scegliere l'alimento preferito dagli uccelli, e addizionarlo con l'integrazione). Sia con il pastoncino che con il pellettato o gli estrusi, è necessario inumidirli leggermente, magari con un goccio di olio di oliva e/o di miele sciolto in un pochino d'acqua. Per far sì che gli animali assumano la maggior quantità di integrazione possibile, il metodo ideale è quello di fornire al mattino, molto presto, il prodotto addizionato, togliendo gli altri cibi a disposizione e poi rimuovere l'avanzo nel pomeriggio, rimettendo a disposizione gli altri cibi.

Le vitamine vanno somministrate seguendo le indicazioni riportate sulla confezione: l'eccesso è nocivo quanto la carenza e, in alcuni casi, può anche determinare la temporanea sterilità dei soggetti. Le vitamine liposolubili infatti, come A, D, E e K, tendono ad accumularsi nei tessuti e non possono essere eliminate attraverso le defecazioni, come invece accade con le vitamine idrosolubili come quelle del gruppo B e la vitamina C.

Un'altra indispensabile integrazione è quella data dai blocchetti di sali minerali e calcio e dall'osso di seppia: soprattutto per le femmine, che devono deporre, il calcio è importantissimo. Questi integratori si possono lasciare sempre a disposizione, saranno gli uccelli stessi a rosicchiarli quando ne sentono la necessità o anche solo per puro divertimento. (*Fine*)

Le vitamine vanno somministrate seguendo le indicazioni riportate sulla confezione: l'eccesso è nocivo quanto la carenza



BACHECA

CLASSIFIED ADS

LAVORO/OFFERTA

Sweet Wipes / Responsabile Commerciale Estero



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

Info:

inviare CV a vendite@sweetwipes.com

Avitabile Napoleone / Agenti plurimandatari

Per ampliamento rete vendita, marchio TEWUA ricerca agente plurimandatario canale pet shop e toelettatura nelle seguenti zone: Liguria, Lombardia, Trentino Alto Adige, Valle D'Aosta, Friuli Venezia Giulia, Piemonte, Lazio, Puglia, Calabria, Sardegna.

Il/la candidato/a ideale deve aver maturato esperienza nella vendita in pet shop e ambiente toelettatura. Il profilo selezionato avrà la responsabilità commerciale della zona di riferimento.

Attività e responsabilità:

- mappatura del territorio, visite commerciali, negoziazione in autonomia;
- raggiungimento degli obiettivi di distribuzione.

Requisiti:

- esperienza pregressa nel settore come agente P.IVA;
- attitudine alla negoziazione e alla risoluzione di problemi;
- doti comunicative e relazionali;
- capacità di lavorare sia in autonomia che in team, padronanza di un efficace sistema di gestione dell'agenda, flessibilità e organizzazione nel metodo di lavoro.

Costituisce requisito di grande interesse la conoscenza del mercato pet.

Info: inviare CV con zona di competenza a commerciale@avitabilenapoleone.com

E'quo / Agenti plurimandatari

Azienda di produzione e vendita a marchio proprio, leader nel settore degli acquari ornamentali, cerca agenti plurimandatari e/o procacciatori d'affari con iscrizione Enasarco per le seguenti aree: Lombardia, Liguria, Piemonte, Campania, Calabria, Puglia, Sicilia. Si offre un'interessante provvigione e premi fine anno al raggiungimento obiettivi. Si richiede massima serietà.

Info: inviare CV a Info@equoitaly.com

Spinipet / Agenti di commercio

Giovane azienda in forte espansione specializzata nella distribuzione di accessori e snack ricerca agenti ben inseriti nel settore per potenziare la propria rete vendita.

Sono previsti supporto commerciale e un ottimo trattamento provvigionale.

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

Funhobby Italia / Agenti plurimandatari



Azienda leader nel settore di prodotti per animali domestici ed acquariologia, con esclusiva distribuzione nazionale di brand affermati, per proseguire il trend di crescita e potenziare la propria rete vendita, ricerca agenti di commercio plurimandatari per zone libere.

Si offre portafoglio clienti, interessante trattamento provvigionale, incentivi al raggiungimento degli obiettivi.

Info:

inviare CV a info@funhobby.it, tel. 0240032002

SA.RE / Agenti plurimandatari

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

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

Capi / Agenti plurimandatari

Azienda del nord Italia che opera nel settore alimenti per cani e gatti da oltre 40 anni con marchi esclusivi e affermati e consolidato pacchetto clienti ricerca agenti di commercio plurimandatari per nord e centro Italia. Canale: negozi specializzati, garden, agrarie.

Info: inviare CV a info.capisrl@gmail.com, tel. 0332892196

Mast / Agenti di commercio

Azienda italiana produttrice di biscotti per cani e snack per cani e gatti e distributore esclusivista per l'Italia dei marchi Wolf, Lolo Pet's Classic, Nest, ricerca agenti per le seguenti regioni: Lombardia, Liguria, Piemonte, Emilia Romagna.

Info: inviare CV a biscottificio@mastpet.it, tel. 0444351488

Azienda / Agenti di commercio

Nota azienda nel settore abbigliamento e accessori per cani di piccola taglia made in Italy, ricerca agenti di commercio per il potenziamento della propria rete vendita nel settore pet, nelle seguenti aree territoriali: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia e Sardegna.

Si richiede esperienza maturata nel settore, spiccata attitudine alla vendita e professionalità.

Sono previsti interessanti trattamenti provvigionali.

Info: cell. 3482996910



Also / Agenti plurimandatari

Industria specializzata nella produzione di alimenti per animali da compagnia Animalin® e prodotti di ogni genere (guinzagli, traverse, shampoo, snack&masticativi, cuscineria), cerca agenti plurimandatari e/o procacciatori d'affari con portafoglio clienti consolidato di qualsiasi canale (pet shop, agrarie, garden center, GDO, GDS, veterinari, farmacie) per le aree ancora disponibili in Italia. Si cercano persone fortemente motivate e intraprendenti che abbiano il desiderio di crescere insieme all'azienda e lo spirito di lavorare in team. Si garantisce, in virtù dei risultati raggiunti, la possibilità di crescere all'interno della struttura, alto margine provvigionale, piano incentivi e premi per raggiungimento di fatturato, inquadramento Enasarco, dopo un periodo di prova. Contattare se veramente interessati e solo dopo aver visionato il sito web www.alsoitalia.it nella finestra download:

www.alsoitalia.it/cataloghi.php

Trattamento economico al di sopra della media.

Info: inviare CV a also@alsoitalia.it, tel. 090632636

Animalis Bio / Agenti plurimandatari

Cercasi agenti di vendita plurimandatari, esperti nel settore pet, per promuovere prodotti cosmetici naturali per animali domestici a marchio proprio.

La linea di prodotti è realizzata con ingredienti completamente naturali, erbe officinali da agricoltura biologica e oli essenziali puri.

Il candidato ideale deve avere una buona conoscenza del mondo del pet, una buona capacità di vendita e una forte determinazione nell'ottenere risultati, essere in grado di creare relazioni personali e di generare nuovi clienti.

Offresi un'interessante opportunità di collaborazione con un'equa percentuale di commissioni e la possibilità di guadagnare in base ai risultati ottenuti.

Info: inviare CV a info@animalisbio.it

ATTIVITÀ E ATTREZZATURE / OFFERTA

Cedesi / Attività

Per motivi di salute cedesi a Ferrara attività di toelettatura ben avviata da sei anni, con ottima clientela. Locale di buona metratura (poco più di 60 mq), affitto molto interessante. Sala d'aspetto con finestratura, area attesa e gioco cani, mensola registratore cassa, vasca regolabile in altezza, vasca ozono, phon e soffiatore a piantana, due tavoli asciugatura con diverse altezze, sterilizzatore, bagno (due boiler), antibagno, magazzino, spogliatoio, inverter pompa di calore, lavatrice, finestre interne al laboratorio. Valutazione azienda 18.000 euro.

Info:

cell. 3483937924, sig.ra Carola, dopo le ore 17:00

Cedesi / Attività

Cedesi attività agraria, garden, ferramenta e petshop a Sacile in provincia di Pordenone, su strada principale di passaggio.

Aperta del 1998 con 220mq di negozio, punto di riferimento importante per la cittadina di Sacile e paesi limitrofi.

Clientela referenziata e prodotti in esclusiva.

Info: cell. 3405935009, sig. Stefano

Cedesi / Attività

Cedesi / Attività

Cedesi in provincia di Varese attività di toelettatura con annessa vendita di alimenti e accessori, presente sul territorio da 18 anni. Locazione muri modica.

Info: cell. 3404987411, sig.ra Lina

Cedesi / Attività

Cedesi attività per animali a Milano, zona nord. Vendita alimenti e accessori. Toelettatura con alta affluenza. 20 anni di attività. Locali in affitto.

Info: cell. 3332712746, sig.ra Francesca, primo contatto solo per messaggio, niente chiamate.

COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO

LA BACHECA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato via email (info@zampottapetbusiness.com) precisando se nell'annuncio devono comparire i vostri dati oppure se desiderate restare anonimi. Tutti gli annunci, anche quelli anonimi, devono essere completi di nome, cognome, indirizzo, telefono ed eventualmente fax ed email. La redazione si riserva il diritto di accettare la pubblicazione degli annunci.

Zampotta Pet Business offre esclusivamente un servizio, non riceve provvigioni sulle contrattazioni, non effettua commerci, non è responsabile per la qualità, la provenienza e la veridicità delle inserzioni.



CONTATTI

BUSINESS CONTACTS

Legenda



ACQUARI & CO. / FISH & CO.

-  **Also S.r.l.** **090632636**
SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina
fax 0906258082
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
-  **Aquaristica S.r.l.** **0516814188**
Via A. Labriola, 10/12 - 40010 Sala Bolognese (BO)
fax 0516814294
www.aquaristica.it - info@aquaristica.it
-  **Aquili Andrea** **tel. 0731288091**
Via Abruzzi, 10 - 60030 Monsano (AN)
www.aquili.it - info@aquili.it
-  **Askoll Uno S.r.l.** **0444930260**
Via Industria, 30 - 36031 Povolario di Dueville (VI)
fax 0444930380
www.askoll.com - askoll@askoll.com
-  **CE.A.B. di Ferrari Pierluigi** **0302667121**
Via Pietro Rescatti, 20 - 25124 Folzano (BS)
fax 0302168469
www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it
-  **Croci S.p.a.** **3297534632**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - shop@croci.net
-  **Ferplast S.p.a.** **0445429111**
Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI)
www.ferplast.com - info@ferplast.com
-  **Funhobby Italia S.r.l.** **0240032002**
Corso Vittorio Emanuele 119 - 80059 Torre del Greco (NA)
www.funhobby.it - info@funhobby.it
-  **Kuda Tropical Fish S.r.l.** **0373234461**
Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR)
fax 0373236714
www.kudafish.it - info@kudafish.it
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Porsa Italy S.r.l.** **0303363047**
Via Romolo Gessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS)
fax 0303363048
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com
-  **Pro.D.Ac. International S.r.l.** **0495971677**
Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD)
fax 0495971113
www.prodac.it - info@prodac.it
-  **Reef International S.a.s.** **0331792443**
Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA)
www.reef-international.com - info@reef-international.com
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
fax 0241291840
www.recordit.com - record@recordit.com
-  **T.A.F. Trans Aquarium Fish S.a.s.** **0119866465**
Via Casale, 27 - 10060 Scalenghe (TO)
Cell. 3517228553
www.tafsrl.to - info@tafsrl.to

-  **Teco S.r.l.** **0544408333**
Via G. Ricci Curbastro 8 - 48124 Formace Zarattini (RA)
fax 0544280084
www.tecoonline.com - info@tecoonline.com
-  **Trixie Italia S.p.a.** **0444835329**
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI)
fax 0444833352
www.trixie.de - info@trixie.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**
Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
fax 0759656020
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

CANI & GATTI / DOGS & CATS

-  **Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l.** **092426604**
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP)
fax 092422424
www.adragna.it - info@adragna.it
-  **Aldog** **0363938698**
Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG)
www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it
-  **Almo Nature S.p.a.** **010253541**
P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova
www.almonature.eu - info@almo.it
-  **Alpi Service S.n.c.** **011975941**
Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN)
fax 011974453
www.alpiservice.com - info@alpiservice.com
-  **Avitabile Napoleone S.r.l.** **fax 0815737522**
Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA)
fax 0815737522
www.tewua.it
avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it
-  **Baldecchi S.n.c.** **0550674991**
Via Binda, 7/9 - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)
fax 0559705352
www.baldecchi.it - baldecchisnc@baldecchi.it
-  **Bama S.p.a.** **0583286353**
Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU)
fax 0583287754
www.bamagroup.com - info@bamagroup.com
-  **B. Braun Milano S.p.a.** **02662181**
Via V. da Seregno, 14 - 20161 Milano
fax 0266218290
www.bbraun.com - servizio.clienti@bbraun.com
-  **Boehringer Ingelheim Animal Health Italia S.p.a.** **02535581**
Via Giovanni Lorenzini, 8 - 20139 Milano
fax 025355822
www.merial.com - merial.italia@merial.com
-  **Camon S.p.a.** **0456608511**
Via Lucio Cosentino, 1 - 37041 Albaredo d'Adige (VR)
fax 0456608512
www.camon.it - camon@camon.it



	Candioli S.p.a. Via Manzoni, 2 - 10092 Beinasco (TO) www.candioli.it - info@candioli.it	0113490232 fax 0113490526		Ferribiella S.p.a. Strada Trossi, 33 - 13871 Verrone (BI) www.ferribiella.it - info@ferribiella.it	0152558103 fax 0152558083
	Carbone Pet Products S.r.l. Via Antonio Gramsci, 1537 - 51036 Larciano (PT) www.petproductscarbone.it - info@petproductscarbone.it	0573837868 fax 0573859163		Formevet S.r.l. Via Savona, 97 - 20144 Milano www.formevet.com - vetline@formevet.it	024345891 fax 0243458922
	Cerere S.p.a. Corso Romano Scagliola, 189 - 12052 Neive (CN) www.cerere.com - marketing@cerere.com	017367271		Forza10/SANYPet S.p.a. Via Austria, 3 - 350138 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com	0429785401
	Cesarano S.a.s. Via Nolana, 42 - 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - info@cesarano.it	0818507330		Funhobby Italia S.r.l. Corso Vittorio Emanuele 119 - 80059 Torre del Greco (NA) www.funhobby.it - info@funhobby.it	0240032002
	Ceva Salute Animale S.p.a. Viale Colleoni, 15 - 20864 Agrate Brianza (MI) www.ceva-italia.it - marketing.italy@ceva.com	03965591		Gheda Mangimi S.r.l. Via Comuna Santuario, 1 - 46035 Ostiglia (MN) www.gheda.it - gheda@gheda.it	038632677 fax 038632664
	Chemi-Vit S.r.l. Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com	0522887959 fax 0522888200		Gimborn Italia S.r.l. Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimborn.it - marketing@gimborn.it	05225452 fax 0522945365
	Ciam S.r.l. Via Piemonte, 4 - 63100 Ascoli Piceno (AP) www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it	0736250484		Heiniger AG Industrieweg 8 - 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland) www.heiniger.com - info@heiniger.com	+41/62/9569200 fax +41/62/9569281
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - shop@croci.net	3297534632		Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l. Via A.G. Eiffel, 15 - 00148 Roma www.hillspet.it	06545491
	Disegna Group Via Marsan, 28/30 - 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it	0424471424 fax 0424476392		Imac S.r.l. Via Ghisa, 14 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
	Diusa Pet Italia S.r.l. Via Piemonte, 10 - 46051 San Giorgio Bigarello (MN) www.diusapet.it - info@diusapet.com	3429476845		Innovet Italia S.r.l. Via Einaudi, 13 - 35030 Saccolongo (PD) www.innovet.it - innovet@innovet.it	0498015583 fax 0498015737
	Dorado S.r.l. Via Romea, 10 - 30010 Monsole di Cona (VE) www.exclusion.it - info@exclusion.it	042659140		Italsystem S.a.s. Via Corciano, 14 - 47914 Rimini www.1allsystems.com - info@1allsystems.com	0541731428 fax 0541731328
	Elanco Italia S.p.a. Via dei Colatori, 12 - 50019 Sesto Fiorentino (FI) www.elanco.it - italia_elanco@elanco.com	0554640825		Iv San Bernard S.r.l. Via Castellini, 7 - 50056 Montelupo F.no (FI) www.ivsanbernard.it - info@ivsanbernard.it	0571509106 fax 05711656081
	Farm Company S.r.l. Via Amendola, 532 - Regione Spolina - 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it	015511310		Landini Giuntini S.p.a. Via Rosa Luxemburg, 30 - 06012 Città di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it	075851781 fax 0758517804
	Farmina Pet Foods Italia Via Nazionale delle Puglie - 80035 Nola (NA) www.farmina.com - info@farmina.it	0818236000 fax 0815122135		Life Petcare S.r.l. Via di Basserone, 57 - 52041 Badia al Pino (AR) www.lifeptcare.it - info@lifeptcare.it	0575411013 fax 0575416496
	Fashion Dog S.r.l. Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it	tel. e fax 059687984		Linea 101 S.r.l. Via Agostino Novella, 4 - 42025 Cavriago (RE) www.linea101.it - info@linea101.it	0522086489
	Fasson Food By Ma-pell S.r.l. c.so Asti 6 bis - 12051 Alba (CN) www.fassonfood.it - info@fassonfood.it	3356814216		Mantovani Pet Diffusion S.r.l. Via Giulio Pastore, 31 - 40053 Valsamoggia (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	051969413
	Ferplast S.p.a. Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	0445429111 fax 0445429115		Marpet S.r.l. Via Don Sasselii d'Era, 13 - 37041 Albaro 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
-  **Mister Pet S.p.a.**
Via Pedemontana, 35 - 43029 Mamiano di Traversetolo (PR)
www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com
- 0521340323**
fax 0521340319
-  **Monge & C. S.p.a.**
Via Savigliano, 31 - 11030 Monasterolo di Savigliano (CN)
www.monge.it - info@monge.it
- 0172747111**
fax 0172747198
-  **Morando S.p.a.**
Via Chieri, 61 - 10020 Andezeno (TO)
www.morando.it - info@morando.it
- 0119433311**
fax 0119434289
-  **Mp Bergamo S.r.l.**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chioduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
- 0358361269**
fax 0354496738
-  **Mp Group S.r.l.**
Via dell'Industria, 7/1 - 42025 Cavriago (RE)
www.versele.it - mp@versele.it
- 0522941521**
-  **MPS 2 S.r.l.**
Via Zambon, 17 - 36051 Creazzo (VI)
www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it
- 0444572190**
-  **MSD Animal Health Italia**
Via Fratelli Cervi snc - Centro direzionale Milano 2
Palazzo Borromini - 20090 Segrate (MI)
www.exspot.it - www.scalibor.it
- 02516861**
fax 0251686685
-  **MSM Pet Food S.r.l.**
Via dell'Agricoltura, 5 - 25028 Verolanuova (BS)
www.msmpetfood.com - info@msmpetfood.com
- 0309361245**
-  **My Family S.r.l.**
Strada Solero, 1/A - 15048 Valenza (AL)
www.myfamily.it - info@myfamily.it
- 0131950063**
fax 0131952944
-  **Natuia S.r.l.**
Via San Vincenzo, 4 - 16121 Genova
www.natuapet.com - info@natuapet.com
- 0103061729**
-  **Nestlé Purina Petcare S.p.a.**
Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI)
www.purina.it
- 0281811**
fax 0281817133
-  **N.P. Industries S.r.l.**
Via Valcellina, 37 - 33097 Spilimbergo (PN)
www.disugual.it - info@disugual.it
- 0432699322**
-  **On Site S.r.l.u.**
Via Nazionale, 5 - 23012 Castione Andevenno (SO)
www.onsite.pet - info@onsite.pet
- 0342200070**
-  **Original Legno Italia S.a.s. di Maltese & C.**
Z.I. Fegotto - 91013 Calatafimi-Segesta (TP)
www.original-legno.it - info@original-legno.it
- 0924514511**
-  **PET 360 S.r.l.**
Via Camisana, 34 - 34040 Torri di Quartesolo (VI)
www.pet360.it - info@pet360.it
- 04441574109**
-  **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**
019222641
fax 0119224084
-  **Pets Fitness tel.**
Via Soderini, 8 - 60027 Osimo (AN)
www.petsfitness.com - info@petsfitness.com
- 0717108160**
-  **Pet Village S.r.l.**
Via Stradello, 35 - 48124 Madonna dell'Albero (RA)
www.petvillage.it - info@petvillage.it
- 054464418**
fax 0544684190
-  **Pineta Zootecnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
- tel. e fax 0522553616**
-  **Porrini Group**
Via Maestri del Lavoro, 23/25 - 25014 Castenedolo (BS)
www.porrinigroup.com - info@porringroup.com
- 0302791814**
-  **Rebo S.r.l.**
Via Mestre, 31 - 11050 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**
-  **Stefanplast S.p.a.**
Via Piazza, 47 - 36020 Villaganzerla (VI)
www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it
- 0444639011**
fax 0444638315
-  **Sweet Wipes S.r.l.**
Via Medesine, 15/21 - 26041 Roncadello (CR)
www.amoremioipet.com - vendite@sweetwipes.com
- 0375 599139**
-  **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**
-  **Vet Line - Olistika Srl**
Via XXV Marzo, 19/B
47895 Domagnano - San Marino
www.vet-line.sm - info@vet-line.sm
- 0549906690**
-  **Vitakraft Italia s.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
- 075965601**
fax 0759656020
-  **WINNER PLUS Pet Food S.r.l.**
Via Italia, 4 - 00060 Capena (RM)
www.winnerplus.eu - info@winnerplus.eu
- 0690375587**
-  **Whitebridge Pet Brands S.r.l.**
Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova
www.schesir.it - contact@whitebridgepet.com
- 010588586**
fax 010588914
-  **Wonderfood S.p.a.**
Strada dei Censiti, 1 - 47891 Repubblica di San Marino
www.wonderfood.com - info@wonderfood.com
- 0549943311**
fax 0549943312



UCCELLI / BIRDS

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

PICCOLI MAMMIFERI / SMALL MAMMALS

	Also S.r.l. SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it	090632636 fax 0906258082
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - shop@croci.net	3297534632
	Fioretta Rag. Gianni S.n.c. Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC) www.fiory.com - info@fiory.com	0341530138 fax 0341530392
	Gimborn Italia S.r.l. Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimbom.it - marketing@gimborn.it	05225452 fax 0522945365
	Imac S.r.l. Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
	Manitoba S.r.l. Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR) www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com	0375310418 fax 037591348
	Mp Bergamo S.r.l. Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	0358361269 fax 0354496738
	Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 0522553616
	Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
	Trixie Italia S.r.l. Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
	Valman S.r.l. Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI) www.padovanpetfood.com - info@valman.it	0444975663
	Velma Group S.r.l. Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	0423715319
	Vitakraft Italia S.p.a. Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	075965601 fax 0759656020
RETTILI & ANFIBI / REPTILES & AMPHIBIANS		
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - shop@croci.net	3297534632
	Imac S.r.l. Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
	Mantovani Pet Diffusion S.r.l. Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	051969413



 **Pineta 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

 **IPV Pack S.r.l. Unipersonale**
Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E
35010 Carmignano di Brenta (PO)
www.ipvpack.com - info@ipvpack.com

0499431318
fax 0499431370

 **Masidef S.r.l. - Storedesign**
Via Oberdan, 125 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.masidef.com - info@masidef.com

029651011

 **Polypro S.p.a.**
Via Roma, 118 - 40012 Calderara di Reno (BO)
www.polypro.it - info@polypro.it

0510958560

 **Vimax S.r.l.**
Via Rezzonico, 23 - 22100 Como
www.zampottapetbusiness.com - info@zampottapetbusiness.com

031301059
fax 031301418

INSERZIONISTI

sovracoperta **MONGE**
II coperta **MISTER PET**
III coperta **VET LINE - OLISTIKA**
IV coperta **VITAKRAFT ITALIA**

APPA 63
BAMA 2
B.BRAUN 33
BEWITAL 6
CAMON 1
CERERE 65
DORADO 55
FARM COMPANY 39
FASHION DOG 43
FORMEVET 19

FUNHOBBY 57
HEINIGER 53
HUNDOG 29
IPV 27
IV SAN BERNARD 44 - 45
LIFE PETCARE 41
MEALBERRY 49
MISTER PET 31, 67
MSD 3, 59

MSM 35
PRODAC 25
RINALDO FRANCO 37, 47
VET LINE - OLISTIKA 23
WHITEBRIDGE PET BRANDS 51
WONDERFOOD 5
ZAMPOTTA ABBONAMENTO 69
ZOOMARK 107
ZOOMARK EVENTO 21

Zampotta
PET BUSINESS

Direttore editoriale
Cristina Mandaglio

Direttore responsabile
Cristina Mandaglio
c.mandaglio@zampottapetbusiness.com

Coordinatore editoriale
Valeria Longhi
v.longhi@zampottapetbusiness.com

Revisore Scientifico e settore veterinario
Cristiano Papeschi

Hanno collaborato a questo numero:
Marina Moretti, Daniela Graziadio, Giulia Peduzzi, Nicola Benincasa, Emilio Gerboni, Luca Scrimieri, Assunta Incarnato, Giuseppe Di Domenico, Silvia Marini, Salvatore Cappai, Lorena Quarta, Alessandro Mancini, Valerio Zupo, Gianni Ravazzi, Tommaso Marucci, Nicoletta Ratti, Stefania Bertolini, Gianni Vicentini, Bernardo Zaverio

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

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

MAGGIO 2023 - N° 4

VIMAX
Pet Trade Service

Segreteria di Redazione
v.longhi@zampottapetbusiness.com

Produzione grafica
Anna Lioce

Editing
Giulia Peduzzi

Ufficio pubblicità
Vimax srl, Via Rezzonico 23 - 22100 Como
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampottapetbusiness.com

Servizio Abbonamenti
abbonamenti@zampottapetbusiness.com - fax 031301418

Stampa
Papergraf International srl - Borgoricco (PD)

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI COMO N15/11
ISCRIZIONE NEL REGISTRO OPERATORI
COMUNICAZIONE ALL'AGCOM N. ROC 21368

Tutti i diritti riservati. Ogni riproduzione è vietata se non autorizzata espressamente per iscritto dell'Editore. Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito, anche se non pubblicato.

 Zampotta Magazine  328 9226601
 ZampottaMag  zampotta_petbusiness

Note Legali

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

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

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

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

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

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

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



*i primi con
leerbe*



**DISIDRATATO
A BASSA
TEMPERATURA
GRAIN FREE**

PRODOTTO INNOVATIVO

**SVEZZAMENTO | GRAVIDANZA e ALLATTAMENTO
CONVALESCENZA | FORME DIARROICHE**

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

 **@vet-line
www.vet-line.it**

Vitakraft®



ZOOMARK 2023
INTERNATIONAL

Ci vediamo allo
stand Vitakraft!
15-17 maggio
BolognaFiere
Pad.29 Stand D24

Nuovi VITA VEGGIES® SNACK 100% VEGETARIANI!

Innovativi, trendy e irresistibili. Snack per cani e gatti con sane verdure, senza cereali, senza zuccheri aggiunti, aromi e coloranti artificiali. L'appetitosa alternativa agli snack di carne, per una maggior varietà e per contribuire alla salvaguardia dell'ambiente.

STICK E BITS PER CANI

Deliziosi snack per cani ideali come premio o come fuori pasto, nelle varianti: patata dolce e carote, formaggio e patate / carote e prezzemolo. Con le preziose proteine del formaggio e il salutare carotene da patate dolci e carote. La variante alla patata dolce è anche ipoallergenica e 100% vegana. Disponibili nei formati Stick o Bits.



Come i nostri famosi Beef Stick®, anche i Vita Veggies® sono affumicati su legno di faggio, per un gusto ancora più irresistibile e un profumo ancora più appetitoso.



SNACK LIQUIDI PER GATTI

Snack cremosi con gustosi pezzetti di verdure, in due varianti: una con **carote e barbabietola**, l'altra con **formaggio e pomodori**. Ideali per tutti coloro che amano variare. Con preziosa taurina che favorisce la funzionalità cardiaca e la vista. Perfetti da leccare dalla bustina, da servire nella ciotola o come topping sopra l'alimento principale. Senza conservanti.



VITAKRAFT. CON AMORE



VITAKRAFT.IT